

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК**

**ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ  
ПО ОБЩЕСТВЕННЫМ НАУКАМ**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
И СОЦИАЛЬНЫЕ  
ПРОБЛЕМЫ  
РОССИИ**

**1-08**

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ  
ПОВЕДЕНИЕ  
И ЭТИКА**

**СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ**

**МОСКВА  
2008**

УДК 332 (470+571)

ББК 87.75

Э 40

**Центр социальных научно-информационных исследований**

Отдел экономики

Редакционная коллегия:

*Н.А. Макашева* – доктор экономических наук, председатель, *Г.В. Семеко* – кандидат экономических наук, зам. председателя, *В.С. Автономов* – член-корреспондент РАН, *Н.И. Иванова* – доктор экономических наук, *Е.В. Виноградова* – кандидат экономических наук.

Редактор и составитель выпуска –  
кандидат экономических наук *И.Г. Минервин*

**Экономические и социальные проблемы России:**

Э 40

Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социальных науч.-информ. исслед. Отд. экономики; Ред. кол.: Макашева Н.А., гл. ред. и др. – М.: ИНИОН, 2008.

№ 1: **Экономическое поведение и этика** / Ред. и сост. вып. И.Г. Минервин. – 160 с.

В сборнике рассматриваются различные аспекты взаимодействия этико-культурных факторов и экономических процессов в контексте перспектив экономического и социального развития современной России. Основное внимание уделяется современным концепциям и явлениям в области деловой этики и корпоративного управления, проблемам организационной культуры, социально ответственной политики деловых предприятий, доверия при взаимодействии экономических субъектов и другим ключевым элементам социального капитала, воздействующим на экономический рост.

This publication considers some essential aspects of culture-based approach to the analysis of economic behavior in the context of modern Russia's economic and social development. Much attention is given to concepts and practices of business ethics and corporate governance, problems of organization culture, corporate social responsibility and trust as a key elements of social capital and their impact from the economic growth perspective.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

УДК 332 (470+571)

ББК 87.75

ISSN 1998-1791

© ИНИОН РАН, 2008

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	4
<i>И.Г. Минервин. Предпринимательская культура и деловая этика.....</i>	6
<i>М.А. Положихина. Культура организаций: Формирование и перспективы эволюции .....</i>	43
<i>Л.А. Зубченко. Социальная ответственность бизнеса .....</i>	65
<i>И.Ю. Жилина. Доверие в экономике .....</i>	84
<i>И.Г. Минервин. Экономика и этика: Этические предпосылки хозяйствования .....</i>	121

## Предисловие

В последние годы как в мировой, так и в отечественной экономической науке наблюдается чрезвычайная активность в направлении изучения социокультурной среды, морально-этических установок и ценностей как важных факторов, определяющих поведение и взаимодействие экономических субъектов. Такая активность неслучайна. Привлечение социокультурных факторов к экономическим исследованиям, развиваемым в рамках институционального направления, объясняется явно ощущаемой необходимостью расширить анализ источников эффективности и роста. Особую актуальность эта проблематика приобретает для трансформационной экономики.

В публикуемых в данном сборнике работах сделана попытка представить современные отечественные и зарубежные концепции исследования компонентов культуры и их воздействия на экономику, в том числе в широком историческом контексте формирования институтов современного демократического общества, показать значимость социокультурного подхода, который является относительно новым направлением экономической теории и переживает в последние годы бурный подъем интереса со стороны исследователей.

Существенное внимание уделено современным концепциям и явлениям в области деловой этики и корпоративного управления, проблемам организационной культуры, социально ответственной политики деловых предприятий, доверия при взаимодействии экономических субъектов и другим ключевым элементам социального капитала, воздействующим на экономический рост.

Надеемся, что представленные вниманию читателя материалы дают некоторую панораму явлений, связанных с этическими факторами и условиями экономического поведения хозяйственных

субъектов и возможностями социокультурного подхода к их анализу. Как свидетельствует мировой опыт, такое направление исследований ведет к конструктивным результатам. Оно имеет большое научное и практическое значение, в том числе для выработки политики модернизации экономики и повышения степени ее инновационности, совершенствования корпоративного управления и подготовки менеджеров.

Современные социально-экономические условия промышленно развитых стран, возникшие в результате структурных и технологических изменений в экономике, а также под воздействием объективных требований общественного прогресса и устойчивого развития, требуют от предпринимательских кругов отказа от традиционных методов управления и принципов максимизации результата любой ценой. Бизнес существует и действует в условиях определенной социальной среды и устойчивых элементов культуры, он должен учитывать общественное отношение, заботиться о своей репутации, чтобы быть успешным и прибыльным. Расширение сферы человеческой деятельности, появление новых ее форм обусловили новые проявления культуры и расширили представление о ней. Культура в ее соотношении с производством породила понятие культуры производства, культуры управления и т.д. Современные принципы управления, опирающиеся на требования соблюдения культуры и этики бизнеса, находят выражение в популярных сегодня концепциях организационной культуры, социальной ответственности бизнеса, корпоративной гражданственности и т.п. Предельно кратко формулируя идею, можно отметить, что несоблюдение рассмотренных положений и принципов экономического поведения оборачивается колоссальными издержками, превращением страны из богатой в бедную и сдерживанием ее инновационного потенциала и экономического развития.

Важный вывод состоит в том, что дальнейшее развитие по пути подъема эффективности и инновационности экономики требует не только существенных институциональных изменений, но и изменений в сфере культуры и этики на основе инвестиций в человеческий капитал, социальную сферу, науку, развитие демократии и творческой свободы.

*И.Г. Минервин*

**И.Г. Минервин**  
**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА**  
**И ДЕЛОВАЯ ЭТИКА**

**Концепция и роль деловой этики и культуры**

Проблема деловой этики как фактора, воздействующего на эффективность управления, на протяжении нескольких десятилетий привлекает пристальное внимание исследователей. Значимость этой проблемы проявляется в деятельности любого предприятия, а также в совместном предпринимательстве, научно-технической и производственной кооперации, при слияниях и поглощениях фирм, в деятельности транснациональных корпораций. Как отмечают исследователи, она чрезвычайно значима в отношениях с партнерами в переходных экономиках.

Деловая этика на межорганизационном уровне затрагивает контрактную дисциплину, на внутриорганизационном уровне – стиль иерархических отношений, политику интеграции персонала в предприятие. Во всех случаях речь идет о том, чтобы избежать как неприемлемого по местным меркам давления, так и действий, не имеющих стимулирующего эффекта.

Предпринимательская деятельность протекает в определенной социальной среде и требует от предпринимателя определенных характеристик. К этой группе факторов относится также способность формировать социальный капитал – сети межличностных отношений и позиции в ней предпринимателя, прочные связи с деловым сообществом, создаваемые формальным или неформальным путем.

К проблеме деловой этики примыкает проблема культуры производства, связанная, в том числе, с развитием бережного отношения к ресурсам, продуктам труда, окружающей среде, хозяй-

ского отношения к предприятию, деловитости, предприимчивости, творческого отношения к труду. Требования соблюдения культуры и этики бизнеса находят выражение в популярных сегодня концепциях социальной ответственности бизнеса, корпоративной гражданственности и т.п.

Исследования показали, что национальная культура служит основой, на ценностях и обычаях которой развиваются доминирующие этические нормы в компаниях, и что таким образом она воздействует на организационную культуру, а, учитывая существенное совпадение понятий рабочего климата и организационной культуры, также существенным образом и на этический климат. Национальная культура, впитываемая с детства на протяжении всей жизни, выступает в роли источника определенных ожиданий относительно характеристик, ориентаций и поведения индивидов, служащих ограничениями для других индивидов в обществе. Общие ценности и нормы определяют идентичность восприятия этического климата представителями одной культуры, поэтому «национальная культура создает ограничительные системы взглядов и ожиданий, в рамках которых могут существовать лишь определенные типы этического климата» (42, с. 462).

В условиях глобализации принятие деловых решений все в большей мере сталкивается с проблемами этики, различием этических норм и этического климата. Становится необходимым более глубокое понимание межнациональных различий в повседневных нормах, правилах поведения, социальных факторах и т.д.

Группа американских и японских специалистов (42), исследовавших различия и связи национальной культуры и деловой этики на примере американских и японских фирм, отмечает, что важность таких исследований определяется, во-первых, потребностями глобальных компаний в их стремлении к использованию этического фактора при расширении масштабов зарубежной деятельности. Во-вторых, такое исследование дает лучшее понимание того, как ценности и убеждения, свойственные той или иной национальной культуре, могут воздействовать на профессиональную этику. В-третьих, знание этической ориентации МНК позволит выявить барьеры интернационализации и лучше планировать системы управления, с тем чтобы избежать правонарушений.

Сегодня в мире выходит целый ряд журналов и изданий, посвященных проблематике деловой этики<sup>1</sup>, в этой сфере функционируют Международная ассоциация по проблемам бизнеса и общества (International Association for Business and Society), Общество деловой этики (Society for Business Ethics), Европейский институт деловой этики (European Institute for Business Ethics), Центр этических ресурсов (Ethics Resource Center, США), Центр деловой этики (Center for Business Ethics, США), Институт деловой этики (Institute for Business Ethics, Швейцария), Институт деловой этики (Institute of Business Ethics, Великобритания), Иерусалимский центр деловой этики (Center for Business Ethics of Jerusalem, Израиль), Центр за этическое совершенство Персидского залива (Gulf Centre for Excellence in Ethics) и многие другие международные и национальные экспертные, исследовательские и общественные организации.

В литературе деловая этика определяется как дисциплина, изучающая взаимодействие этики и бизнеса (21), индивидуальную и корпоративную деловую деятельность «с особым вниманием к ее моральной адекватности» (30), конкретное применение норм морали в деловой политике, институтах и поведении (49, с. 16). Деловая этика «предполагает формальную и идентифицируемую деятельность, осуществляемую между индивидами, организациями или прочими экономическими субъектами, которая связана с бизнесом и включает явно выраженную взаимосвязь с этическими (т.е. моральными) нормами и/или их приложение» (46, с. 386).

Этический климат определяется как элемент рабочего климата, относящийся к сфере установившихся организационных обычаев и процедур, включая преобладающие ощущения и убеждения, от которых зависит, что считается правильным или неправильным в данной организации (42, с. 461).

Взаимовлияние предпринимательской, политической и правовой культуры отмечено М. Вебером. По Веберу, в этом взаимовлиянии возник сложившийся в Европе и перенесенный в Америку идеальный тип добропорядочного, кредитоспособного предпринимателя, главный долг которого – приумножение капитала. Очевидно, что в формировании предпринимательской культуры Америки определенную роль сыграла пуританская культура первых переселенцев из Англии и Ирландии.

---

<sup>1</sup> Среди них: Journal of business ethics; International business ethics review (издание Международного института деловой этики); Encyclopedic dictionary of business ethics (Oxford: Blackwell, 1997) и др.



Возможно, что первый кодекс чести предпринимателя был сформулирован Бенджамином Франклином, который считал, что предприниматель честен, потому что ему это выгодно. В среде протестантов Европы и переселенцев в Америку, главным делом которых стало «честное» предпринимательство, сформировался, таким образом, определенный тип социально-экономического поведения людей (6, с. 376).

Как отмечает В.В. Лазарев, буржуазия шла к власти под флагом идей естественного права, основными постулатами которого являются священность и неприкосновенность частной собственности, частный характер присвоения. Согласно Адаму Смитту, при условии соблюдения законов справедливости (т.е. естественных законов) каждый человек пользуется совершенной свободой «преследовать свои интересы и конкурировать своим трудом и капиталом с трудом и капиталом любого другого». «Свобода собственности и свобода труда – вот основные составляющие западной модели экономической жизни» (13, с. 258). В этой модели ясно прослеживаются ее социокультурные корни, связанные с траекторией исторического развития.

Однако существует и другой, «авантюристический», «грабительский» тип предпринимательства. Этот тип «существовал во все времена и изначально сориентирован на насильственное получение выгоды (через войну, работорговлю, разбой, спекуляцию в денежных операциях, колонизацию, мошенничество) (6, с. 376), но в большей мере свойственный, вероятно, определенному этапу развития рыночной экономики. Именно поэтому он получил распространение в переходной экономике России, где представлен многочисленными примерами финансовых махинаций и пирамид, рэкета, рейдерства, спекулятивных операций, компаний-однодневок и т.д.

В России в период перехода к рыночной экономике кардинальные изменения в политической, социальной и экономической жизни общества отразились на состоянии культуры, обострился резкий дефицит культуры правовых и коммерческих отношений, культуры труда и производства. Проф. И.И. Зарецкая объясняет это явление следующими причинами: «Прежде всего разрыв связей между профессиональной, трудовой культурой и мировоззренческой, нравственной, духовной: представление о том, что экономика несовместима с нравственностью, что ради прибыли бизнесмен не будет считаться с моральными нормами. Вторая причина связана с тем, что развитие – процесс диалектический, связанный с отми-

ранием одних и возникновением других проявлений, не всегда позитивных. Третья причина заключается в том, что с началом перестройки произошла переоценка ценностей, когда разрушаются привычные установки, сложившиеся десятилетиями стереотипы, а вместо них возникают новые, подчас прямо противоположные» (6, с. 307). В процессе трансформации проявилась со всей силой роль культурного фактора в становлении рыночной экономики. Как справедливо отмечали авторы исследования «О духовно-культурных основах модернизации России», «без наличия культурных основ рынок может стать источником не обогащения народа, а его нищеты и обогащения уголовников» (цит. по: 6, с. 307).

Для деловой этики переходного периода стали характерными погоня за сиюминутной прибылью в ущерб долгосрочным перспективам, признание легитимности только собственных интересов, манипулирование партнерами, силовое решение конфликтов и другие негативные проявления.

В распространенных сегодня в молодом российском бизнесе случаях мошенничества, обмана, рэкета и т.п. проявляются сформировавшаяся отрицательная мотивация, установка на мошенничество и другие противоправные действия ради достижения узкокорыстных, по преимуществу ложных целей. Отрицательная этическая установка может направить творческий, предпринимательский импульс человека по ложному пути, например, превратить его из стража порядка в «оборотня в погонах». Такая установка, как пишет А.Н. Тарасов, «является для представителей незаконного бизнеса смыслообразующей психологической, социально-психологической конструкцией. ...Мотивационная система взаимосвязана с мышлением, чувствами, мировосприятием, характером, способностями и темпераментом участников бизнес-процессов. Презрение к другим людям, отсутствие стыда за свою ложь и за ее разрушительные последствия ... готовность к игнорированию любых моральных устоев, неукротимая жажда наживы и многое другое побуждают некомпетентных в организации законного и этического бизнеса предпринимателей на мошенничество» (12, с. 120). Таким образом, здесь имеет место отсутствие культуры, этической установки, которые могли бы, по крайней мере, блокировать подобную мотивацию.

Анализируя результаты трансформации и проблемы переходной экономики, большинство исследователей подчеркивали роль институциональной инфраструктуры, провалов в ее развитии

как барьеров для реформирования экономики. В этом плане такие элементы культуры, как деловая этика, правовая культура, могут служить в качестве примеров важнейших элементов институциональной инфраструктуры, дефицит которых требует скорейшего устранения.

У. Баумоль показал, что предпринимательская активность может быть продуктивной, непродуктивной или деструктивной, проиллюстрировав это положение в широком историческом контексте (19). Благополучие общества также, если не в большей степени, зависит от направления предпринимательской деятельности как от числа предпринимателей. На что главным образом направлено предпринимательство – на инновации и их распространение или на действия, приносящие мало пользы, а то и вред обществу, – зависит от того, какие стимулы и вознаграждения формируются благодаря действующему законодательству и другим общественным институтам, в том числе этическим установкам. К счастью, общество, политические структуры, школы бизнеса располагают средствами в виде законодательства, судебной системы, образования, чтобы облегчить и стимулировать полезную предпринимательскую деятельность и снизить привлекательность непродуктивного предпринимательства.

### **Этика корпоративного управления и внутриорганизационных взаимоотношений**

Системы корпоративного управления зависят от общего законодательства и от культурной среды. Вместе с тем даже высоко развитые системы корпоративного управления требуют периодического пересмотра и усовершенствования под влиянием внешних условий (примером могут служить недавние изменения в законодательстве США, принятые под влиянием корпоративных скандалов). Эта эволюция, как правило, протекает в русле основных ценностных установок и культурных традиций общества. Границы управленческих функций также зависят от культурно-исторического контекста. Действующие в той или иной стране системы законодательства, требования к социальной и природоохранной политике также могут оказывать влияние на управление.

Важный аспект организационно-управленческой культуры (в ряде работ называемый концепцией предприятия) состоит в том, действует ли корпорация в узких интересах акционеров или более

широких интересах всех заинтересованных групп. Здесь также выделяются два различных подхода: англо-американский и свойственный континентальной Европе. Так, в Германии компании законодательно определены как общественные институты, несущие ответственность перед группами интересов, включая местные сообщества. В Дании и Нидерландах такой подход воплощается в сходных концепциях фирмы и роли двухуровневых органов высшего руководства, а также в рабочем представительстве.

Проявлением социокультурных различий и их влияния на управление служит форма демократизации управления, существующая во многих континентальных западноевропейских компаниях, при которой служащие участвуют в избрании высшего руководства через советы предприятий, которые действуют в их интересах. Эта форма предполагает ответственность и подотчетность руководителей перед всеми занятыми. По мнению специалистов, она будет все чаще встречаться после принятия законодательства Европейского союза. Однако этот принцип непопулярен в англо-американских компаниях, где права участия сохраняются в первую очередь за кругами, имеющими в компании финансовые интересы, а не за служащими, которые их не имеют (3, с. 58).

В англо-американской практике отсутствуют институционализированные процессы консультаций и переговоров, заставляющие высший менеджмент сотрудничать с занятыми. Это объясняется отчасти высокой степенью юнионизации рабочей силы и большой ролью профсоюзов, что является причиной относительной неразвитости других форм рабочего представительства. В большинстве исследований доминирующий здесь стиль управления характеризуется преимущественно как властный, основанный в большей мере на компетенции и исполнительности, чем на доверии.

В некоторых странах, например в Нидерландах, основные задачи наблюдательного совета сводятся к мониторингу решений, утверждению некоторых решений и консультированию исполнительного совета. Здесь наблюдательные советы являются нейтральными органами, не имеющими представительства от акционеров или занятых. Эта модель, называемая также скандинавской, существенно отличается от американского стереотипа и связана с наделением эффективного руководителя такими чертами, как честность, способность убеждения, предвидения, организации коллективной работы, ориентация на результаты, решительность и стиль,

основанный на участии. Председатель совета здесь действует как «первый среди равных» и придерживается коллегиального стиля.

Такая практика, примерами которой служат фирмы Дании, Нидерландов, Германии, Австрии, Швеции и Финляндии, свидетельствует о коллективной ответственности членов группы высших управляющих при незначительной роли председателя и большом значении, придаваемом стилю управления, характеризующему консенсусом (29). Если в США члены советов директоров представляют интересы акционеров как главных заинтересованных групп (что рассматривается в качестве принципа рыночного капитализма), то в европейских странах, имеющих традиции социального капитализма, в советах директоров более широко представлены интересы других стейкхолдеров, например, банков и других институциональных инвесторов, а также правительств.

Вместе с тем в США высоко развиты правовые механизмы обеспечения прав акционеров. В Германии и Франции, несмотря на определенную эволюцию, требования к раскрытию информации и обеспечению прав миноритарных акционеров не являются столь строгими, как в США.

Ключевые черты американского менеджмента, строящиеся на свободной капиталистической системе, акцентирующей права собственности, состоят в мощной приверженности принципам индивидуализма, тесно связанного со стремлением к достижению успеха, и универсализма, выражающегося в выработке и принятии универсальных кодексов, правил и законодательных норм. Другими важными чертами являются краткосрочная ориентация (*short-termism*) и благоприятное отношение к риску. Корпоративная Америка воплощает принцип максимизации рыночной стоимости акционерного капитала (богатства акционеров). Это, в частности, предполагает, что в центре внимания менеджеров акционерных компаний должно находиться соблюдение интересов инвесторов, выражающееся в максимизации прибыли на вложенный капитал.

В отличие от классической американской капиталистической системы, Германия часто характеризовалась как «индустриальная демократия», воспринявшая в восстановительный период концепцию «социальной рыночной экономики». Германское общество и менеджмент, как правило, предпочитали социальную справедливость «нецивилизованному» капитализму и консенсус конфликту. Эти элементы находят отражение в особой модели кодeterminации (*Mitbestimmung*), трехсторонней системе соглашений между прави-

тельством, работодателями и профсоюзами. Сильные стороны менеджмента связаны с комбинацией передовой технологии, высокой квалификации рабочей силы, системой обучения и подготовки. Германская модель подчеркивает важность долгосрочных доверительных отношений, особенно между теми, кто предоставляет капитал, и теми, кто управляет им. Германские банки как крупные инвесторы имеют тесные отношения с промышленностью, что снижает для последней стоимость применения капитала. Германские менеджеры более склонны к поддержанию доверия в долгосрочных деловых отношениях и к принятию социальной ответственности как неотъемлемого элемента современного капитализма. Для американских менеджеров более характерна вера в то, что человеческие действия определяются оппортунистическим поведением и, следовательно, должны согласовываться с соответствующими стимулами (45, с. 35–36).

Опыт США, Германии, Франции и других стран показывает, что в формировании и развитии системы корпоративного управления существенную роль играют внутренние условия, институты, традиции и культура. Так, американская система отражает «ценности индивидуализма, уверенности в своих силах, игры по правилам, имущественного накопления и неприкосновенности прав собственности» (39, с. 636). Для нее характерен подход на основе внешнего регулирования, направленного на защиту прав собственности и имущества акционеров, на основе требований предоставления информации и положений, ограничивающих действия высших менеджеров и директоров, которые могут способствовать их обогащению за счет акционеров и занятых. Таким образом, налагаемые ограничения направлены на создание равных правовых условий для всех стейкхолдеров.

Ключевые культурные ценности во Франции включают эгалитаризм, иерархию и уважение к власти; фундаментальные модели поведения отражают ценности социального капитализма и ответственности перед обществом со стороны правительства и других общественных институтов. Французская система корпоративного управления зависит в большей мере не от внешних ограничений, а от внутренних механизмов (таких, как советы директоров и ответственные менеджеры), которые отражают эти ценности и подкрепляются общими принципами образования и социализации, системой переплетающихся директоратов и связями с правительством.

В Германии в системе культурных ценностей в этой связи выделяются, прежде всего, ориентация на результаты, а также такие черты, как низкий уровень сочувствия, развитое чувство независимости и уверенности в себе, усиливаемые традиционным для немецких менеджеров высшего звена высоким уровнем технического образования. Как и во Франции, основные ограничения поведения менеджеров здесь связаны с внутренними механизмами и отражают ориентацию на независимость и ценности социального капитализма, сформировавшиеся за последние полвека.

В США каждый считается равным; отношения между рабочим и менеджером строго ограничены контрактом. В пределах контракта руководители отдают приказы, а подчиненные их выполняют. Менеджмент в Голландии в меньшей степени опирается на приказы, и в большей степени на консенсус – на убеждении начальника или подчиненного, в том, что нужно сделать. Отношения рабочий–работодатель не столь антагонистичны, как в США или Франции. Голландский консенсус напоминает известный японский консенсус, но у них совершенно различные корни. Японский консенсус основан на групповом интересе, на интеграции коллектива на предприятии, голландский – на заботе о качестве жизни каждого индивида и стремлении устранить вредные последствия для него со стороны возможных конфликтов.

Согласно выводам принятого во Франции исследования влияния культуры на функционирование и управление предприятием, важный его аспект касается различий этических установок, распространенных в различных обществах. Авторы исследования выделили два основных типа этики: основанный на межличностном уважении, внутренних моральных принципах и, следовательно, ненужности внешнего контроля, и основанный на верности группе (семье, клану, сети), к которой принадлежит индивид, и контроле с ее стороны за его поведением и выполнением обязательств.

Первый тип этики предписывает соблюдение принципов честности, обычаев профессии и правил предприятия при найме персонала, выборе поставщиков, оценке результативности подчиненных и т.д. В рамках этой этики невозможен отказ от соблюдения правил во имя отношений, которые связывают индивида с родственниками, друзьями и т.д., а также при попытках подкупа (коррупции). Однако такое поведение весьма маловероятно в обществе с превалированием этики второго типа, поскольку оно в лучшем

случае будет восприниматься как предпочтение верности предприятия по сравнению с верностью группе.

Этика первого типа господствует в обществах, породивших крупные предприятия, где были в основном разработаны методы управления, имеющие международный характер. Напротив, предприятия особенно часто сталкиваются с этикой второго типа в африканских обществах. Существуют и промежуточные случаи. Поэтому попытки использования методов управления, разработанных в обществах с европейскими культурами, в иных географических пространствах наталкиваются на коррупцию в том смысле, в каком она понимается в этих пространствах, и где она является скорее правилом, чем исключением. Поэтому бороться с коррупцией в обществах, где превалирует верность группе, можно лишь с помощью средств, адаптированных к этому типу этики (23).

В другом исследовании типология этического климата строится на трех моральных измерениях: эгоистичности, благожелательности и принципиальности. Отсюда вытекают три базовых типа этического климата: *эгоистический* (моральные нормы компании поддерживают удовлетворение собственных интересов); *благожелательный* (нормы поддерживают максимальное удовлетворение интересов конкретной социальной группы); *принципиальный* (нормы поддерживают следование абстрактным принципам независимо от ситуационных последствий). Кроме того, эта типология учитывает три уровня анализа – индивидуальный, локальный (непосредственная группа или организация) и надорганизационный (например, внешняя группа или человечество в целом) (42, с. 461).

К. Эстей, сравнивая различные условия создания предприятий в США и Франции, стремясь объяснить причины более высокой предпринимательской активности в США, отмечает, что в США социальная среда более благоприятна для предпринимательства, чем во Франции, поскольку англо-саксонская культура придает меньшее значение семейным связям и в большей мере основывается на идее консенсуса и сотрудничества в рамках сообщества. Одной из причин более высокой предпринимательской активности в США является также большее разнообразие сетевых взаимосвязей. К сфере социо-культурных факторов, препятствующих развитию предпринимательства, К. Эстей относит также его незнание или непонимание потенциальными потребителями, моральное непризнание ввиду несоответствия методов ведения бизнеса нормам и установ-



кам населения, а также отсутствие правового признания продуктов и услуг, предлагаемых бизнесом (26).

### **Проблемы этически и социально ответственной практики бизнеса**

Авторитетный британский журнал «Economist», посвятив специальный обзор этике бизнеса, писал: «Прошло то время, когда для компании было достаточно спокойно делать свое дело, никого не обманывать, не нарушать законов, продавать товары, нужные людям, и зарабатывать свои деньги. Сегодня все компании, и особенно крупные, вынуждены меньше заботиться о прибылях и больше – о социальной ответственности. Сознательно подчиняясь этой необходимости, они нанимают специальных должностных лиц, консультантов по корпоративной социальной ответственности, создают соответствующие отделы, инициируют мероприятия» (47, с. 11). Признавая, что массовое движение в этом направлении не свободно от цинизма и лицемерия, авторы указывают на чрезвычайно широкий круг проблем, вкладываемых в это понятие: здесь и забота о занятых, о потребителях, об окружающей среде, и «этичная» инвестиционная политика, и энергосбережение, рециклирование отходов и т.д.

Эта область зачастую оказывается ареной столкновения различных и даже противоположных точек зрения. Ряд специалистов указывают на необходимость рассматривать деловую этику в качестве неотъемлемой части социальной ответственности корпораций. У других, однако, эта позиция вызывает возражение как ведущая к путанице. Одно из мнений состоит в том, что подходящим защитником общественных интересов является правительство (государство) (47, с. 16–18). На это следует возражение, что задачи бизнеса и задачи правительства различны. Если менеджеры сосредоточат свои усилия на выполнении обязательств по отношению к акционерам своих корпораций, то, в конечном счете, будет решена и задача обеспечения общественных благ. Вот почему так важна деловая этика (18, с. 302).

Согласно одной из точек зрения, государство через системы налогообложения и регулирования не может полностью обеспечить выполнение частным предприятием обязательств перед обществом, общественные интересы будут полностью соблюдены лишь тогда, когда они признаются и соблюдаются «просвещенной компанией». Другие доказывают, что компания, честно зарабатывая прибыль,

уже делает общественно полезное дело, обвиняют компании в «благотворительности за чужой счет»<sup>1</sup>. Другое дело – деловая этика, многочисленные проблемы которой требуют решения. Менеджерам необходимо четкое представление о деловой этике и о том, какие требования она предъявляет к их действиям (47, с. 4).

Фирмы существуют и действуют в условиях социокультурной среды, в обстановке определенного общественного отношения к ним и должны учитывать это отношение, заботиться о своей репутации, если хотят быть успешными и прибыльными. Без такого давления, без учета мнения со стороны потребителей, поставщиков, местного населения и общества в целом отсутствует экономический стимул к «благопристойному» поведению. На это указывают британские обозреватели, даже весьма скептически относящиеся к идее социальной ответственности. «Если никому нет дела, зачем беспокоиться о том, чтобы поступать честно с людьми или соблюдать контракт? Давление со стороны внешнего восприятия является обязательным фактором. Без него компании, действующие в условиях системы частного предпринимательства, были бы враждебными, жестокими и очень недолговечными» (47, с. 10).

Более того, деловая этика, т.е. нравственные принципы делового поведения, ставится по своему значению даже выше других его детерминант. «Возможны ситуации, когда цели бизнеса и рациональный эгоизм вступают в противоречие с этикой, и в таких случаях эти цели и интересы должны уступить». Такая же ситуация возможна с соблюдением закона, которое, естественно, необходимо в правовом обществе. Законность, как правило, совпадает с этичностью, но опять-таки не всегда. «То тут, то там при разных обстоятельствах оказывается, что подчиняться закону было бы ошибкой. Простое следование закону не исчерпывает нравственных обязанностей фирмы в еще большей степени, чем индивида. То, что легально, не всегда нравственно; а многое из того, что

---

<sup>1</sup> Журнал Economist привел по этому поводу известную цитату из Адама Смита: «Мы обязаны своим обедом не доброжелательности мясника, пивовара или пекаря, а их заботе о собственных интересах» и сопроводил свою публикацию рисунками зубастого и когтистого зверя, надевшего на себя маску с изображением любовного сердечка.

вызывается требованиями этики, не вызывается требованиями закона» (47, с. 16)<sup>1</sup>.

Прибыльно ли этическое поведение? Исследования, проведенные в США и Великобритании, дали на этот вопрос утвердительный ответ. Согласно данным Вашингтонского Центра исследований в области этики (Ethics Research Center), репутация компании как честного, этичного делового партнера способствует ее прибыльности. Фирмы, постоянно придерживающиеся высоких этических и деловых принципов, привлекают наиболее квалифицированные кадры и удерживают их дольше, чем другие. Прирост рыночной стоимости компании существенно возрастает при наличии четко сформулированных кодексов этики. Аналогичные результаты сообщает Британский Институт деловой этики (Institute of Business Ethics). Обследование 350 фирм показало, что крупные компании, имеющие кодексы делового поведения, превосходят по своим финансовым показателям фирмы, не имеющие таких кодексов (27, с. 308). Приводятся различные мнения представителей бизнеса в пользу целесообразности соблюдения деловой этики. Среди них – завоевание доверия инвесторов, естественная и необходимая реакция на злоупотребления, требования подотчетности, справедливости, корпоративной социальной ответственности, идея фундаментальной связи между бизнесом и этикой.

По мнению делового консультанта, а в прошлом инвестиционного банкира Элен Стернберг, бизнес был бы невозможен без фундаментальных ценностей, состоящих в порядочности и справедливости. Уважение прав собственности исключает ложь, мошенничество, воровство, убийство, принуждение, физическое насилие, всяческие противозаконные действия. «Фирмы, которые обманывают и мошенничают, не могут рассчитывать на длительное пребывание в бизнесе, даже если их действия не противоречат закону. Нечестные компании не смогут получить кредит, обеспечить оборотный капитал или установить прочные деловые отношения с поставщиками и потребителями. В отношении долгосрочной максимизации собственного капитала честность – не только лучшая, но единственно возможная политика» (47, с. 16–17).

Российский академик И. Янжул подчеркивал именно экономическое значение честности (16). Действительно, роль честности

---

<sup>1</sup> Это положение по смыслу целиком совпадает со знаменитым (и, казалось бы, парадоксальным) напутствием российского юриста присяжным заседателям: «Судите не по закону, а по совести».

в экономике недооценивается до сих пор. Без честности рушится доверие, а без него – основа экономических отношений, которые невозможны, если их участники не уверены в соблюдении взаимных обязательств. Основа бизнеса – получение прибыли, этот факт общепризнан и не подвергается сомнению. Но отсутствие честности и доверия не только отражается на масштабах транзакционных издержек, но ведет к тому, что экономическое поведение превращается в погоню за наживой любой ценой, т.е., прежде всего, за счет других участников, что неизбежно будет оборачиваться общей потерей, проигрышем всего общества.

Сегодня встретить мнение о том, что честность – не только хороша сама по себе как моральная ценность, но и экономически оправдана, эффективна, встретить нетрудно, даже в российской печати. Так, руководитель экономической рабочей группы при Администрации Президента РФ А.В. Данилов-Данильян на страницах «Национального банковского журнала» в интервью под красноречивым заглавием «Быть честным – стратегически выгодно» жалуется на инерционность ментальности участников рынка: «...Люди еще не до конца поняли, что социально ответственное поведение стратегически более выгодно, чем рваческое и сиюминутное» (1, с. 30).

Если административно-командная экономика может держаться за счет жесткого контроля и принуждения к исполнению приказов, то в рыночной экономике, где централизованный контроль и административные меры невозможны по определению, условием ее функционирования являются честность и правовое обеспечение соблюдения контрактных отношений. Ведь в любой экономике государственные законодательные и правоприменительные механизмы в конечном счете направлены на обеспечение честности.

Т. Веблен, критически оценивая поведение бизнеса, ориентированного на наживу, и состояние деловой этики при современном ему (рубеж XIX–XX вв.) господстве машинной индустрии, сравнивал это состояние с моралью ремесленного производства, когда нельзя было обмануть покупателя, когда «производители тщательно берегли свою репутацию искусных мастеров независимо от доходов, которые могла принести подобная репутация. ...Старинная поговорка «честность – лучшая политика», по-видимому, имела широкое признание и отражала истинное положение дел». В эпоху массового производства связь с потребителем теряется, становится возможным, «не испытывая угрызений совести и не ощущая порочности своих действий, пренебречь настоятельными нуждами

людей, которые представляют собой не более чем безликую массу потребителей» (2, с. 45–46). Если это так, то сегодня в современной экономике ее новые условия, состоящие в диверсификации спроса, формировании глобальных, наукоемких отраслей, высокотехнологичных производств, в гигантски развившейся сфере услуг с ее непосредственным контактом с клиентом, в банковской сфере с ее постоянной необходимостью завоевывать и удерживать клиента и т.д., заставляют ориентировать производство на потребителя и его запросы, развивать современные возможности и формы учета индивидуальных запросов в процессе производства и сбыта товаров и услуг (кастомизация) и в этом смысле как бы возвращают к временам важности прямых контактов, когда честность и доверие были условием эффективности, хотя мы все еще часто наблюдаем рецидивы поведения, направленного на получение прибыли любой ценой.

Американский профессор М. Олсон отмечает тезис, принадлежащий еще французскому социологу Э. Дюркгейму и его американским коллегам Т. Парсонсу и Н. Смерзеру, о том, что «рынки будут существовать только тогда, когда установился определенный моральный порядок», что существуют «неконтрактные элементы в контрактах», опирающиеся на моральный порядок, который сформировался до того, как получили развитие рыночные отношения (8, с. 29). Другой американский профессор М. Поумер весьма четко отмечает, что доверие – особенно важный, хотя и неосоздаваемый ингредиент функционирования экономики. Для сделок, осуществляемых на рынке, требуется, по меньшей мере, минимальный уровень доверия, а для поддержания атмосферы доверия необходимы государственное регулирование и надзор, предотвращающие фальсификации и мошенничество и содействующие достоверной информации (9, с. 71).

Деловая этика не выступает против прибыли, она привлекает внимание к некоторым важным проблемам, показывает необходимость перспективного управления, основанного на поиске этики компромисса. Как отмечают исследователи, «в экономической этике происходит поиск новых форм поддержки капиталистической рациональности: речь идет об ориентации поведения и подчинении индивидов рыночной экономике при параллельном устранении не-лояльного и непредсказуемого отношения..., распространение которого может нанести вред жизнеспособности системы» (28, с. 9). Одной из таких форм являются корпоративные этические кодексы, призванные обеспечить то минимальное доверие экономических

агентов друг к другу в вопросе соблюдения правил, которое является условием выполнения рынком его регулирующих функций. Кроме того, в этих условиях этический подход означает также важное требование обеспечения прозрачности информации. Вместе с тем к мнению о том, что современный либерализм стремится заменить государственное регулирование частным контролем поведения (28, с. 9), следует добавить, что такой контроль превращается в объективную необходимость при полном сохранении и расширении сферы государственного регулирования, которое не может объять необъятное.

Таким образом, этические кодексы проникают в сферы, не охваченные правом или институтами правоприменения, заполняя пробелы и являясь «формой индивидуального принуждения». Вместе с тем Ж.-П. Галавьер указывает на неоднозначную роль этических кодексов, противопоставляя ее роли трудового права. Если трудовое право разделяет индивида и предприятие с помощью контракта, признает легитимность конфликта и переговоров и, таким образом, защищает слабого, ставит барьер против любого проявления деспотизма, то этические кодексы представляют собой моральный контракт, призванный объединить дирекцию и персонал и развить у него чувство принадлежности к предприятию, завуалировав отношения подчиненности участием работников в принятии решений и одновременно способствуя укреплению власти, прикрываемой общей этикой (28, с. 14).

Существует и такой немаловажный аспект, как этика отношений с клиентами, особенно значимый для сферы услуг и финансовой сферы. Во многих компаниях сегодня проводится целенаправленная политика, организуются специальные службы, играющие весьма заметную роль в деле обеспечения этических взаимоотношений между экономическими субъектами. В этом заключается очень важная установка, и нельзя сказать, что ею не руководствуются большинство бизнесменов как на Западе, так и на Востоке.

Проблема этики и доверия в банковском деле, как известно, имеет особое значение. Очевидно, что степень проникновения банковских услуг в современной России зависит не только от степени информированности потенциальных клиентов, но в большой мере и от доверия, значительно подорванного финансовыми пирамидами и другими видами мошенничества 90-х годов, для восстановления которого потребуется время. Восстановить доверие значительно

сложнее, даже при наличии целенаправленной политики и соответствующих мер, чем разрушить его.

К кодексам деловой этики примыкают по своему значению кодексы профессиональной этики, разрабатываемые для определенных профессий. В 2001 г. Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг (в настоящее время Федеральная служба по финансовым рынкам) был принят Кодекс корпоративного поведения. Однако острая необходимость совершенствования корпоративного управления в банковской сфере, специфика деятельности кредитных организаций и их обязательств перед клиентами и партнерами требуют специального свода правил поведения и общения внутри банковского сообщества. В 2002 г. на XII съезде Ассоциации российских банков (АРБ) был одобрен проект Кодекса банковской этики. Центральный банк РФ призвал все кредитные организации присоединиться к принципам профессиональной этики, принятым банковскими объединениями.

В Кодексе предусмотрены нормы и правила ведения профессиональной деятельности кредитных организаций, обязательства банков по обеспечению конфиденциальности и защищенности клиентов, нормы общения банкиров с акционерами, не допускающие ущемления их прав и законных интересов, а также важнейшие требования к обеспечению прозрачности и предоставления информации. Кодекс служит «актом саморегулирования деятельности банковского сообщества» и каждой организации в отдельности. Меры ответственности, которые предусмотрены Кодексом (от порицания до рекомендаций об исключении из АРБ и воздержания от сотрудничества с организацией, виновной в нарушении положений Кодекса), рассматриваются как существенные рычаги для повышения конкурентоспособности и эффективного развития банковской системы России (7, с. 98–99).

Для определения критериев и оценки состояния деловой этики в той или иной стране и проведения межстрановых сопоставлений используются такие понятия, как национальный этический капитал, предложенное М.С. Шварцем и Дж. Вебером (46), и национальное этическое богатство, предложенное Т. Доналдсоном (25).

М.С. Шварц и Дж. Вебер предложили методику расчета «национального индекса деловой этики» для определения масштабов деятельности и степени внимания, уделяемого этой проблеме в той или иной стране. Индекс рассчитывается на базе оценки различных видов деятельности, имеющих отношение к деловой этике, которые

за последнее время получили широкое развитие во всем мире. В эту сферу они включают преподавание деловой этики, исследовательскую работу, публикации, проведение научных и практических конференций, этические инициативы бизнеса, консультационную деятельность по вопросам деловой этики, осуществление инвестиций социальной или этической направленности. Так, активность бизнеса в области деловой этики может быть измерена по доле предприятий, осуществляющих соответствующее обучение, имеющих формальные этические кодексы, практике разрешения конфликтов в различных формах, ответственным должностным лицам, масштабы консультационной деятельности в данной сфере и т.д. Исследования на основе подобных критериев уже проводились во многих странах, в том числе в Австралии, Бельгии, Великобритании, Германии, Индии, Канаде, США, Франции, Южной Африке, Японии (46).

### **Проблемы деловой этики в управлении российскими предприятиями**

Все эти аспекты международной практики важны для российских компаний. Как считают западные специалисты, заимствование Россией международных образцов представляется вполне оправданным в свете отсутствия опыта и вопиющих недостатков в прошлом. Большинство частных компаний, по всей видимости, будут ориентированы на опыт западных, прежде всего американских компаний. Некоторые компании приняли двухуровневую структуру советов, что, очевидно, является заимствованием практики Германии и Франции. Такая структура призвана сбалансировать влияние менеджмента и внешних директоров, аудиторов, акционеров и других стейкхолдеров. Может иметь место и определенное азиатское влияние, характерное для российской истории, например в области создания сетей и диверсифицированных финансово-промышленных групп, подобных японским и южнокорейским примерам.

Эволюция систем корпоративного управления в России будет, по мнению специалистов, как заимствовать зарубежный опыт, так и постепенно все в большей мере отражать ее внутренние условия, институты, традиции и культуру. По мере эволюции системы в ней будут возникать собственные инициативы, обусловленные культурными особенностями страны.



Среди этих культурных особенностей и влияний отмечают, однако, и такие взаимосвязанные характеристики, как склонность к несоблюдению и обходу законов и норм регулирования, низкий уровень доверия в сделках вне рамок личных отношений, опора при решении проблем на личностные взаимосвязи. Например, Д. Маккарти и Ш. Паффер указывают на давние исторические корни несоблюдения законов, низкого доверия, сокрытия информации в России и формирование этих установок в сложных и деспотических условиях. Приводятся различные примеры – от утаивания продукции крепостными крестьянами до двойной бухгалтерии и теневой экономики (39, с. 637).

Согласно выводам исследовательского проекта «Global Leadership and Organization Behavior Effectiveness», в рамках которого проводилось изучение воздействия культуры на бизнес в 62 странах, Россия характеризуется «непропорционально значительным количеством недостатков», среди которых вполне ожидаемо отмечены такие, как несклонность менеджеров вознаграждать за достигнутые результаты, инвестировать в будущее развитие производства, внедрять методы управления, снижающие степень неопределенности (31, с. 28). Среди постоянно отмечаемых положительных черт российской деловой культуры прежде всего склонность к коллективному труду и сотрудничеству, а также способность к обучению, творческому подходу и действиям в условиях нестабильности среды.

В России деловая среда, как хорошо известно, характеризуется такими негативными чертами, как коррупция, произвол и неповоротливость чиновничьего аппарата, а зачастую и личная небезопасность. Как на это реагируют зарубежные компании, намеренные вести дела в такой среде? Естественно, что многие стараются дистанцироваться от подобной практики, воздерживаются от подобных контактов. Есть, однако, примеры более активной политики, заключающейся в содействии этическому поведению и безопасности работников. Согласно одному из исследований, таким примером может служить компания «3M Russia» (российский филиал американской компании «3M»), которая проводит курсы обучения деловой этике для своих потребителей, осуществляет программы медицинского страхования и поддержки жилищных условий для занятых (31, с. 30). Многие зарубежные партнеры достаточно хорошо изучили особенности российской деловой культуры, знают условия и необходимые приемы ведения дел и поэтому не боятся выступать в роли инвесторов.

Многие исследователи указывали на важность знания и понимания культурных особенностей стран при принятии решений о деловых взаимодействиях, создании совместных предприятий и т.д. Менеджеры должны знать условия стран, в которых они оперируют, и учитывать комплексное взаимодействие культурных факторов, оказывающее влияние на деловые взаимоотношения и инвестиционные решения.

Важнейшая проблема управления СП заключается в соединении различных национальных и экономических культур. В исследовании культурных барьеры указываются как главная причина непонимания, конфликтов и неудачных попыток создания партнерств. Наилучшими партнерами нередко становятся фирмы, имеющие сходные масштабы, финансовые планы, задачи и организационную культуру. Как отмечают специалисты, управление любым СП требует особого процесса адаптации и сближения культур. И хотя с помощью различных мер можно найти общие подходы к решению общих проблем, страновые особенности здесь могут быть очень существенными. В рамках СП с участием восточных и западных партнеров такую адаптацию должны пройти обе стороны.

Практика показывает, что успешным СП, как правило, удается создать синтез или ассимилировать организационную культуру одного из партнеров. Интеграция двух культур в теоретическом плане нередко рассматривается как наиболее предпочтительный или даже необходимый процесс (32, с. 106). Однако эти процессы весьма трудны. Опыт СП, действовавших в России, показал необходимость ломки языковых, культурных и образовательных барьеров и формирования эффективных и доверительных деловых отношений. На это нужно затратить немалые усилия и время. Чрезвычайно важным фактором считается установление доверительных отношений (37, с. 49).

Создание в России эффективной и ответственной системы корпоративного управления, и прежде всего в области обеспечения защиты прав акционеров, определяется потребностями экономического роста и привлечения иностранных инвестиций. Положение исправляется, причем элементы формирующейся системы хорошо известны западным инвесторам. Эта эволюция отражается на инвестиционном климате, соответствующих рейтингах и динамике инвестиций.

Несмотря на неоднозначность результатов, один из возможных выводов приложения различных методик сравнительного ана-

лиза социокультурной среды к России (17, с. 99–106) состоит, помимо известных положений о близости и отличиях российской и европейской систем ценностей, в необходимости обратить существенное внимание на эту сторону совершенствования управления, развития предпринимательской инициативы и формирования соответствующих условий для роста и модернизации экономики.

Все это необходимо учитывать при разработке четких законодательных и регулирующих положений, которые должны рассматриваться корпоративным руководством и другими стейкхолдерами как обоснованные. Вывод состоит в том, что эволюция российской системы корпоративного управления будет характеризоваться преимущественно элементами конвергенции, в том числе прямого заимствования, и одновременно отклонением от международных стандартов. Существует много факторов конвергенции, в том числе стремление многих компаний к выходу на международные рынки капитала, сопровождаемое необходимостью соблюдения строгих биржевых требований. В то же время, что свойственно и опыту других стран, особенности культурного фона при их включении в систему ведут к определенным отличиям, причем их влияние в будущем будет усиливаться.

В деятельности международных компаний культурные различия, естественно, рассматриваются как преграда для эффективного функционирования. Особенно остро эта проблема возникала и возникает в странах с иными религиозными традициями, а также применительно к транзитивным экономикам. Возможная в таких случаях стратегия, способная преодолеть в определенной степени это препятствие, состоит в том, чтобы воспользоваться положительными чертами сложившейся в данной стране деловой культуры и стремиться превратить ее недостатки в преимущества. Всякий предприниматель должен, прежде всего, считаться с соответствующими культурными традициями, учитывать их в своей деятельности и, по возможности, извлекать из них пользу. Такой подход, кроме того, означает придание человеческим ресурсам значения ключевого фактора в деловой стратегии фирмы.

### **Этические конфликты и их разрешение**

Практически все компании, которые работают на зарубежных рынках, сталкиваются с проблемами культурных, ценностных, социальных различий и с этическими конфликтами, возникающими

на этой почве. Межкультурные этические конфликты возникают из-за различий в ценностях, традициях, типах поведения и предполагают решение проблем деловой этики. Подобные конфликты затрагивают не только организационные принципы и отношения в трудовом коллективе, но и такие проблемы, как, например, взяточничество и вымогательство, nepотизм на предприятиях, использование детского труда, проблема прав человека, ответственность за охрану окружающей среды и др.

В своей практике компании придерживаются в основном либо релятивистского подхода, т.е. приспосабливаются к местным этическим нормам и культуре, либо абсолютистского подхода, т.е. применяют свои «домашние» этические ценности в других странах и настаивают на универсальности моральных принципов. Некоторым компаниям также удается иногда разрешить межкультурную этическую ситуацию благодаря творческой фантазии. Многие компании имеют этические программы и кодексы поведения.

П.Ф. Баллер, Дж.Дж. Колс и К.С. Андерсон выделяют шесть базовых стратегий поведения в условиях конфликта, которые не являются изолированными, а представляют собой набор возможных стратегий: уклонение от разрешения конфликта, принуждение к принятию этических взглядов другой стороны, обучение, переговоры, согласование и сотрудничество в выработке взаимоприемлемого решения. Наиболее адекватный подход будет зависеть от конкретной этической ситуации и специфических факторов, влияющих на выбор стратегии. Тремя такими факторами, которые характеризуют конфликтную ситуацию и могут помочь менеджерам в выборе стратегий, являются: важность или значение моральных ценностей, т.е. наличие ценностей, которые являются основополагающими для личности, компании или общества и разделяются большинством; сила, которая подразумевает уровень влияния менеджера на исход конфликта; срочность, т.е. необходимость немедленного решения конфликта. Таким образом, менеджерам при выборе правильного направления действий в разрешении конфликта необходимо ответить на три основных вопроса: насколько ситуация адекватна в моральном аспекте, насколько высок уровень влияния на исход конфликтной ситуации, насколько срочно надо разрешить ситуацию.

Выбор стратегий и влияние на них тех или иных факторов связаны с определенными прагматическими и этическими соображениями. Например, такие стратегии, как сотрудничество и обучение, требуют времени на их осуществление и, как правило, не

могут применяться при срочных ситуациях. Стратегии принуждения и переговоров в основном применимы в ситуациях высокой срочности и при наличии силы для их претворения. В ситуациях ограниченных сил эти стратегии, а также стратегия сотрудничества могут быть невыполнимы. Чем больше моральное значение затрагиваемых ценностей, тем более обоснованным будет выбор стратегий, связанных с оказанием давления, в противном случае более оправданным будет достижение компромисса или переговоры. Уклонение, принуждение и согласование обычно являются краткосрочными и слабосильными решениями. Стратегия принуждения опасна, так как она разрушительна для взаимоотношений, поэтому к ней надо прибегать в последнюю очередь, когда сотрудничество и переговоры невозможны в силу временных ограничений или когда их применение провалилось. Обучение – долгосрочная стратегия, которая может использоваться практически в любое время наряду с другими стратегиями. При разрешении этических конфликтов следует с уважением относиться к позиции других сторон, пытаться понять их ценности, верования, предпочтения и уважать свободу и независимость другой стороны. Только при выполнении этих рекомендаций возможно эффективное разрешение межкультурных этических конфликтов (20).

В любом случае эффективное разрешение межкультурных конфликтов требует организационной атмосферы, которая способствует этическому поведению. Такая атмосфера характеризуется следующими условиями:

- менеджеры рассматривают этику как составную часть миссии, стратегии и культуры компании;
- организация сотрудничает посредством образовательного процесса со своими международными чиновниками, сотрудниками, поставщиками и другими партнерами с целью развития понимания и глубокого восприятия межкультурных этических систем, обеспечения этической грамотности;
- кадровая политика организации способствует созданию и поддержанию этического климата;
- деятельность в области обучения и развития должна ставить целью ознакомить служащих с корпоративным кодексом этики и различными международными кодексами и нормативными актами;
- системы вознаграждения и поощрения должны быть прямо связаны с этическим поведением служащих (20).

Применяя универсальные принципы менеджмента, необходимо учитывать, каким образом они могут быть интегрированы в ментальный и культурный мир тех, кто их применяет на практике. Речь идет о расширении рамок дисциплины менеджмента, интеграции новых подходов, настоятельно необходимых в настоящее время для развития теории менеджмента. В противном случае использование теоретических концепций менеджмента в развивающихся странах может оказаться контрпродуктивным, поскольку их культура значительно отличается от культуры тех стран, где эти концепции разрабатывались. В то же время многие институты, занимающиеся проблемами развития, стремятся распространять подтвердившие свою эффективность методы управления по всему миру, забывая о том, что их использование имеет смысл только в определенном контексте. Поэтому местный положительный опыт также нуждается в распространении (24, с. 68).

### **Этика и формирование менеджмента нового типа**

Рассмотренные явления выдвигают на первый план задачу формирования «сбалансированных лидеров бизнеса», понимающих комплексные взаимосвязи между деловым успехом и социальным прогрессом, уделяющих разностороннее внимание различным сторонам деятельности компании. В качестве путей решения этой задачи рассматриваются меры, предпринимаемые на уровне топ-менеджмента компаний, организационные средства и инициативы, меры, предпринимаемые в сфере бизнес-образования.

На форуме, организованном Школой бизнеса и менеджмента Университета Пеппердайн (Pepperdine University) (США), выдвигалась идея, что главный исполнительный руководитель фирмы должен быть и главным должностным лицом по вопросам этики, заботящимся об улучшении ее этической атмосферы и репутации. «Невозможно делегировать честность... Руководитель должен принять меры к тому, чтобы каждый работник понимал, что будущее организации зависит от ее репутации... Каждый работник должен ощущать ответственность и способность влиять на репутацию компании...» Руководителям предлагается создавать системы раннего предупреждения, способные вовремя выявлять проблемы и помогать принимать немедленные решения. Топ-менеджмент устанавливает определенный тон, открытость и честность общения (27, с. 310).

Роль высшего руководителя важна как отправной момент для создания этической организации, однако ее успех зависит от того, как этические устремления воплощаются в конкретную политику и практику. Активные меры в совокупности создают систему, в рамках которой этическое лидерство становится важным фактором организационной эффективности. Так, в фирме «Raytheon» система оценки при отборе и аттестации управленческого персонала включает параметр «честности», критериями которой являются «безусловное соблюдение честности и этических принципов во всех сторонах поведения; приверженность букве и духу политики компании при осуществлении любых изменений; соответствие слова и дела; выполнение принятых обязательств; готовность признавать ошибки; доверие и побуждение других к завоеванию доверия». В фирме «Pfizer» разработан «путь к достижению этического поведения» на основе формулирования корпоративных ценностей и принципов поведения (27, с. 312).

Как отмечалось на упомянутом форуме, этическая характеристика руководства воздействует на качество корпоративного управления. Советы директоров корпораций способны выполнять важную роль в формировании климата доверия и этического поведения. Им предлагается принять более активное участие в решении этой задачи, следить за соблюдением стандартов Нью-Йоркской фондовой биржи и положений Закона Сарбейнса-Оксли. Действующие правовые нормы дают советам директоров средства выполнения своих доверительных обязательств перед инвесторами.

Также отмечалось, что как менеджеры, так и представители академических кругов, консультационных фирм, неправительственных организаций убеждены в том, что в беспрецедентной озабоченности общественности по поводу этики и честности в бизнесе заключены чрезвычайно благоприятные возможности. В числе возможных стратегий формирование культуры корпоративной ответственности на различных уровнях менеджмента; достижение лучшей сбалансированности между стремлением к высоким финансовым показателям и установлением кодексов этического поведения; внедрение в процесс принятия кадровых решений критериев моральных ценностей и ответственности вместо чрезмерного внимания к достижению результатов любой ценой; повышение значимости советов директоров как проводников ответственного корпоративного управления. Ключевую роль в восстановлении доверия к способности лидеров бизнеса действовать честно, правдиво и с

учетом интересов всех соучастников может сыграть система подготовки менеджеров (27, с. 315).

В последние годы в США под влиянием крупных правовых и моральных кризисов, имевших место в последние годы (в том числе, в руководстве компаниями «Enron», «WorldCom», «Arthur Andersen», «Тусо»), проводились эмпирические исследования, посвященные этическим позициям студентов высших учебных заведений, особенно изучающих экономику и бизнес, т.е. являющихся потенциальными будущими руководителями корпораций. Проведенные обследования однозначно выявили настоятельную потребность в обучении деловой этике, высокий и возрастающий уровень заинтересованности самих студентов в вопросах деловой этики. Результаты, как отмечают обозреватели, заставляют преподавательский состав и администрацию школ бизнеса учитывать эту потребность при разработке учебных программ, что уже делается во многих университетах США (40).

В одном из исследований большинство из 3 тыс. опрошенных студентов 58 колледжей и университетов в 32 штатах США согласились с тем, что все студенты школ бизнеса должны проходить курсы обучения деловой этике (83%) и что за последние 10 лет положение в области деловой этики ухудшилось (более 70%). Все участники согласны с тем, что менеджер, нарушающий этические нормы в целях личного обогащения, должен быть уволен (18, с. 309).

Высказывается также мнение, что управленческое образование не должно ограничиваться профессиональной подготовкой. Специалисты подчеркивают, что при обучении и подготовке к деловой карьере будущих менеджеров, предпринимателей, руководителей малых предприятий и т.д. наряду с практической профессиональной подготовкой должна осуществляться и нравственно-психологическая ориентация, которая служит условием формирования необходимой социально ответственной культуры предпринимательской деятельности (6, с. 320). Студентов можно побуждать рассматривать свою будущую профессию как возможность вести продуктивный, общественно полезный образ жизни, при котором деловые устремления и духовные обязательства не отделены друг от друга и составляют элементы гармоничной и содержательной жизни (18, с. 305).

Не только во многих университетах, но и в крупных фирмах США вопросам, связанным с этикой, ценностными установками, корпоративной ответственностью, честностью уделяется все больше



внимания в организационных мероприятиях и программах обучения различных уровней. Как отмечалось в материалах форума, проведенного в Университете Пеппердайн, проблемы этики превратились в повсеместный вызов, беспокоящий исследователей и руководителей в самых широких сферах деятельности – от спорта до политики и, прежде всего, в сфере бизнеса. Такие факторы, как этика, моральные ценности, лидерство и доверие, приобрели огромную важность для руководителей компаний, стремящихся повысить свою эффективность и стремящихся остановить эпидемию неэтичного поведения в корпорациях. Все большее число школ бизнеса (согласно оценкам, до 90%) включают предмет этики в учебные программы. Фирма «Боинг» после скандального увольнения двух высших менеджеров за «нарушение норм деловой этики» создала новую структурную единицу для соответствующего мониторинга (27, с. 307). В настоящее время хартии деловой этики имеются не только у частных компаний, но и у коммерческих ассоциаций. Например, в 1993 г. такую хартию приняла Французская федерация страховых компаний (48, с. 853).

Среди специалистов высказывается мнение, что университеты способны повлиять на позиции учащихся, но это влияние реализуется не в процессе формального обучения, а в основном через сигналы (нередко весьма тонкие), посылаемые об уместном и неуместном поведении. Чтобы эффективно решать эту задачу, школы бизнеса должны применять к студентам и преподавателям собственные кодексы поведения и следить за их соблюдением, что многие из них уже делают (18, с. 302).

В развитой рыночной экономике предпринимательские знания в значительной мере передаются как составная часть общей культурной среды. Успешные предприниматели восхваляются в средствах массовой информации. Некоторые этнические общности обладают, таким образом, преимуществом – их культурная среда, богатая примерами и ролевыми моделями предпринимательства, способствует формированию соответствующих устремлений и надежд (в социалистических обществах имела место прямо противоположная ситуация).

Таким образом, предпринимательское обучение в переходной экономике необходимо рассматривать как чрезвычайно широкую общественную задачу. Такую стратегию рекомендуют для России, например, Дж. Стиглиц и Д. Эллерман (11). Эта задача решается по многим направлениям: начальная и средняя школа,

учреждения дополнительного образования для взрослых, университеты и колледжи, а также обучение широких слоев общества через электронные и печатные средства информации.

В сфере управления, может быть, наиболее заметным образом проявляется процесс конвергенции культур, методов и стилей управления. Во многом это происходит через сближение и взаимное заимствование программ обучения и подготовки управленческих кадров. В последнее время специалисты отмечают тенденцию, выражающуюся в заимствовании европейцами ценностной ориентации и методов, свойственных американскому менеджменту. Э.Х. Шли и М. Уорнер недвусмысленно заявляют об «американизации» европейского менеджмента, обосновывая этот вывод такими явлениями, как введение новой практики управления человеческими ресурсами под влиянием изменений на рынке труда, принятие концепции «рыночной стоимости капитала», ведущее к соответствующей переориентации показателей деятельности фирм (цена акции, норма прибыли), приведение управленческих стимулов в соответствие с интересами акционеров, явное движение к характерной для американского стиля мотивации на основе прибыли (системы оплаты, связь премирования с биржевыми показателями, опционы на акции и т.д.) (45). Европейский менеджмент испытывает давление в пользу существенных изменений со стороны различных объективных факторов, к которым относятся введение общеевропейской валюты, общее замедление роста европейской экономики, общий экономический цикл. Играет роль и расширение применения английского языка, англоязычной терминологии в экономической и управленческой литературе и практике, что может рассматриваться как признак интернационализации управленческой культуры.

Одним из каналов «американизации» является распространение в европейских системах образования американских магистерских программ по менеджменту (MBA). Согласно международным оценкам, в 2001 г. численность проводимых в мире программ MBA составила 1600, из них более 600 – в Европе. Сегодня это один из наиболее распространенных видов дипломов о высшем образовании, получение которого во всем мире рассматривается как самый надежный путь к высоким управленческим должностям. Несмотря на то, что фактически профессиональное обучение менеджменту представляет собой весьма разнообразную смесь программ и учеб-

ных заведений, общее для всех учреждений и континентов состоит в повсеместном предложении МВА (38, с. 472).

Среди специалистов существует мнение, что распространение МВА в Европе свидетельствует о стандартизации и «американизации» европейского управленческого образования. При этом игнорируются разнообразные параллельные процессы, в том числе механизмы распространения локальной практики менеджмента. Ряд исследователей отмечают, что в процессе распространения эта модель модифицируется, сочетая как общие, так и особенные черты.

Распространение программ МВА можно объяснить общим развитием менеджмента и соответствующего образования в Европе и других регионах мира. В его основе лежат два явления: во-первых, становление управления в сфере бизнеса как самостоятельной отдельной научной и учебной дисциплины и, во-вторых, заимствование после Второй мировой войны американских методов менеджмента. В то же время за последние два десятилетия практически во всех европейских странах учебные заведения как никогда ранее расширили количество программ управленческого образования, в том числе за счет разработки собственных и модификации действующих программ. Отмечается также, что в процессе реализации программы обмена между учебными заведениями и других форм сотрудничества американских и европейских учреждений имеет место не только влияние американских разработчиков на их европейских последователей, но и обратное заимствование их опыта и знаний.

По мнению Р. Лессема, если последние 150 лет политика и экономика характеризовались наличием скорее политически и экономически разделяющих, чем культурно и психологически объединяющих сил, то сегодня в целях формирования эффективных организаций необходимо поддерживать менеджеров, институты и нации в деле соединения культурных черт Запада, Севера, Востока и Юга. Конкурентная «западная» этика бизнеса безнадежно устарела. Существует необходимость заменить ее всемирной этикой, соединяющей черты западной, восточной, северной и южной бизнес-этик. Такая психологическая и философская целостность должна соединять присущие им здравый смысл, интуицию, размышления и чувства, с одной стороны, и прагматизм, рационализм, холизм и гуманизм – с другой (36).

По А. Смиту, механизмы рынка в меру своего совершенства обязывают делового человека служить всеобщему благу, быть

«добродетельным», несмотря на свои личные качества. Однако, отмечает Ж.-П. Галавель, ссылаясь на У. Баумоля, критериями «хорошего поведения» предпринимателя являются производство качественной продукции, добровольное достижение социальных целей, защита окружающей среды, здоровья, соблюдение условий труда, отказ от расовой, социальной, религиозной или половой дискриминации в области занятости и т.д. Вместе с тем практика показывает, что совершенные рынки порождают скорее пороки, чем добродетели (28, с. 11). Государство, с одной стороны, постепенно отказывается от силовых методов вмешательства в экономику в пользу методов регулирования, несовершенство которых порождают такие явления, как манипулирование отчетностью, уклонение от налогов, налоговые мошенничества, перемещение производства в другие страны и т.д. С другой стороны, в ряде стран, прежде всего в США, негативные явления вызвали потребность в реанимировании жесткого законодательства и мер регулирования.

В 2002 г. в США был принят Закон Сарбейнса–Оксли, который рассматривается многими обозревателями как наиболее серьезная реформа в области финансов и отчетности с 30-х годов XX в. Закон, помимо общего усиления санкций за мошенничество, предусматривает такие меры, как усиление гражданской и уголовной ответственности руководителей (20 лет тюрьмы в случае доказанного мошенничества); предоставление органам регулирования дополнительной информации об операциях, изменениях в структуре собственности и т.д.; обязательное создание независимых комитетов по аудиту и др.

Чем вызвана эта тенденция? Как отмечал один из наблюдателей, едва ли руководители «Enron», «WorldCom», «Xerox» и других компаний, ставших объектом скандальных разоблачений, являются исключением в океане добродетели. Деловой мир живет в условиях вседозволенности, фальсификация и коррупция стали допустимой практикой. Некоторые специалисты полагают, что появление «мыльного пузыря» биржевой конъюнктуры интернет-предприятий стало возможным только потому, что большинство предприятий использовали при попустительстве Комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC) любые возможности для фальсификации отчетности. Однако в период технологических изменений биржевые скандалы не преходящее событие: они представляют собой лишь верхушку айсберга, скрывающую культуру растущего эгоизма, появление

которой обусловлено изменением этики крупного американского бизнеса (44, с. 37).

Об этических установках высшего американского менеджмента свидетельствует, например, тот факт, что при всех декларациях о соблюдении равновесия между интересами акционеров и других стейкхолдеров, в 1990-е годы рост вознаграждений менеджеров составил 570% при росте прибыли на 114% и стагнации заработной платы. Таким образом, акционеры подкупили менеджеров, не получив за это компенсации, что привело к падению доверия между экономическими агентами (44, с. 37). В России, несмотря на огромный разрыв в доходах, темпы роста зарплат наемных топ-менеджеров значительно опережают европейские и американские. В 2005 г., по оценке «Mercer Human Resource Consulting», рост зарплат топ-менеджеров в России составил примерно 20–25%, а в 2007 г., по прогнозу международной консалтинговой компании «Наш Групп», рост их реальных доходов (с учетом инфляции) составит 4,9–6%. Как отмечается в ее докладе, содержащем прогнозы темпов роста заработных плат в 50 странах мира, разрыв между доходами рядовых сотрудников и менеджеров высшего звена в России не только выше, чем в западных странах, но и продолжает расти. Согласно выводам департамента стратегического анализа компании ФБК, сходные оценки относятся и к работникам в государственной сфере, где «произошел неоправданный рост денежных выплат, никак не коррелирующий с изменениями эффективности управленческого труда» (14; 15).

Следует признать безусловно безнравственным существование чрезмерного неравенства в доходах. В 1930-е годы подобное неравенство, возникшее на Западе вследствие индустриальной революции, по мнению П. Друкера, породило чувство безысходности и отчаяния в низших слоях общества. Отмечая, что такая ситуация послужила в свое время почвой для фашистских настроений, П. Друкер высказывает опасение относительно возможности ее повторения, что имело бы чудовищные, по его мнению, последствия. «Я уверен, что менеджеры, которые сами себе платят сумасшедшие зарплаты и в то же время сокращают рядовых служащих, поступают аморально. Такое поведение непростительно с точки зрения этических и общественных норм» (4, с. 162).

Новая организационная культура и предпринимательская этика, обусловленные, прежде всего объективными процессами изменения структуры собственности, ростом значения публичных

корпораций и институциональных инвесторов, отражающих более широкие по сравнению с частными вкладчиками общественные интересы, выражаются в изменении роли предприятий в современном обществе и принципов оценки их эффективности. Современные социально-экономические условия промышленно развитых стран, возникшие в результате структурных и технологических изменений в экономике, под давлением со стороны наемного труда и общественного мнения, а также объективных требований общественного прогресса и устойчивого развития, требуют от предпринимательских кругов, руководителей предприятий отказа от принципа «экономическая и финансовая эффективность любой ценой» (22, с. 42) и традиционных методов управления.

Предприятие не может больше действовать, руководствуясь только логикой экономических результатов, оно должно не только создавать богатство и рабочие места, но и приносить пользу гражданскому обществу, т.е. способствовать улучшению условий жизни, в наиболее полной мере удовлетворять потребности всех соучастников и заинтересованных групп – собственников, работников, потребителей, пользователей и общества в целом. Растет убежденность, и не только на теоретическом уровне, в том, что устойчивость предприятия обеспечивается равновесием его привлекательности для акционеров, работников, клиентов, поставщиков и гражданского общества. Как образно выразился французский специалист А.-И. Портнофф, капитализм, опирающийся только на финансовый капитал, уязвим так же, как одноногий бегун, пустившийся в бег с препятствиями (44, с. 37).

Развивается новая парадигма, согласно которой целью компании является не только увеличение прибыли, но и частичное удовлетворение общественных интересов. Появляются новые понятия культуры предприятия, социальной ответственности предприятия и т.д., основанные на общей идее: государство одно не может решить все проблемы общества. Высказываются предложения о том, что культура и ценности предприятия должны учитываться при его оценке. Из такого признания частным предприятием общественных интересов вытекают три направления этики: деловая этика, провозглашающая социальную ответственность предприятия его моральной обязанностью; направление, рассматривающее бизнес и общество как две взаимосвязанные системы; социальный менеджмент, призванный обеспечить повышение результативности предприятий при учете социальных требований (28, с. 7, 9).

Хорошо известно, что японская организационно-управленческая культура связана с ключевым значением, придаваемым человеческим ресурсам. Японские фирмы ведут огромную организационную работу в этой области, которую характеризуют интенсивное обучение, практика долгосрочного найма, ротация, участие в процессе принятия решений и т.д. От европейских фирм их отличает широкое развитие горизонтальной координации между подразделениями, основанной на обмене компетенциями, а не на специализации, организационной гибкости и прагматизме. Все эти характеристики тесно взаимосвязаны и в целом способствуют формированию адаптивной рабочей силы, готовой к нововведениям. Как показывают обследования, европейские организации в настоящее время также расширяют и интенсифицируют горизонтальные связи и даже опережают в этом процессе японские (43). В то же время в японских фирмах происходит постепенная эволюция традиционных элементов управления человеческими ресурсами. Это касается, например, введения оплаты по результатам и соответствующих процедур оценки. Одновременно происходит сокращение звенности управленческой иерархии. Японские фирмы испытывают потребность в сокращении затрат и придании гибкости системе управления человеческими ресурсами.

Таким образом, в последние десятилетия под влиянием ряда факторов – глобализации, создания сетевых структур, стратегических альянсов – происходит некоторое сглаживание различий организационных форм и стилей управления, но, как указывают исследования, если направления изменений в целом сходны, то их интенсивность во многом различна, поэтому следует избегать простых выводов о конвергенции.

Указанные явления говорят о том, что, хотя тенденция «американизации» расширяется, она относится только к специфическим методам менеджмента, и нет основания полагать, что все будут копировать все, что возникает в корпоративной Америке, как и в Европе или Японии. В поисках новых управленческих стимулов, отмечают Э.Х. Шли и М. Уорнер, следует отбирать лучшее, что имеется в различных культурах (45, с. 47). Таким образом, движение к смешанным, гибридным формам является одновременно и рекомендацией, и констатацией реально происходящих процессов.

Рост и процветание любой экономики, как известно, зависят от интенсивности предпринимательства и инноваций, т.е. в конечном счете от эффективности мотивации людей, являющихся про-

водниками этих процессов, от применения их творческих способностей и созидательного предпринимательства. Важный вывод состоит в том, что для реализации этих условий необходима институциональная и социокультурная среда, стимулирующая предпринимательское и инновационное поведение. В этой системе факторов, безусловно, важная роль принадлежит конкуренции, однако эти процессы не могут и не определяются исключительно действием рыночных сил. И если конкуренция играет, скорее, роль внешнего стимулятора, то предпринимательская культура и деловая этика – не менее важного – внутреннего.

### Список литературы

1. Быть честным – стратегически выгодно // NBJ: Национальный банковский журнал. – М., 2007. – № 7. – С. 28–32.
2. Веблен Т. Теория делового предприятия. – М.: Дело, 2007. – 288 с.
3. Грэттон Л. Демократическое предприятие. – СПб.: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 282 с.
4. Друкер П. Управление в обществе будущего. – М. и др.: Вильямс, 2007. – 306 с.
5. Культура организации: Проблемы формирования и управления / Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П.; Междунар. акад. менеджмента, Ин-т пробл. экон. возрождения. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 213 с.
6. Культурология: Учеб. для вузов / Под ред. Эренграсс Б.А. – М.: Оникс, 2007. – 479 с.
7. Митяшова Л. Конец войне компроматов // NBJ: Национальный банковский журнал. – М., 2007. – № 7. – С. 98–99.
8. Олсон М. Роль нравственности и побудительных мотивов в обществе // Вопросы экономики. – М., 1993. – № 8. – С. 28–31.
9. Поумер М. К пониманию переходной экономики // Экономическая наука современной России. – М., 1999. – № 2. – С. 59–77.
10. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с.
11. Стиглиц Д., Эллерман Д. Мосты через пропасть: Макро- и микростратегии для России // Пробл. теории и практики упр. – М., 2000. – № 5. – С. 18–24.
12. Тарасов А.Н. Психология лжи в бизнесе: Дурная бесконечность. – М.: Кн. мир, 2007. – 607 с.
13. Теория государства и права: Учебник / Под ред. Бабаева В.К. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрист, 2007. – 637 с.



14. Экономика не поспевает за зарплатами топ-менеджеров // Газета.ру. 12.04.2006. – Режим доступа: <http://www.astera.ru/news/?id=35414>
15. Эффект сломанной линии. Почему у топ-менеджеров зарплаты растут быстрее, чем у сотрудников среднего звена // Ведомости. 20.03.2007. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/print.php?id=16844>
16. Янжул И. Экономическое значение честности. – М., 1912. – 27 с.
17. Ясин Е.Г. Модернизация и общество: К VIII Междунар. науч. конф. «Модернизация экономики и обществ. развитие», 3–5 апр. 2007 г., Москва / Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2007. – 114 с.
18. Albaum G., Peterson R.A. Ethical attitudes of future business leaders: Do they vary by gender and religiosity? // *Business a. society*. – L., 2006. – Vol. 45, N 3. – P. 300–321.
19. Baumol W.J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine // *Small business economics*. – Dordrecht etc., 2004. – Vol. 23, N 1. – P. 9–24.
20. Buller P.F., Kohls J.J., Anderson K.S. When ethics collide: Managing conflicts across cultures // *Organizational dynamics*. – N.Y., 2000. – Vol. 28, N 4. – P. 52–66.
21. De George R.T. The status of business ethics: Past and future // *J. of business ethics*. – Dordrecht, 1987. – Vol. 6. – P. 201–211.
22. Detrie Ph. Les nouveaux defies de l'entreprise responsable // *Problemes econ.* – P., 2006. – N 2899. – P. 42–47.
23. D'Iribarne Ph. Management et differences culturelles // *Problemes econ.* – P., 2000. – N 2668. – P. 27–30.
24. D'Iribarne Ph. Management des entreprises et diversite culturelle // *Futuribles*. – P., 2004. – N 295. – P. 57–70.
25. Donaldson T. The ethical wealth of nations // *J. of business ethics*. – Dordrecht, 2001. – Vol. 31, N 1. – P. 25–36.
26. Estay Ch. Setting up businesses in France and the USA: A cross cultural analysis // *Europ. management j.* – Oxford, 2004. – Vol. 22, N 4. – P. 452–463.
27. Fulmer R.M. The challenge of ethical leadership // *Organizational dynamics*. – N.Y., 2004. – Vol. 33, N 3. – P. 307–317.
28. Galavielle J.-P. De l'ethique economique a l'ethique des affaires // *Problemes econom.* – P., 2003. – N 2811. – P. 6–15.
29. Glunk U., Heijltjes M., Olie R. Design characteristics and functioning of top management teams in Europe // *Europ. management j.* – Oxford, 2001. – Vol. 19, N 3. – P. 291–300.
30. Goodpaster K.E. Business ethics // *Encyclopedic dictionary of business ethics*. – Cambridge (MA): Blackwell, 1997. – P. 51–57.
31. Gratchev M.V. Making the most of cultural differences // *Harvard business rev.* – Boston, 2001. – Vol. 79, N 9. – P. 28–30.

32. Kanter R.M. Collaborative advantage: The art of alliances // Harvard business rev. – Boston, 1994. – Vol. 72, N 4. – P. 96–108.
33. Klarsfeld A., Mabey C. Management development in Europe: Do national models persist? // Europ. management j. – Oxford, 2004. – Vol. 22, N 6. – P. 649–658.
34. Kotter J.P., Heskett J.L. Corporate culture and performance. – N.Y.: Free press, 1992. – VIII, 214 p.
35. Landes D. The wealth and poverty of nations. – N.Y.: Norton and Company, 1998. – XXI, 650 p.
36. Lessem R. Managing in four worlds: Culture, strategy and transformation // Long range planning. – Oxford etc., 2001. – Vol. 34, N 1. – P. 9–32.
37. Lawrence P., Vlachoutsicos Ch. Joint ventures in Russia: Put the locals in charge // Harvard business rev. – Boston, 1993. – Vol. 71, N 1. – P. 44–54.
38. Mazza C., Sahlin-Andersson K., Pedersen J.S. European constructions of an American model // Management learning. – L., etc., 2005. – Vol. 36, N 4. – P. 471–491.
39. McCarthy D., Puffer S. Corporate governance in Russia: Towards a European, US, or Russian model? // European management j. – Oxford, 2002. – Vol. 20, N 6. – P. 630–640.
40. Merritt J. For MBAs, soul searching // Business week. – N.Y., 2002. – September 16. – P. 64–66.
41. Our creative diversity. Report of the World Commission on Culture and Development (WCCD). – Paris: UNESCO, 1997. – Mode of access: [http://www.unesco.org/culture/policies/ocd/html\\_eng](http://www.unesco.org/culture/policies/ocd/html_eng)
42. Parboteeah K.P., Cullen J.B., Victor B., Sakano T. National culture and ethical climates: A comparison of US and Japanese accounting firms // Management international rev. – Wiesbaden, 2005. – Vol. 45, N 4. – P. 459–481.
43. Pettigrew A., Massini S., Numagami T. Innovative forms of organizing in Europe and Japan // Europ. management j. – Oxford, 2000. – Vol. 18, N 3. – P. 259–273.
44. Portnoff A.-Y. Le capitalisme unijambiste // Futuribles. – P., 2004. – N 294. – P. 35–40.
45. Schlie E.H., Warner M. The «americanization» of German management // J. of general management. – Oxford, 2000. – Vol. 25, N 3. – P. 33–49.
46. Schwartz M.S., Weber J. A business ethics national index (BENI): Measuring business ethics activity around the world // Business a. society. – L., 2006. – Vol. 45, N 3. – P. 382–405.
47. The good company: A survey of corporate social responsibility // Economist. – L., 2005. – Vol. 374, N 8410. – Jan. 22. – P. 1–18.
48. Thiolon J.-P. La médiation bancaire // Rev. du Trésor. – P., 2006. – A. 86, N 12. – P. 853–861.
49. Velasquez M.G. Business ethics: Concepts and cases. – Upper Saddle River (N.J.): Prentice Hall, 2006. – 448 p.

50. Yagi K. Evolutionary reading of Max Weber's economic sociology – A reappraisal of «Marx–Weber problem» // Evolutionary a. institutional economics rev. – Tokyo, 2007. – Vol. 3, N 2. – P. 189–208.

**М.А. Положихина**

**КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИЙ:  
ФОРМИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭВОЛЮЦИИ**

Изучение культуры организаций было начато в 30-х годах прошлого века в Чикаго группой ученых во главе с Э. Мэйо (в компании «Western Electric»). Всплеск интереса к этой проблематике приходится на начало 1980-х годов, когда в условиях экономического кризиса в США стало очевидно, что традиционная «рациональная модель» мало пригодна для эффективного управления в условиях обостряющейся конкуренции. Благодаря работам У. Оучи (15), Т. Питерса и Р. Уотермена (16), проанализировавших опыт ряда эффективных американских корпораций и особенности японской системы управления, в менеджменте произошла «культурная революция», связанная с переосмыслением значимости человеческого фактора в управлении (9, с. 13–14).

В дальнейшем содержание и география исследований расширились, распространившись и на другие страны. В 1990-е годы в управленческий и научный лексикон вошло понятие «корпоративная культура» (2, с. 28), хотя само явление и термин существовали значительно раньше.

Еще в древности чувство корпоративности привело к формированию соответствующих внутренних норм и правил, которые неукоснительно соблюдались. Впоследствии они трансформировались в корпоративные ценности и принципы, которые в обязательном порядке должны были разделяться и приниматься теми, кто хотел стать членом корпоративного объединения (4, с. 13–15). В Средние века подобные корпоративные правила и нормы существовали в различных профессиональных группах: у студентов, ремесленников, купцов. Гильдии купцов, цехи ремесленников наряду с технологическими секретами мастерства имели определен-

ные «кодексы чести», трудовой этики, которые передавались от отца к сыну и нарушение которых вело к исключению из цеха (гильдии).

В России идеология корпоративности ярко проявлялась у большей части дворянства, а впоследствии и у купечества и предпринимателей, объединенных в разноуровневые, а следовательно, и разностатусные гильдии. Среди части купечества важными регуляторами поведения и отношений были ценности, принципы и нормы, сформулированные в виде афоризмов «честь дороже денег» и т.п. В 1912 г. российскими предпринимателями были приняты «Семь принципов ведения дел в России». В их число входили: уважение власти, честность и правдивость, уважение права частной собственности, любовь и уважение к человеку труда, верность своему слову, целеустремленность, жизнь по средствам (14, с. 90–91). Были, однако, и другие нормы: «не обманешь, не продашь», однако подобная ориентация зачастую закрывала доступ в купеческую элиту, т.е. блокировала перспективы умножения капитала.

В настоящее время ученые и практики во всем мире проявляют повышенный интерес к культуре организаций, о чем свидетельствует большое количество публикаций и аналитических обзоров психологов, культурологов, социологов, экономистов и менеджеров. Изучение данного феномена показало, что сильная культура оказывает мощное позитивное влияние на профессиональную деятельность, повышая ее эффективность. Организации с сильной внутренней культурой не нуждаются в развитой бюрократической иерархии и системе контроля, в конкретных ситуациях ее члены принимают правильные решения, руководствуясь своими культурными нормами и правилами. Некоторые авторы считают, что сильная и отличительная культура способствует объединению индивидуумов в команду или организацию, утверждая, что адекватная форма культуры – ключевой элемент успешного выполнения задания.

Наоборот, слабая внутренняя культура организации провоцирует нарушения трудовой дисциплины, высокую текучесть кадров, ведет к снижению показателей эффективности деятельности предприятия. Выявлена также прямая связь между культурной средой организации и качеством продукции (11, с. 116). В развитии корпоративной культуры специалисты видят резервы повышения эффективности деятельности без крупных капитальных вложений.

Некоторые исследователи связывают концентрацию внимания на духовных элементах культуры организаций в западных странах с высоким уровнем их обеспеченности материальными элементами. Исследования американских психологов свидетельствуют, что у современного американца физиологические потребности удовлетворены на 90%, потребности в безопасности – на 70%, в уважении – на 40%, в самоактуализации – на 15%. В этих условиях американским менеджерам для стимулирования сотрудников приходится обращать внимание на удовлетворение высших, духовных потребностей (3, с. 24).

Однако, несмотря на большое количество теоретических и эмпирических работ, посвященных различным аспектам культуры организаций, в данной области еще существует много неисследованных проблем. В частности, весьма противоречивы взгляды разных исследователей на само понимание и определение организационной и корпоративной культуры, их структуру, механизмы возникновения, проявления, действия и изменения (2, с. 24–26). В связи с разногласиями по поводу адекватного способа измерения факторов эффективности затруднен анализ зависимостей между организационной культурой и экономической эффективностью и т.д. Главная причина такого положения заключается в сложности феномена культуры организации, изучение которого имеет междисциплинарный характер.

Для России вопросы культуры организаций особенно актуальны в связи с вовлечением страны в процессы глобализации, созданием совместных предприятий и выходом российских компаний на иностранные рынки. В середине 90-х годов прошлого века можно было наблюдать, как возникал «культурный шок» в российских деловых кругах от знакомства с культурой зарубежных организаций и как возникал «культурный шок» в западных деловых кругах от знакомства с российской деловой культурой (9, с. 148). Хотя научная организация труда и управления в России имеет длительную историю и богатый опыт, прежние методы уже не отвечают реальным условиям. Для современного эффективного менеджмента необходимо понимание механизмов функционирования организации и сознательное управление ее культурой. В настоящее время происходит активное освоение отечественной наукой зарубежных теорий и моделей управления, а также их адаптация и применение на практике.

## Современные теоретические представления о культуре организаций

Применительно к культуре организаций существует множество понятий и их определений, которые часто используются как синонимы. В этом отражается как сложность самого явления и его развитие, так и процесс углубления научных знаний. Сказывается также влияние разных подходов к изучению культуры организаций. В отечественной науке, кроме того, проявляется смешение прежних (выработанных в советское время) понятий и определений и западных, прежде всего американских, терминов и подходов.

Основываясь на историко-генетическом подходе, можно выстроить следующую иерархическую систему, в которой каждое из последующих понятий, относящихся к культуре организации, «уже» предыдущего:

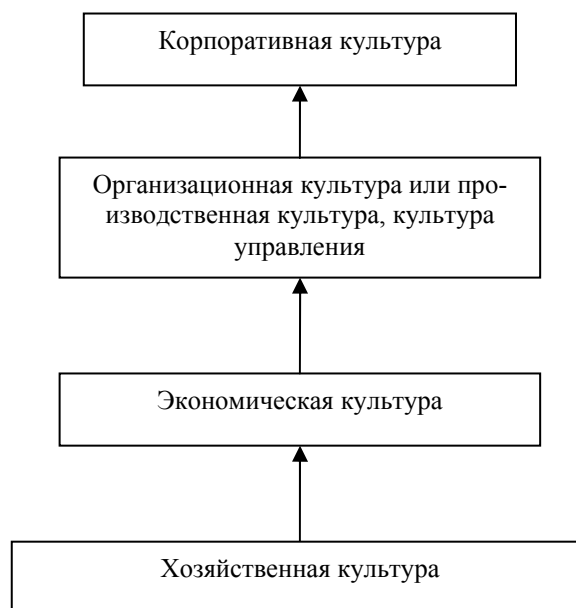


Рис. 1. Система понятий, относящихся к феномену «культура организации».

*Хозяйственная культура* – система ценностей, смыслов, символов, знаний, традиций, обеспечивающих мотивацию и регуляцию хозяйственной деятельности, определяющих форму ее осуществления, а вместе с тем и восприятие ее обществом (22, с. 9). В хозяйственной культуре выделяют *срединную, специализированные и экстремальные формы* (12, с. 107–108).

*Экономическая культура* – ценностно-мотивационная система, «проекция» культуры (глобальной, национальной и региональной) на сферу социально-экономических отношений. Она включает артефакты, ценности, установки, верования, модели и нормы поведения, возникающие в результате хозяйственной деятельности и касающиеся процессов распределения ресурсов. В соответствии с областью поведения в экономической культуре выделяются следующие виды: культура труда, инвестиционная или сберегательная культура, потребительская культура и предпринимательская культура (17, с. 71–78).

*Организационная культура* – совокупность формальных и неформальных правил и норм деятельности, ценностей, убеждений, культурных образцов, включенных во все сферы жизнедеятельности организации и задающих работникам ориентиры поведения, позволяющие справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции, предопределяющих конкурентоспособность данной организационной структуры. Организационная культура одновременно предстает и как продукт, и как основа организационного развития и функционирования организации с целью улучшить ее адаптацию к требованиям технологии, человеческого фактора и рынка (2, с. 29).

В отечественной литературе, особенно советского периода, преобладали понятия «культура производства» и «культура труда». Безусловно, материальные элементы культуры предприятия оказывают столь же сильное влияние на конечные результаты и имидж фирмы, как и духовные. Учитывая отечественный опыт, понятия производственной культуры, культуры управления, культуры ведения бизнеса можно считать синонимами организационной культуры, хотя при их использовании есть свои нюансы.

Еще больше противоречий и разнообразия существует в определении корпоративной культуры. Например, Т.О. Соломанидина приводит тридцать три определения разных авторов (18, с. 8–13). Корпоративную культуру рассматривают или как один из типов (элементов) организационной культуры (например, Р. Акофф), или



как тождественную последней (Т. Дил, А. Кеннеди, Э. Шейн). Представляется, что больше оснований существует для разделения этих понятий.

Так, А.М. Логвинов отмечает, что корпоративная культура – это культура больших (производственных, коммерческих) организаций (12, с. 130). Корпоративная культура включает в себя множество организационных субкультур, характерных для подразделений корпораций. Она оказывается эффективной, если сохраняет единство многообразия в корпорации (9, с. 117–118).

*Корпоративная культура* – это высший уровень развития организационной культуры, проявляющийся в активной роли смысловых систем, определяющих добровольное принятие миссии, ценностей, традиций, норм и правил организации, регулирующих поведение, деятельность, общение и отношения ее работников (4, с. 24). При чем корпоративная культура – это инновационная форма культуры на основе системы ценностей социального партнерства и социально-этической ответственности, разделяемых обществом и сообществом корпораций, которые определяют их поведение, характер деятельности и менеджмента (2, с. 32).

Приведенные высказывания отражают представления о трансформации традиционного понятия корпорации (как организационного объединения на основе частногрупповых интересов) в современное, в рамках которого возникает новая корпоративная философия с ценностями «общей судьбы». Согласно этим представлениям, современная корпорация – это продукт постиндустриального типа хозяйствования, в котором человеческие ресурсы приобретают стратегическое значение и роль важнейшего фактора экономического успеха (6, с. 115).

Возможность использования всех перечисленных понятий применительно к культуре организаций как синонимов обусловлено тем, что они имеют одну общую основу – отношение к труду. Труд как категория охватывает не только непосредственно производственный, физический труд, но и труд по управлению и организации производства, труд предпринимателя, интеллектуальный труд в сфере духовного производства. Каждый из этих видов труда имеет свою собственную культуру, обладает собственной ценностью, престижем, мотивациями и т.д. Трудовая культура является результатом исторического развития общества. Она непосредственно влияет на развитие экономики, обеспечивая мотивацию и моральную регуляцию хозяйственной деятельности (12, с. 112).

Трудовая культура играет решающую роль в формировании культуры на конкретном предприятии (17, с. 72).

По мнению Ю.Д. Красовского, в настоящее время среди множества подходов к изучению бизнес-организаций ведущим в осмыслении тенденций организационного развития корпораций является культурологическое направление (9, с. 43–44).

Впервые культуру деловой организации как систему представил Э. Шейн (21). Согласно его концепции, выделяются три уровня организационной культуры: поверхностный уровень – совокупность наблюдаемых событий (формально – ролевая структура, стиль руководства, система коммуникаций, организационные процедуры, социальные технологии, традиции, ритуалы, обычаи, язык и др.); подповерхностный уровень – осознаваемая работниками идеология (нормы, ценности, убеждения и т.д.) и глубинный уровень – базовые представления работников (9, с. 45).

Отечественные исследователи предлагают следующую структуру оргкультуры: культура условий труда, средств труда и трудового процесса, межличностных отношений, управления и персонала (18, с. 70–71). Выделяются также культурное ядро организации – управленческая команда во главе с лидером (9) и функции оргкультуры: познавательная, ценностнообразующая, коммуникационная, нормативно-регулирующая, мотивирующая, инновационная, стабилизационная (18, с. 16–19).

Существует большое количество зарубежных и отечественных типологий культур, которые основываются на различных подходах и принципах (признаках) разграничения: Ч. Хэнди, М. Бурке, С. Медока и Д. Паркина, Р. Блейка и Д. Мутона, У. Ноймана (18, с. 42, 43–48, 50–52), Ю.Д. Красовского и т.д. (6; 3, с. 22; 4, с. 31–32). Такое разнообразие типологий обусловлено тем, что оргкультура компаний определяется не одним или двумя факторами, а достаточно большой совокупностью взаимосвязанных элементов. Характерно, что по одному признаку две компании могут относиться к одному типу, а по другому признаку – к разным типам культур. Приоритет в таком случае отдается характеристикам более глубокого уровня (18, с. 67).

Можно выделить следующие критерии для классификации организационных (корпоративных) культур: по субъектам (носителям) – персонал, менеджеры, владельцы, сама организация; по сфере приложения усилий и профессиональным признакам деятельности. Причем сфера профессиональной деятельности может рассматри-

ваться и узко, и широко. Например, Р. Рюттингер выделял культуру торговли, административную культуру, спекулятивную торговлю и инвестиционную культуру (3, с. 28–30; 18, с. 38–41). Ряд отечественных специалистов предлагают рассматривать оргкультуру государственной службы (федерального и регионального уровня), местного самоуправления, политических организаций, экономических систем, производственных и творческих коллективов, государственных организаций и учреждений (3, с. 33).

На основании доминирующей системы ценностей выделяют индивидуалистическую и коллективистскую культуру, в зависимости от характера властных отношений – демократическую и авторитарную культуру, по структуре организации – культуру «паутины», храма, целевую и точечную культуры (12, с. 123–133).

Голландский исследователь Г. Хофстед на основе опроса 60 тыс. респондентов в 70 странах мира разработал многофакторную модель ценностей, характерных для той или иной организационной культуры (24). Различные сочетания пяти факторов (индивидуализм – коллективизм, большая – малая дистанция власти, сильное – слабое избегание неопределенности, маскулинизация – феминизация, долгосрочная – краткосрочная организация) позволили ему составить «культурные карты» организаций более чем 70 стран мира. Благодаря этой модели оказалось возможным не только оценить совместимость организационных культур, присущих разным странам, но и прогнозировать развитие культурных конфликтов.

Необходимо также отметить «рамочную конструкцию конкурирующих ценностей» К. Камерона и Р. Куина (5). Сконструированная ими базовая модель состоит из четырех координатных осей, на которых откладываются значения следующих параметров организационной культуры: гибкость и дискретность, стабильность и контроль, внешний фокус (рынок) и дифференциация, внутренний фокус (организация) и интеграция. В образовавшихся четырех квадрантах располагаются четыре типа организационных культур: иерархическая, рыночная, клановая и адхократическая (9, с. 47–48). В настоящее время широко используются различные модификации модели К. Камерона и Р. Куина (3, с. 34–36). Согласно данным, приводимым Т.О. Соломанидиной, в организациях США доминирует рыночная культура (0,33), на втором месте – бюрократия (0,23), на третьем – клановая культура (0,21) и на четвертом – адхократия (0,13) (18, с. 560).

Основными моделями анализа влияния культуры на организацию являются модели В. Сате, Т. Питерса–Р. Уотермена, Т. Парсонса, Р. Квина–Дж. Рорбаха, Д. Денисона (18, с. 593–600; 11, с. 90–93). Например, эффективность корпоративной культуры, по мнению К. Фейя и Д. Денисона, определяется такими характеристиками, как высокая вовлеченность сотрудников (включая делегирование полномочий, командную работу, развитие персонала), согласованность действий (наличие базовых ценностей, координации и согласия в коллективе), адаптивность (управление изменениями, ориентация на потребителя, организационное обучение) и миссия (стратегический фокус, цели и задачи, видение). Некоторые отечественные исследователи предлагают для оценки эффективности оргкультуры использовать показатели ресурсоотдачи, индекс культуры и еще ряд вспомогательных показателей (11, с. 102–106).

### **Внешние факторы формирования культуры организаций**

Культура организации формируется под воздействием различных, как внешних, так и внутренних факторов. Среди факторов внешнего окружения важнейшими являются национальная культура и деловая среда (как в целом, так и отраслевая).

Как уже отмечалось, ядром организационной (хозяйственной в целом) культуры является ценностные отношения к труду, богатству, накоплению, экономической деятельности вообще. На протяжении значительного времени поведение людей, в том числе и экономическое, определяла религиозная этика. При этом разные религии закладывали различные этические основы хозяйственной (организационной) деятельности. М. Вебер (1) указал на связь западной предпринимательской культуры с протестантской этикой, трактующей труд как высшую добродетель, а богатство – как благословение Божие, которое в то же время налагает на его владельца ответственность перед Богом. Идеалом этой философии является кредитоспособный человек, а умножение капитала – самоцель и вопрос долга. Протестантское учение до сего дня неизменно считает предпринимательство почетным занятием, а частную собственность – божественным институтом (11, с. 11).

Православное христианство не нацеливало славян на получение жизненных благ, а наоборот, призывало отказаться от них ради блаженства после смерти. По мнению ряда исследователей, православие не имеет экономической концепции, так как его основная

цель – попечение о спасении души (4, с. 118–119). Физический труд, производство потребительских благ заняли в православной культуре подчиненное место по сравнению с трудом духовным, молитвой. Это обусловило «нерыночность» русского национального характера, преобладание этики выживания, отношение к накопительству и собственности как к отрицательным ценностям. Богатство в православии не имеет самостоятельной ценности, в связи с этим в России никогда не было «культы миллионера», как в Америке. Напротив, многие известные российские предприниматели (Рябушинские, Морозовы, Солдатенковы, Гучковы) были из староверов, которые являли собой некий российский аналог западным протестантам (11, с. 11).

Хозяйственная (организационная и т.п.) культура существует в определенных пространственных и конкретно-исторических условиях, испытывает воздействие со стороны географических факторов (особенностей климата, местонахождения страны, наличия в ней водных и иных путей сообщения, размеров ее общей и сельскохозяйственной территории, полезных ископаемых, плодородия почвы и т.д.) и со стороны факторов времени (тот или иной период исторического развития данного общества, воздействие на него иных культур). Так, наличие огромных неосвоенных пространств привело к доминированию в России экстенсивного типа хозяйства; относительно суровый климат в сочетании с большим пространством предопределил необходимость коллективного труда. С этим во многом связана необычайная стойкость в России такой организации хозяйства, как община, отдельные элементы которой даже после революции 1917 г. сохранялись в колхозах. Раз возникнув под влиянием географических и иных факторов, форма организации хозяйства, укрепившись, оказывает значительное влияние на другие стороны жизни общества (правовую и политическую культуру, науку, искусство и т.д.) (11, с. 11).

Ряд исследователей полагают, что различия в национальных культурах более значимы, чем влияние корпоративных культур. Так, А. Лоренц обнаружил, что в различных национальных культурах сформировались разные концепции организаций. Менеджеры из латинских культур (итальянцы) воспринимали организацию как социальную систему отношений, контролируемую властью, полномочиями и иерархией в гораздо большей степени, чем их коллеги из Скандинавии. Американцы придерживались «инструментальной» точки зрения на организацию как на набор целей, которые

достигаются посредством определенной иерархической структуры с властными полномочиями на функциональной основе. Французские менеджеры придерживались «социальной» точки зрения на организацию как на коллектив людей, управляемых формальной иерархией, в которой должности определяются в терминах властных уровней и статуса, а властными полномочиями наделены скорее индивиды, чем офисы или функции.

По описанию Р.Д. Льюиса, немецкая деловая культура основывается на приоритете «порядка» – определенных правилах, процедурах и соподчиненности работников «сверху – вниз». Для нее характерны аккуратность и пунктуальность, цепная последовательность действий во времени и завершенность спланированного времени в конечном результате (13, с. 290–300). Английская деловая культура формировалась под влиянием завоеваний Великобритании и отличается некоторым снобизмом и снисходительным отношением к другим культурам. Ее особенностями являются прагматизм и расчетливость во взаимоотношениях с партнерами, приверженность традициям, сдержанность и неторопливость (13, с. 158–161). Считается, что английские менеджеры представляют золотую середину между чрезмерной формальностью, присущей французам и немцам, и преждевременной фамильярностью, характерной для американцев и австралийцев (9, с. 200–202). Американская деловая культура в целом очень прагматична и агрессивна, так как основана на традициях свободного предпринимательства. Ее отличает сочетание личного индивидуализма и подчиненности работников жестким организационным технологиям, стремление к повышению квалификации и умение работать в команде, четкая иерархия отношений и патриотизм (лояльность) (9, с. 250–252, 261). По мнению А.Н. Асаула и других, в Америке доминирует культура успеха, в Европе – согласия, в Японии – синтеза, в России – принадлежности, правил и силы (11, с. 78).

Выделяют также американскую (индивидуалистическую), японскую (групповую) и арабскую (клановую) модели деловой культуры, различающиеся образом поведения (9, с. 31–32). Основными их разграничениями являются представления работников о времени (линейное, событийное или цикличное), а также особенности сочетания деловых и межличностных отношений. «Жесткие» западные культуры и эталонная американская деловая культура обладают организационными технологиями, которые включают работников в определенный темп и ритм работы. Восточные дело-

вые культуры (японская, китайская) ориентируются на самоорганизационный потенциал работников, вовлеченных в семейные и групповые отношения, которые регулируют их отношения по максимуму (9, с. 261–262). Анализ восточных деловых культур показывает их большое сходство в слитности деловых и межличностных отношений, значимости межличностных отношений ритуализированного типа и особых форм «покровительства – почитания» в «патронажном» взаимодействии. Японская и китайская деловые культуры являются культурами «замкнутого» типа, который уникально само реализуется только в своей национальной среде (9, с. 248).

Расхождения национальных деловых культур ярко проявляются в особенностях индивидуалистских и коллективистских позиций. Согласно исследованиям Г. Хофстеда и Х. Триандиса, индивидуалистские деловые культуры распространены в США, Канаде, Великобритании, Ирландии, Франции, Италии, Нидерландах, Бельгии, Дании, Германии, Швеции, Австралии. Коллективистские деловые культуры преобладают в Японии, Китае, Корее, Португалии, Пакистане, Перу, Гватемале, Венесуэле, Колумбии, Коста-Рике, Эквадоре (9, с. 253).

Исторические факторы формирования хозяйственной (и организационной) культуры особенно заметны на примере России. С одной стороны, прослеживается влияние резких изменений общественно-экономической формации и господствующей идеологии (норм и правил, определяемых правящей группой или элитой). В результате в российской экономической (и организационной) культуре отсутствует преемственность, что особенно проявляется в характере предпринимательской и инвестиционной деятельности. С другой стороны, ряд условий веками не меняется. В связи с этим некоторые черты российской хозяйственной культуры очень устойчивы и их можно считать национальной особенностью.

Современная российская деловая культура характеризуется неким промежуточным статусом между этими полюсами индивидуализма и коллективизма. Российских бизнесменов отличает воля к победе и готовность добиваться ее любыми средствами, а также ярко выраженная вера в свои силы и желание действовать. Вместе с тем культурная специфика страны, недавнее прошлое российских организаций и молодость российского бизнеса, обусловили такие черты, как негативное отношение к внешней среде, доминирование личных отношений над профессиональными, неумение работать в команде, отсутствие опыта и культуры развития персонала (значи-

тельное количество руководителей не имеют специального управленческого образования), бюрократический стиль руководства, чрезмерный контроль и нечеткое распределение обязанностей (18, с. 468–470).

Российская деловая культура складывается в условиях, когда ситуация вынуждает менеджеров быстро реагировать на изменения, происходящие в период реформ, и компенсировать недостатки противоречивой внешней среды своими действиями. В настоящее время в российских компаниях наблюдается тенденция адаптации к западным деловым культурам и тенденция адаптации западных деловых культур к российскому менталитету. В целом социокультурная интеграция в российском обществе происходит по западному типу, с ориентацией на американскую деловую модель, несмотря на то, что позиции западных фирм с жестко организованными деловыми процедурами сильно отличаются от организационной культуры российских компаний. Развивается и исламский тип бизнес-организаций, который подчиняется законам шариата. Исламская модель бизнеса, основанная на родственных связях, принципах благотворительности, справедливости и беспроцентном кредите, очень привлекательна для верующих-мусульман в ряде регионов России (Северный Кавказ, Республика Татарстан и т.д.) (9, с. 206).

Поскольку социально-экономические трансформации в России не были подкреплены теоретической подготовкой предпринимателей в сфере управления и управленческих технологий, изменение организационной (и корпоративной) культуры происходило стихийно, хаотично, без осознанного внимания со стороны руководства предприятий. Появилось множество разновидностей менеджмента, функционирующего с разной степенью экономической и социальной эффективности. В новых условиях в наиболее выигрышном положении оказались сырьевые и энергетические отрасли экспортной ориентации, предприятия которых достаточно успешно стали осваивать практику и идеологию корпоративного управления, аналогичную западной. Организационная культура большинства предприятий других отраслей базируется на остатках прежней советской организационной культуры и некоторых элементах рыночной, которую с различной долей успеха пытаются вводить высшие руководители предприятий (12, с. 367, 395).

В результате возник некий общий тип российской организационной (и корпоративной) культуры, который отражает отношения автократии, характерные для традиционного управления корпорации с централизованной структурой, с низкой степенью при-



влечения работников к постановке целей и к выбору средств их реализации. Например, установлено, что для Тюменского региона присущ смешанный тип корпоративной культуры с преобладанием адхократического и кланового содержания. На предприятиях царит жесткая иерархическая система управления. Это говорит о конфликте между провозглашаемыми и реальными ценностями с «выходом» на ролевые конфликты и ролевые амбивалентности (2, с. 51–52).

Высшая администрация в новых условиях воспринимается работниками как «чужие», при этом отмечается несовпадение интересов на всех уровнях иерархии. Формируется особая субкультура высшего руководства и его отчуждение от остальных работников. В то же время существенно снизилось внимание к социальным вопросам и, в целом, к «человеческому фактору». Можно говорить, что выбранная (по образцу западного общества) парадигма предпринимательства не принесла ожидаемого эффекта в российских условиях. Большинство населения негативно относится к крупной частной собственности, которая так и не стала легитимной в глазах населения (12, с. 101).

Согласно результатам опроса ВЦИОМ в августе 2005 г., 70% опрошенных считают, что нынешняя элита не соответствует задачам, стоящим перед страной и обществом (18, с. 470–471). Рыночные преобразования негативно сказались и на сфере труда в России: ухудшились условия труда, снизились заработная плата и производительность труда, изменились ценностные ориентации и т.д. (12, с. 311–312). При высоком уровне безработицы работник вынужден мириться с самыми неблагоприятными условиями. Отсюда и жесткий авторитарный, диктаторский стиль управления, и примитивная мотивация «кнута и пряника». Можно констатировать, что за период рыночных реформ российская хозяйственная культура и организационная культура российских предприятий ухудшилась. Опыт показывает, что механическое заимствование неформальных институтов предпринимательской этики, цивилизованного поведения домохозяйств, рыночной культуры государственных чиновников невозможно, необходимо их постепенное формирование и выращивание.

### **Внутренние факторы формирования культуры организаций**

К внутренним факторам формирования культуры организаций исследователи относят историю организации, форму собствен-

ности, размер, технологии, цели и задачи функционирования, персонал, рынки сбыта (10), коммуникации и управленческое взаимодействие, условия труда, базовые представления сотрудников (3). При этом обращают внимание и на такие «динамичные» условия, как защищенность трудоустройства, предлагаемый социальный пакет, возможности подготовки и переподготовки персонала, обустройство рабочего места и продолжительность рабочего дня, ориентация работающих, стиль управления, информационная среда, престиж и имидж организации, личные перспективы работников (4).

Бедущее место среди внутренних факторов формирования культуры организации занимает позиция «первых лиц». Это отчетливо видно на примере многих зарубежных компаний («Форд», «Фиат», «Адидас», «Круп», «Феррари», «Филипс», «Вулворт», «Бенетон») (4, с. 80). В России морально-этические нормы поведения всегда определялись верхами, поэтому для формирования культуры организации очень важна культура руководителя и его трудовое поведение (3, с. 25). В современной корпоративной культуре основными нравственными регуляторами поведения и отношений считаются профессионализм и взаимное доверие, т.е. уверенность в том, что одни люди не будут эксплуатировать добрую волю других (4, с. 86).

Главное отличие внутренних факторов формирования культуры организаций от внешних – возможность осознанного на них воздействия (управления) в рамках конкретного предприятия. В настоящее время это обстоятельство приобретает особую значимость для каждой российской компании.

В целях совершенствования организационной культуры могут быть предложены разные варианты действий, направленные, во-первых, на повышение эффективности культуры организации. В том числе воздействие на организационную эффективность субъекта (научное обеспечение управления, научная организация труда и т.п.); обеспечение эффективности управления (стили управленческой деятельности, формы мотивации труда, дизайн рабочего места, регламенты, социальные предписания и нормы); согласование и оптимизация индивидуальных целей и ценностей с общими (в процессе общения и взаимодействия, ритуалов и традиций); формирование ценностно-организационного единства. Во-вторых, направленные на изменение теневых субкультур, существование которых ведет к таким негативным явлениям, как сговор, раз-

рыв и стопор. В-третьих, на преодоление «культурного шока», возникающего в результате взаимодействия разных культур.

Наряду с сознательным изменением культуры организации может происходить и ее естественная эволюция. Так, иерархические культуры предпочитают перестраиваться в кланово-рыночном направлении, поскольку без рыночных характеристик нельзя выжить экономически, а без клановых – социально. Причем иерархические культуры перестраиваются в максимальной степени, ощущая потребности времени. Клановые культуры продолжают развиваться в том же направлении или перестраиваться в рыночно-административном направлении (18, с. 561).

Необходимо подчеркнуть, что организационная (корпоративная) культура существует в любой организации (корпорации) и формируется либо стихийно, либо специальным образом. Люди не осознают свою культуру, пока она не становится им помехой, пока они не прочувствуют новую культуру на собственном опыте либо пока она не проявится публично или не станет явно видимой сквозь призму какого-то принципа или модели. В большинстве ситуаций она просто не обнаруживает себя явно (3, с. 11).

По мнению Ю.Д. Красовского, управленческими критериями формирования корпоративной культуры являются показатели временной синхронности, пространственной коммуникабельности, конъюнктурной и стратегической управляемости. Эти показатели (идеологемы) образуют управленческую модель корпоративизма. В то же время корпоративная культура каждой компании является уникальной, поскольку формируется в результате «раскручивания» личной управленческой концепции основателя компании. Какова управленческая команда, такова и управленческая культура организации (9, с. 120–121).

### **Направления совершенствования культуры организаций в России**

Современные исследователи сходятся во мнении о специфичности ценностных и мировоззренческих оснований хозяйственной и предпринимательской деятельности в каждой культуре. Модернизация вовсе не требует полного устранения этой специфики. В литературе отмечалось, что одной из важнейших причин неудач или замедлений темпов модернизации является не тормозящее воздействие той или иной хозяйственной культуры или мед-

ленные темпы реформирования традиционной системы ценностей и институтов, а слишком быстрое разрушение старой хозяйственной культуры без создания взамен нового синтетического уровня культуры, на котором устойчивые традиционные архетипы массового сознания и новые ценности могут конструктивно взаимодействовать, усиливая друг друга (12, с. 112–113).

Одной из важнейших характеристик современного российского общества является «ценностной полиморфизм». Отрицательную роль играют такие факторы, как бедность населения<sup>1</sup>, высокий уровень социального расслоения, существенное отставание в качестве жизни от высокоразвитых стран. Отстраненная позиция государства в сфере трудовых отношений, отсутствие в обществе условий для честного труда, недовольство и сопротивление наемных работников (в том числе в форме саботажа) – все это ведет к созданию системы теневых правил, снижает социальную стабильность, престижность работы в сфере материального производства и в целом – трудовую мотивацию населения.

Отечественная практика управления по настоящее время находится, по существу, в плену тейлористско-фордистской парадигмы, провозглашающей принципы глубокого разделения и специализации труда, его унификации, преобладания административных, правовых и экономических методов управления над социально-психологическими (3, с. 25). В связи с этим очевидно, что основным направлением совершенствования культуры организаций в России является *переход от «управления персоналом» к принципу «управления человеческими ресурсами»*, замена авторитета силы на авторитет профессионализма и лояльности (18, с. 472).

Достижению этих целей может способствовать использование международного опыта и рекомендаций. Например, организацией «Круглый стол мирового бизнеса» (создана в 1986 г. бизнесменами из США, Европы и Японии) разработаны «Этические принципы ведения бизнеса», основанные на идеологии японских корпораций («кесей» – «жить и работать вместе») (11, с. 7–8); Исполнительным комитетом Международной торговой палаты в 1996 г. приняты правила в отношении случаев вымогательства и взяточничества при совершении международных сделок; в ОЭСР с 1997 г. действует Конвенция по борьбе с коррупцией (18, с. 484–485) и т.д.

---

<sup>1</sup> Бедность ведет к свертыванию демократии. По мнению американского политолога Ф. Закария, если уровень ВВП на душу населения ниже 3 тыс. долл., то демократические реформы состояться не могут (12, с. 302).

Применение мирового опыта ограничено тем обстоятельством, что формальные нормы эффективны только в том случае, если они не противоречат существующим социальным (общепринятым этическим) нормам. В частности, в российских условиях существует традиционная предрасположенность к патернализму. Отношения предприятий с государством и государственное регулирование экономики и сейчас являются одними из основных элементов хозяйственной жизни. Соответственно, повышение культуры организаций в России во многом связано с действиями государства: совершенствованием нормативно-правовой базы различных видов деятельности, поддержкой малого предпринимательства, развитием образования и т.д. Н.Н. Покровская отмечает, что наиболее проблемным в регуляции современных российских предприятий является *нормативный компонент*, определяющий повседневное конкретное экономическое поведение. Различные типы российских организаций обладают совершенно разными типами нормативной культуры и системами нормативной регуляции своего персонала или партнера (17, с. 197, 200). Соответственно, именно эта сторона организационной культуры требует наибольшего внимания со стороны государства.

В настоящее время позиция бизнес-сообщества в социальной сфере не может быть пассивной. Во всем мире все большее признание получают принципы корпоративной социальной ответственности. Развитие благотворительной деятельности частных организаций, а также добровольное принятие ими дополнительных социальных обязательств не только улучшит социальную обстановку в стране, но и будет способствовать легитимизации частного бизнеса в российском обществе. Внедрение принципов корпоративной социальной ответственности в России необходимо также в связи со старением экономически активного населения, сокращением трудовых ресурсов, уменьшением объема государственных социальных гарантий. Многие российские компании уже реализуют или финансируют программы, направленные на повышение доходов работников, качественное воспроизводство рабочей силы, улучшение экологического состояния окружающей среды. Ряд крупных отечественных организаций ведут соответствующую социальную отчетность. В ближайшие годы предполагается внедрение рейтингов социальной ответственности предприятий, которые станут дополнением к котируемым листам, существующим на фондовых биржах (10, с. 148–153).

Среди основных направлений *внутреннего* совершенствования культуры организаций следует отметить важность развития отношений с акционерами и персоналом. Как отмечает Т.О. Соломанидина, наибольшую эффективность демонстрируют те компании, тип оргкультуры которых соответствует сфере деятельности (бизнеса), а структура и характер принятия решений – стратегии управления человеческими ресурсами. Наоборот, слабая кадровая политика, неэффективная система мотивации, несоответствие квалификации сотрудников предъявляемым требованиям, отсутствие возможностей карьерного роста и обучения, слабое развитие коммуникаций и информированности персонала препятствуют эффективности деятельности предприятий (18, с. 481, 610, 621). Низкая культура отношений с персоналом ведет к высокой текучести кадров и разным формам их деструктивного поведения, включая мошенничество и воровство.

Социологический опрос, проведенный в ноябре 2007 г. Национальным союзом кадровиков России, показал, что одной «белой» зарплаты для квалифицированных специалистов недостаточно. Необходим еще хороший социальный пакет – с дополнительным материальным стимулированием, оплатой мобильной связи, питанием, льготным кредитованием, частными пенсионными программами (23). Формирование условий удовлетворенности трудом и лояльности персонала, в том числе совпадение личных целей и ценностей компании, создание благоприятного социального микроклимата, развитие обучения и коммуникаций, обоснованное мотивирование (условия труда, моральное и материальное стимулирование) являются приоритетными вопросами внутреннего совершенствования культуры организаций.

Формальные факторы, так или иначе регулирующие поведение работников в деловой организации, отражаются в корпоративном кодексе компании. Корпоративные кодексы начали активно разрабатываться в начале 80-х годов прошлого столетия, прежде всего в американских корпорациях, которые пережили «культурный шок», столкнувшись с японской организационной культурой (18, с. 137). В 1999 г. ОЭСР приняла эталонные нормы корпоративного управления, основывающиеся в целом на англо-американской модели управления (25). Попытки создать первые этические кодексы в России начали предприниматься в середине 90-х годов прошлого века. Сейчас в России насчитывается более десятка кодексов поведения, принятых различными профессиональными группами и

компаниями (18, с. 194–196). В 1997 г. был разработан Российский кодекс предпринимательской деятельности, включающий 12 принципов ведения дел в России (14). В 2001 г. Кодекс корпоративного поведения, разработанный Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг (в настоящее время Федеральная служба по финансовым рынкам), был одобрен на заседании Правительства РФ (7; 8).

Качественное улучшение управления, по мнению А.М. Логвинова, – ключ к преодолению современного системного кризиса в России (12, с. 313). Совершенствование культуры организаций становится стратегическим направлением развития социально-трудовых отношений, сглаживающим социальное напряжение между капиталом, трудом и государством в обществе с частной собственностью и рыночной экономикой (6, с. 149).

Для российского общества развитие корпоративной культуры представляет эффективное направление совершенствования социально-рыночной экономической модели по конструктивному, демократическому пути. В связи с этим необходимы соответствующие целенаправленные усилия общественных институтов и самих организаций (6, с. 335). При этом должны учитываться как положительные российские элементы культуры и лучшие черты психологии коллективизма, так и опыт передовых стран по развитию корпоративных отношений и корпоративного управления. Перспективное направление эволюции корпоративной культуры в XXI в. состоит в соединении ее общечеловеческих основ с национальной организационной (хозяйственной) культурой, формировании инфраструктуры взаимодействия государства, бизнеса и общества как механизма регулирования социально-экономических отношений (6, с. 279–294, 297–334).

### **Список литературы**

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения. – М., 1990. – 808 с.
2. Гайдаржи Е.С. Социально-психологическая эффективность корпоративной культуры: (на прим. юга Тюм. обл.) / Тюм. гос. ун-т. – Тюмень: Сити-пресс, 2006. – 126 с.
3. Дубяга В.Ф., Полоскин А.В., Тиунов А.А. Организационная культура российского предприятия. – М., 2007. – 220 с.

4. Зазыкин В.Г., Смирнова И.А. Корпоративная культура организации: Психол.-акмеол. подход / Независ. ин-т гражд. о-ва. – М., 2005. – 127 с.
5. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 311 с.
6. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: Теория и практика. – М.: Альфа-пресс, 2005. – 351 с.
7. Кодекс корпоративного поведения / Беликов И.Б., Блюм Д., Брагинский М.И. и др.; Федер. комис. по рынку ценных бумаг. – М.: Рост Медия, 2002. – 131 с.
8. Кодекс корпоративного поведения / Костиков И.В., Медведева Т.М., Меугер Б. и др.; Федер. комис. по рынку ценных бумаг. – Екатеринбург, 2002. – 101 с.
9. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 391 с.
10. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Дашков и К, 2007. – 215 с.
11. Культура организации: Проблемы формирования и управления / Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П.; Междунар. акад. менеджмента, Ин-т пробл. экон. возрождения. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 213 с.
12. Логвинов А.М. Менеджмент и организационная культура российских промышленных предприятий в 1960–2005 гг.: Кросскультурный анализ. – Красноярск: Политком, 2006. – 600 с.
13. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ.; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. – М.: Дело, 1999. – 439 с.
14. Национальная программа «Российская деловая культура» / Торгово-промышленная палата РФ. – М., 1997. – Режим доступа: <http://www.tpprf.ru/main/committee/kometik/prog>.
15. Оучи У. Методы организации производства: Японский и американский подходы. – М.: Экономика, 1984. – 183 с.
16. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления: (Опыт лучших компаний). – М.: Прогресс, 1986. – 423 с.
17. Покровская Н.Н. Нормативная культура в регуляции экономического поведения / С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. Каф. социологии и упр. персоналом; под ред. проф. Потемкина В.К. – СПб., 2006. – 208 с.
18. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: Учеб. пособие / Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. – М.: ИНФА-М, 2007. – 624 с.
19. Спивак В.А. Корпоративная культура: Теория и практика. – СПб.: Питер, 2001. – 546 с.
20. Чемыхин А.В. Социально-экономические условия развития предпринимательства в России / Курск. ин-т менеджмента, экономики и бизнеса. – Курск, 2006. – 117 с.



21. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ., под ред. В.А. Спивака. – М.; СПб.: Питер, 2002. – 328 с.
22. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. – М.: ИЧП «Изд-во МАГИСТР», 1998.
23. Соцпакет дороже денег // Кадры и образование. – М., 2007. – Декабрь, 11. – С. 10.
24. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values. – Beverly Hills, London: Sage, 1980. – 475 p.
25. OECD Principles of Corporate Governance. – Mode of access: <http://www.corp-gov.ru>.

**Л.А. Зубченко**

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА**

Быстрое распространение в последние годы принципов социально ответственной политики компаний, фондов и банков связано с действием многих факторов, среди которых можно выделить новый подход предприятий и инвесторов к долгосрочным последствиям своей деятельности, давление со стороны гражданского общества и неправительственных организаций, принятие новых законов и правил регулирования бизнеса, появление новых рыночных механизмов и новых инструментов управления рисками. Сегодня все большее число инвесторов и финансовых аналитиков возвращаются к основополагающим принципам ремесла, т.е. анализируют не только экономические, но и социальные последствия инвестиционной политики, прежде чем специалисты в области математики и информатики станут осуществлять свои эконометрические расчеты. В данной работе рассматривается распространение принципов социально ответственной политики западных компаний, фондов и банков.

### **Корпоративная социальная ответственность**

Появление принципа социальной ответственности бизнеса относят к началу XIX в., когда английский социалист-утопист Р. Оуэн одним из первых занялся проблемой ответственности менеджмента как совокупности отдельных личностей, применяющих человеческие и иные ресурсы для достижения корпоративных целей. В последующем по мере становления науки и систем управления предприятиями концепция социальной ответственности бизнеса также развивалась и обогащалась, все больше проникая в практическую деятельность корпораций. Первой основательной работой

по данной проблематике стала книга Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнеса», появившаяся в 1953 г. По его мнению, социальная ответственность бизнеса состоит в «реализации политики, принятии решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества» (цит. по: 5, с. 63). В 1950–1960-х годах корпоративная социальная ответственность (КСО) стала входить в практику управления американских и канадских компаний.

Как свидетельствует мировой опыт последних десятилетий, государственная и социальная политика и рыночная экономика, сохраняя внутренние противоречия, способны взаимодействовать и переходить на позиции сотрудничества. При этом социальная политика «все в большей мере определяет темпы, характер и эффективность экономических процессов, выполняя роль надежного стабилизатора общественного развития» (3, с. 135). Важнейшими характеристиками современного бизнеса как общественного института являются его выход за пределы узкопрофессиональной отраслевой деятельности и расширение его влияния на различные общественные процессы, а также все более активное участие в решении актуальных социальных проблем. В то же время процесс наращивания социальной активности бизнеса имеет глубокие исторические и социокультурные предпосылки. Этот процесс инициируется не только самими компаниями и бизнес-структурами, но и государством, и обществом в целом. КСО – широко распространенный термин, отражающий ответственность корпораций перед различными заинтересованными группами общества, а также означающий набор подходов и принципов, которые используются компаниями на практике.

Бизнес оказывает значительное влияние на сохранение устойчивости развития современного общества. А так как бизнес в целом и отдельные предприятия в частности являются важными составляющими общества, то общественные нормы и нормы морали также должны управлять его поведением. Будучи частью общества, бизнес не может замыкаться на чисто экономических вопросах, а должен действовать социально ответственным образом. В настоящее время большинство специалистов рассматривают КСО как результат стремления компаний добровольно и самостоятельно решать наиболее насущные проблемы общества.

Таким образом, КСО – это отвечающая специфике и уровню развития корпорации, регулярно пересматриваемая и динамично

изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ. Результаты последних содействуют развитию компании (росту объемов производства, повышению качества продукции и услуг и т.д.), улучшению ее репутации и имиджа, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданским обществом.

В настоящее время интеграция концепции КСО в стратегию корпоративного управления становится характерной чертой успешных компаний с мировым именем. С. Классенс, профессор Амстердамского университета, старший советник вице-президента Всемирного банка, выделяет широкое определение корпоративного управления, согласно которому «корпоративное управление включает отношения между акционерами, кредиторами и корпорациями; между финансовыми рынками, институтами и корпорациями; между занятиями и корпорациями. Корпоративное управление может также охватывать социальную ответственность корпораций, в том числе такие ее аспекты, как культурные и экологические последствия» (7, с. 94).

Сегодня можно выделить две основные модели КСО, одну из которых принято называть американской, или англосаксонской, а другую – континентально-европейской, или германской.

В США социальная защита занятого населения трактуется как часть общей системы социальной защиты. В ряде случаев реализация КСО происходит через благотворительные фонды, которые оказывают все большее влияние на социальные программы крупных корпораций. Основная часть мер по внедрению КСО лежит на плечах корпораций, поскольку государство предпочитает минимальное вмешательство в деятельность частного бизнеса. При этом в США в гораздо большей степени, чем в Европе, уделяется внимание таким вопросам, как положение женщин и представителей национальных меньшинств на предприятии.

В Канаде, где концепция КСО во многом схожа с американской, помимо общих мер по социальной защите населения реализуются программы совершенствования качества рабочего места. Перечень мер охватывает борьбу с производственным травматизмом и профессиональными заболеваниями, охрану здоровья работающих, борьбу с безработицей за счет уменьшения текучести кадров. По данным одного из опросов, 72% канадских предпри-

ятий-респондентов заявили, что предприятия должны брать на себя социальную ответственность вместо того, чтобы довольствоваться только получением прибыли (11).

Западноевропейская, или германская модель КСО – это так называемая модель «капитализма участия»; в ее основе лежит концепция, в соответствии с которой лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование корпорации, не просто поддерживают те или иные отношения и связи между собой, но представляют собой спаянные общим интересом образования. Каждый из них, помимо выполнения отведенной ему роли, участвует в решении общих задач в управлении, распределении прибыли, установлении социально-бытовых условий, возникающих как внутри самой корпорации, так и у местного сообщества. От традиционного социального партнерства «компанию участия» отличают более тесные и равноправные отношения работодателей и работников. Во многих странах Европы вопросы КСО являются объектом законодательного регулирования. В 2001 г. во Франции принят закон «О новом экономическом регулировании» (Nouvelles Regulations Economiques – NRE), предписывающий всем компаниям, акции которых котируются на бирже, в своих годовых отчетах раскрывать информацию о своей социальной и природоохранной деятельности.

В Европейском союзе проблема развития КСО вышла на уровень публичного обсуждения в 1996 г. с появлением Европейского движения предпринимателей за социальную консолидацию (EBNSC), учрежденного при поддержке Европейской комиссии (ЕК). С тех пор в ЕС были предприняты меры по распространению принципов КСО среди европейских предприятий. Одной из таких мер, направленных на превращение ЕС в «мировой полюс КСО», явилось объявление в марте 2006 г. о поддержке ЕК инициативы «Европейский альянс за социальную ответственность предприятий» («Alliance européenne pour la responsabilité sociale des entreprises»). Этот альянс открыт для всех европейских предприятий, независимо от их размеров. Как заявил вице-президент ЕК Г. Ферхойген (G. Verheugen), «альянс будет способствовать согласованию экономических, социальных и экологических амбиций ЕС. Подход ЕК к КСО, основанный на принципе добровольности, должен быть более эффективным и менее бюрократическим. Государственные власти должны создавать благоприятный климат для того, чтобы руководители предприятий брали на себя социальную ответственность не только потому, что это приносит им прибыль,

но и затем, чтобы противостоять некоторым вызовам современного общества» (16). Особое внимание ЕК намерена уделять развитию социальной ответственности малых и средних предприятий (МСП), надеясь на то, что это будет способствовать таким позитивным явлениям, как:

- расширение занятости среди обездоленных слоев населения;
- увеличение инвестиций в повышение уровня квалификации занятых;
- лучшее распространение инноваций;
- более рациональное использование природных ресурсов и уменьшение загрязняющих выбросов;
- создание более позитивного имиджа предприятий и их руководства;
- большее уважение фундаментальных прав человека;
- снижение уровня бедности и реализация «Целей развития нового тысячелетия».

Одной из проблем развития КСО, требующей совместных усилий государства и участников рынка, является реализация изменений в глобальной практике корпоративной отчетности, отражающей финансовые и нефинансовые факторы формирования стоимости компаний. В последнее время все больше предприятий разных стран стремятся руководствоваться в своей деятельности правилами и нормами, разработанными международными организациями – ООН, ОЭСР и другими, хотя они и имеют рекомендательный характер.

Глобальный договор ООН (United Nations Global Compact) – крупнейшая в мире добровольная гражданская инициатива, основная цель которой заключается в продвижении КОС, была выдвинута ООН в 2000 г. и в настоящее время насчитывает около 2400 участников во всем мире, объединенных более чем в 80 национальных сетей. В феврале 2006 г. во Франции насчитывалось 433 компании, присоединившихся к Global Compact, в Испании – 368 компаний (в сентябре 2006 г.) (6, с. 28).

Согласно принципам, установленным Global Compact, бизнес должен:

- поддерживать и уважать международно провозглашенные права человека и не быть соучастником нарушения этих прав;
- поддерживать свободу объединений и правильно понимать условия коллективного договора;

- исключать любые формы принудительных и обязательных работ;
- поддерживать полное запрещение детского труда;
- исключить дискриминацию по профессии и месту проживания;
- поддерживать превентивный подход к защите окружающей среды;
- предпринимать инициативы для усиления ответственности по охране окружающей среды;
- способствовать разработке и распространению экологически безвредных технологий;
- бороться с коррупцией во всех ее формах, включая вымогательство и взяточничество.

Как отмечается в Женевской декларации Саммита лидеров Глобального договора ООН, состоявшегося 5–6 июля 2007 г., «Еще никогда в истории цели международного сообщества и глобального делового сообщества не были столь близки. Общность целей, среди которых – формирование устойчивых рынков, борьба с коррупцией, защита прав человека и охрана окружающей среды, дает начало новому уровню партнерства и открытости в отношениях между бизнесом, гражданским обществом, профсоюзами, правительствами, ООН и другими заинтересованными участниками» (2).

Инвесторы и предприятия разных отраслей все чаще присоединяются к Глобальной инициативе в области отчетности (Global Reporting Initiative, GRI), разработавшей Руководство по отчетности в области устойчивого развития, которое включает ряд базовых показателей, относящихся ко всем предприятиям, и ряд дополнительных показателей для отдельных отраслей. В результате принятых мер качество нефинансовых рейтингов предприятий значительно повысилось. Однако, как считают эксперты, работа в этом направлении должна продолжаться. Применение Руководства GRI является добровольным. Оно предназначено для организаций любых типов и масштабов, действующих в любых условиях, – коммерческих и некоммерческих, государственных и частных, производственных и работающих в сфере услуг.

В наши дни КСО становится фактором, определяющим репутацию и влияющим на капитализацию компании. Почти все компании с мировым именем и высокой капитализацией составляют и публикуют отчеты об устойчивом развитии, в которых описывается, как они заботятся о сотрудниках, местном сообществе, окружаю-

щей среде и т.д. Так, «Exxon Mobil» согласилась принять стандарты Всемирной организации труда, «Dell» и «Hewlett-Packard» впервые в компьютерной индустрии приняли политику переработки отходов и т.д. (1, с. 70). Предоставление открытых и подробных отчетов о практике применения принципов Global Compact имеет важное значение, так как позволяет компаниям измерить результативность своей деятельности, а различным заинтересованным участникам – оценить эти достижения.

Эффективная социальная политика позволяет компании быть конкурентоспособной, выживать в сложных обстоятельствах, обеспечивать стабильное и устойчивое функционирование. Социально ответственный бизнес способствует созданию для компании более благоприятного социального окружения, более стабильных внешних условий, увеличивает доверие к ней со стороны общества, инвесторов и акционеров. Распространению КСО во всем мире способствует глобализация, которая изменяет роль бизнеса в обществе. По мере того как углубляется взаимозависимость между рынками, сообществами и отдельными людьми, коммерческие организации сталкиваются с необходимостью решать всё более широкий круг экологических, социальных и управленческих проблем.

### **Развитие социально ответственных фондов**

В последние годы в ведущих странах Запада отмечается быстрый рост так называемых социально ответственных фондов (СОФ), иногда называемых этическими фондами. Деятельность таких фондов стала активно развиваться в США более 30 лет тому назад, что позволило бывшему премьер-министру Великобритании М. Тэтчер заявить о том, что «в сфере финансов солнце встает на Западе». Еще в конце 1920-х годов в США были сформулированы принципы, в соответствии с которыми по моральным соображениям следовало отказываться от участия в капитале компаний, производящих табачные изделия и алкогольные напитки и занимающихся игорным бизнесом; в последующем к этому списку были добавлены порнография, оружие и ядерные материалы. Со временем в США рос объем инвестиций, при принятии решений о которых во внимание принимались не только их финансовые, но и социальные и природоохранные последствия. Эти инвестиции осуществляли различные социально ответственные инвесторы: физические лица, предприятия, университеты, различные фонды (в том числе пен-



сионные), религиозные и бесприбыльные организации. В 1973 г. в США появились муниципальные банки, которые прямо призывали своих клиентов вкладывать средства только в социально ответственные предприятия. В 1982 г. стали создаваться первые организации, специализирующиеся на поиске социально ответственных компаний и консультирующие клиентов по этим вопросам.

Сегодня к СОФ относятся взаимные фонды вложений в акции, облигации или инструменты денежного рынка, которые в своей деятельности руководствуются определенными моральными критериями, начиная с уважения к природе и охране окружающей среды и кончая отсутствием дискриминации работников по половому, возрастному, религиозному и другим признакам. Кроме того, СОФ не ведут операции с ценными бумагами компаний, занимающихся производством табака, оружия, алкоголя, а также азартными играми. Таким образом, в портфеле СОФ должны преобладать ценные бумаги компаний, уважающих права человека и требования охраны окружающей среды. При отборе ценных бумаг, включаемых в портфель СОФ, компании-эмитенты анализируются с точки зрения не только их финансовой рентабельности, но и социальной ответственности. В целом возникновение СОФ отвечает запросам потребителей, которые требуют от производителей товаров и услуг большей прозрачности, искренности и уважения социальных ценностей.

В разных странах СОФ ориентируются на ценные бумаги разных компаний. Например, в Германии и Швейцарии они предпочитают компании, уделяющие особое внимание охране природы, использованию возобновляемых источников энергии, созданию новых рабочих мест, т.е. осуществляющие инвестиции, способствующие устойчивому развитию, при котором одинаково важное значение придается экономическим, социальным и природоохранным аспектам.

Как считают некоторые специалисты, из-за отсутствия точного и законодательно закреплённого определения СОФ, критерии их выделения из числа других фондов часто оказываются размытыми. К тому же сами этические нормы могут различаться не только в разных странах, но и в одной и той же стране, в зависимости от возраста людей, их национальной или религиозной принадлежности и т.д. Часто маркетинговые службы фондов используют вывеску «этических фондов» в целях привлечения клиентов, в действительности не задумываясь о моральных и социальных ценностях.

В то же время многие неэтические («грешные») фонды ведут операции с теми же ценными бумагами, что и этические фонды.

В 2005 г. объем мирового рынка социально ответственных инвестиций составил около 2,8 трлн. долл., в том числе в США – 2,29 трлн., или 80% мирового рынка (1, с. 70). В настоящее время активы СОФ в США составляют 2200 млрд. долл., в Великобритании – 80 млрд. евро, в Швейцарии, Нидерландах и Швеции – немногим более 1 млрд. евро, во Франции – 0,8 млрд. евро (против 0,26 млрд. в 1995 г.) (10, с. 17). Хотя в мире СОФ абсолютно преобладают американские фонды, в последние годы они быстро растут и в других промышленно развитых странах.

Развитию СОФ способствовало расширение пенсионных сбережений наемных работников, которые часто осуществляются в рамках программ крупных компаний и организаций. Страны континентальной Европы отстают в этом отношении от США и Великобритании, однако в последние годы ситуация начинает меняться. В 2001 г. во Франции был принят закон Фабиуса, направленный на стимулирование пенсионных сбережений наемных работников. Аналогичный закон в рамках реформы пенсионной системы был принят и в Германии. В начале 2002 г. во Франции создан Межпрофсоюзный комитет по сбережениям наемных работников (*Comité intersyndical de l'épargne salariale*), который стимулирует вложения пенсионных сбережений в ценные бумаги социально и экологически ответственных компаний.

Среди главных факторов расширения деятельности СОФ специалисты называют стремление растущего числа инвесторов избавиться от «диктатуры краткосрочных результатов», воплощенной в ежеквартальных отчетах. Они все больше понимают, что только достижение долгосрочной эффективности обеспечит им устойчивое и надежное развитие. Среди универсальных инвесторов, к которым относится большинство крупных банков, фондов и других финансовых учреждений, все больше распространяется идея о том, что их благополучие определяется состоянием экономики, которое, в свою очередь, зависит от таких факторов, как потепление климата, темпы экономического роста в развивающихся странах и т.д.

СОФ не отрицают необходимости обеспечения финансовой рентабельности. По мнению экспертов, компании, озабоченные состоянием природной среды и качеством отношений с акционерами и наемными работниками, как правило, развиваются более устойчиво и обладают большим потенциалом для обеспечения более вы-

соких доходов, чем у других компаний. В качестве образцового примера СОФ часто приводится американский фонд «Domini social equity fund», созданный в 1991 г. и оперирующий акциями 400 компаний, среди которых «Майкрософт», «Уолт Дисней», «Макдоналдс» и другие, а также 36 банков и страховых компаний. В 1991–2000 гг. средняя рентабельность фонда составляла 15,57%, достигая в отдельные годы 35–36% (9, с. 31). Разница в уровне доходов отдельных СОФ (даже одной и той же категории) может быть достаточно велика, хотя судить об успешности фонда можно только по результатам его деятельности за ряд лет.

Теоретически финансовая рентабельность СОФ, скорректированная с учетом риска, не может долго превышать рентабельность неэтических фондов, а высокий уровень рентабельности может объясняться только более высоким уровнем риска. Вместе с тем большая социальная ответственность фонда предполагает меньшие риски банкротства и нехватки капитала, что отвечает интересам инвесторов. В то же время выбор вложений для СОФ сужается из-за того, что они отказываются от операций с ценными бумагами компаний, производящих оружие, табачные изделия, алкоголь и т.п. Подобное сужение поля деятельности фонда ограничивает его возможности диверсификации, с помощью которой фонд может управлять рисками. Неэтические фонды, которые используют только финансовые критерии, имеют более широкий выбор ценных бумаг и потому могут добиться более выгодной структуры своего портфеля, чем СОФ, руководствующиеся не только финансовыми, но и моральными и социальными критериями. Таким образом, при одном и том же уровне финансовых рисков надежды СОФ на финансовую рентабельность своего портфеля имеют меньше шансов сбыться, чем у неэтических фондов.

Несмотря на эти теоретические положения, в последние годы финансовая рентабельность СОФ во всех странах была достаточно высокой, что объясняется действием следующих факторов:

- увлечение инвесторов СОФ как сравнительно новыми и популярными формами вложений;
- преобладание в портфелях многих СОФ (в частности, английских) ценных бумаг небольших, но быстро растущих технологических компаний;
- бегство капиталов «в качество», связанное с разочарованием инвесторов рынками стран с развивающимся рынком;

– изменение поведения потребителей, которые все чаще предпочитают приобретать товары и услуги социально ответственных фирм, что способствует увеличению стоимости таких фирм и повышению цен на их продукцию.

По мнению ряда экспертов, охлаждение инвесторов к социально «безответственным» видам деятельности и увлечение этическими вложениями носят временный характер, обусловленный «ненормально высоким» уровнем доходности СОФ в последние годы. Это потребует от фондов более тщательного подхода к формированию своего портфеля. Если объем этических инвестиций значительно возрастет, это может оказать существенное влияние на источники финансирования предприятий. Использование СОФ моральных и социальных критериев при выборе компаний позволит малым предприятиям, обладающим высоким уровнем риска, но социально ответственным, получить доступ к финансовым средствам, в которых им отказывают банки. В долгосрочном плане это влияние может быть еще большим: социально безответственные предприятия столкнутся с удорожанием капитала, тогда как для этических предприятий стоимость капитала снизится.

Критерии, применяемые в разных странах, при оценке деятельности компаний и включении их ценных бумаг в портфели СОФ, весьма различны. Ценные бумаги компаний могут быть исключены из этих портфелей, исходя из негативных критериев – принадлежности к «запрещенным» отраслям, неучастие в инвестициях, способствующих устойчивому развитию, а также религиозные мотивы и т.д. Само появление концепции КСО заставило инвесторов и сами предприятия адаптироваться к новым требованиям.

В последнее время в ведущих странах Запада появляются различные типы организаций, которые специализируются на анализе социальной и природоохранной политики предприятий. Хотя структура этих новых организаций часто уподобляется моделям уже действующих рейтинговых агентств, разнообразие их учредителей (религиозные организации, финансовые институты, различные ассоциации и т.д.) не позволило пока четко сформулировать критерии их деятельности и выносимых ими оценок (нефинансовых рейтингов). Сегодня такие организации существуют в различных формах: отделения управляющих фондов, неприбыльные или коммерческие организации, исследовательские учреждения и т.д. Некоторые из них кооперируются в целях создания финансовых

этических индексов. Наиболее известные из этих организаций: «ASPI Eurozone», «FTSE4Good», DJSI, «Domini 400».

Создание индексов, рассчитанных на основе показателей специально отобранных компаний, отражает стремление ввести особые нефинансовые рейтинги, которые могли бы использоваться СОФ при формировании своих портфелей. Методология, используемая новыми рейтинговыми агентствами, постоянно совершенствуется. Еще совсем недавно компании отбирались на основе их принадлежности к определенным сферам деятельности (например, компании – производители оружия сразу исключались из сферы деятельности СОФ). Сегодня отбор ведется на основе определенных критериев, включающих оценку отношений с акционерами, поставщиками, персоналом, клиентами, институтами гражданского общества, и соблюдения правил управления компанией. Конечная цель подобной оценки состоит в том, чтобы выявить возможности развития и риски данного предприятия. Банки, клиентами которых являются такие предприятия, имеют возможность оценить прозрачность деятельности каждого из них и выявить его участие в незаконных действиях, например, в отмывании денег.

Возникающие агентства помогают решить одну из главных проблем в деятельности СОФ, каковой является отбор ценных бумаг (главным образом акций), которые могут включаться в состав их портфелей. Во Франции необходимую для этого информацию предоставляет агентство социальной и экологической оценки ARESE (Agence française d'évaluation sociale et environnementale), которое с 1999 г. функционирует как рейтинговое агентство, оценивающее компании на основе пяти критериев: отношения с персоналом, клиентами и поставщиками, акционерами, гражданским обществом и учет природоохранных требований. Выводы ARESE являются для французских СОФ весомой рекомендацией, подтверждающей качество компаний, акции которых фонды включают в свой портфель.

В то же время потребность в информации удовлетворяется не в полной мере, предоставляемая информация часто недостаточна, разнородна и несопоставима с информацией, получаемой из других источников. Все это требует диверсификации источников информации, а также разработки и принятия правил и норм отчетности в области социальной и природоохранной политики компаний и других экономических субъектов. Отмечается, что в США и Великобритании уже есть положительные примеры такого рода. В по-

следнее время регулирующие органы пытаются сформулировать требования к раскрытию информации о социально ответственной деятельности. В США, Великобритании, Франции, Австралии и других странах введены требования по раскрытию пенсионными фондами информации о степени их участия в социально ответственной деятельности. В США взаимные фонды обязаны раскрывать информацию об их политике голосования и о том, как фонд голосовал по предложенным на собрании акционеров вопросам. Наибольшие перспективы для СОФ в европейских государствах связаны с финансированием высокотехнологичных предприятий, что позволит этим странам преодолеть свое отставание от США, на долю которых приходится 86% мирового венчурного капитала и большая часть патентов (8, с. 18).

В целом стратегия социально ответственных инвесторов развивается в настоящее время по трем основным направлениям:

1) использование социальных и природоохранных критериев при отборе ценных бумаг, включаемых в портфель активов СОФ или компаний;

2) принятие акционерами решений, которые направлены на ориентирование руководства компании одновременно на обеспечение долгосрочной финансовой рентабельности и достижение социальных целей («большей гражданственности компании»);

3) осуществление так называемых солидарных инвестиций, т.е. оказание помощи тем, кто не может получить капиталы по обычным каналам; для этих целей используются банки местного (коммунального) развития, кооперативные кредитные общества, фонды венчурного капитала и т.д.

Социально ответственные фонды и инвесторы, действуя на основе принципов ответственного инвестирования, могут внести позитивный вклад, поощряя прозрачность и ответственность в ведении дел в компаниях, являющихся объектами инвестиций, а также призывая правительства действовать ответственно и придерживаться соответствующих законов и международных норм.

### **Социально ответственная политика банков**

До недавнего времени мир финансов не подвергался критике за проведение политики, не отвечавшей принципам устойчивого развития. Такая критика была направлена в основном против предприятий, которые концентрировались в химической промышлен-

ности, производстве энергии и в крупных торговых сетях. Они критиковались за деятельность, сопровождавшуюся загрязнением окружающей среды, нарушение социальных прав занятых и потребителей и т.д. Однако со временем неправительственные организации (НПО) решили, что гораздо эффективнее атаковать тех, кто финансирует различные промышленные, энергетические и другие проекты и предприятия. Так, в начале 2006 г. организация «Друзья Земли» (Amis de la Terre) начала кампанию под лозунгом «Французские банки, сохраним климат». Деятельность организации Netwerk Vlanderen в Бельгии, где она проводила кампанию под названием «Чиста ли совесть у моих денег?», привела к принятию закона, запрещающего бельгийским банкам финансировать производство противопехотных мин. Объединение английских НПО Bank-Track в своем докладе «Формирование будущего устойчивых финансов» (Shaping the Future of Sustainable Finance) опубликовало список из 39 банков, которые были обвинены в отсутствии прозрачности в отношении их политики устойчивого развития. Подобный список из 44 английских инвестиционных фондов был опубликован фирмой «Trucost».

В 2003 г. по инициативе Международной финансовой корпорации (МФК), входящей в Группу Всемирного банка и ведающей вопросами инвестиций в частном секторе, были приняты «Экваториальные принципы», в соответствии с которыми, более 40 крупнейших банков, на долю которых приходится 80% общей суммы финансирования проектов в мире, обязуются осуществлять выбор проектов с учетом природоохранных, социальных и гуманитарных критериев. В 2006 г. МФК представила новую более строгую редакцию, в соответствии с которой названные принципы и критерии будут применяться ко всем проектам (а не только к проектам, стоимость которых превышает 50 млн. долл.); кроме того, к названным выше критериям добавляется учет влияния проекта на сохранение биоразнообразия.

К настоящему времени 44 ведущих институциональных инвестора в мире, управляющие активами на общую сумму в 4 трлн. долл., подписались под «Принципами социально ответственных инвестиций», принятыми 27 апреля 2006 г. в ООН. Это означает, что они обязуются при принятии инвестиционных решений учитывать социальные, природоохранные и гуманитарные аспекты реализации соответствующих проектов, а также требовать от предприятий предоставления необходимой информации. Традиционным

показателем социально ответственной политики служат данные об инвестициях в развивающихся странах, основанные на принципах устойчивого развития, а также в регионах, переживающих социально-экономические трудности. Так, некоторые английские банки участвуют в финансировании программы развития «Неблагополучных зон» (Deprived Areas), осуществляемой под эгидой Банка Англии.

Европейский форум социальных инвестиций (European Social Investment Forum, Eurosif) при поддержке Европейской комиссии представил данные, полученные от консультационной фирмы «Ernst & Young» и из отчетов банков и предприятий, о 18 крупнейших банках мира (по размеру чистого банковского продукта), которые с разной степенью прозрачности (оцененной цифрами 1; 2 и 3) осуществляют анализ своих инвестиций или клиентов с учетом принципов устойчивого развития (табл. 1). Так, английский банк HSBC разработал специальное «отраслевое руководство» по такому анализу, касающееся химической промышленности, энергетики, лесного и водного хозяйства. В результате такого анализа в 2004 г. банк отказался от финансирования 12 из 58 проектов, которые он финансировал по всему миру.

Таблица 1

**Социально ответственная деятельность  
крупнейших банков мира (15, с. 7)**

Банки	Принятие «Экваториальных принципов»	Применение «Экваториальных принципов» в деятельности банков*		Социально ответственные инвестиции	
		В анализе проектов	В анализе клиентов	Управляемые активы (млн. долл.)	Микрофинансы (млн. долл.)
1	2	3	4	5	6
Citigroup (США)	Да	2	2	Около 1000	4,5
Fortis (Нидерланды)	Да	2	2	9000–10 000	Нет данных
HSBC (Великобритания)	Да	1	2	1000–1500	1,6
BNP Paribas (Франция)	Да	2	2	100–1500	2,6



Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Bank of America (США)	Да	2	2	0	Нет данных
Royal bank of Scotland (Великобритания)	Да	2	2	Нет данных	1027,7
Crédit Agricole (Франция)	Да	1	2	100–1500	0,1
Crédit Suisse Group (Швейцария)	Да	1	2	450–500	19,2
JP Morgan Chase Group (США)	Да	2	2	Менее 50	Нет данных
UBS AG (Швейцария)	Нет	2	2	450–500	Нет данных
Deutsche Bank (Германия)	Нет	2	2	500–600	0,9
HBOS (Великобритания)	Нет	2	2	100–150	Нет данных
ABN Amro (Нидерланды)	Да	1	1	1500–2000	9,0
Barclays (Великобритания)	Да	2	3	Более 10 000	632,4
Société Générale (Франция)	Нет	2	2	50–100	Нет данных
Santander (Испания)	Нет	3	1	100–150	83,1
Lloyds TSB Group (Великобритания)	Нет	2	2	500–600	299,2
Groupe Caisse d'épargne (Франция)	Нет	2	2	200–250	64,6

\* В этих колонках цифра 1 означает наличие количественных данных (число проектов, сумма соответствующих расходов и т.д.); цифра 2 – наличие качественной информации о проведении социально ответственной инвестиционной политике; цифра 3 – отсутствие информации о такой политике.

Сегодня все большее число банков и других финансовых институтов в разных странах в своих отношениях с корпоративными клиентами начинают учитывать отношение последних к экологическим и социальным рискам. Оценка таких рисков осуществляется на основе концепции устойчивого развития. Особое значение это имеет при изучении крупных проектов, в финансировании которых принимают участие банки. Занимая стратегические позиции в разработке проектов, банки имеют возможность получить любую

информацию и на ее основе принять решение о предоставлении кредитов.

Действия банков, забывающих о том, что кредитование «технологически больного» предприятия повышает уровень кредитного риска, все чаще подвергаются острой критике. Так, в марте 2002 г. американский инвестиционный банк «Morgan Stanley» был обвинен в том, что он кредитовал ряд проектов в Китае и Тибете, не оценив экологические и социальные последствия их реализации.

В последнее время растет число примеров более осмотрительной политики банков. Французский банк BPHR (Banque Populaire du Haut-Rhin) в течение последних 13 лет использует специальные финансовые инструменты, позволяющие влиять на природоохранную деятельность своих клиентов. Одним из таких инструментов является PREVair – предоставление займов по льготным процентам из собственных средств банка для финансирования проектов природоохранного характера или экологической политики предприятия. При подготовке кредитных досье предприятий сотрудники банка ведут «экологические» переговоры с потенциальными клиентами, а также приглашают независимых внешних экспертов для экологической экспертизы предложенных проектов.

В ноябре 2006 г. Французская ассоциация банков (AFB) подписала с рядом профсоюзных объединений три профессиональных соглашения: 1) соглашение о профессиональном равенстве мужчин и женщин; 2) соглашение о безопасности на рабочих местах в банках; 3) соглашение, касающееся реакции банковских служащих в случае «неучтывого» поведения клиентов (13, с. 15). Все большее внимание банки уделяют спонсорской деятельности, которая способствует улучшению их имиджа. Так, французский банк «Société Générale» в Чехии, Сербии, Греции, Хорватии, Грузии и других странах поддерживал национальные команды по регби, оперные постановки и проведение концертов (17, с. 37).

Немецкий «Postbank» участвует в программе устойчивого развития, руководствуясь следующими принципами: поддержание фундаментальных корпоративных ценностей и корпоративной культуры, защита окружающей среды и соблюдение этических норм всеми служащими во всех подразделениях. «Postbank» соблюдает принципы Global Compact, стремится уважать законы и принимать меры против отмывания денег. Осуществление этих задач возложено на специального сотрудника, который имеет двух помощников. В дочерних компаниях и подразделениях банка, располо-

женных в Люксембурге, Нью-Йорке и Лондоне, этими вопросами занимаются специальные сотрудники. Социальная миссия «Postbank» реализуется в таких направлениях деятельности, как социальное партнерство с «Aktion Mensch», неприбыльной организацией, специализирующейся на проектах, касающихся здоровья детей и молодежи; присуждение премии «Лучшие соседи Германии» в рамках инициативы по укреплению добрососедских отношений между гражданами; содействие развитию немецко-турецких отношений; поддержка культурных мероприятий на острове Майнау и ФИФА (спонсор Кубка мира по футболу 2006 г.) (4).

В долгосрочном плане использование в практике банковского кредитования и управления рисками принципов устойчивого развития оказывает влияние на финансовые результаты. Сегодня задача управляющих активами состоит в том, чтобы интегрировать эти принципы в классические модели соотношения риск/рентабельность.

Рассматривая вклад ориентации на соблюдение принципов социальной ответственности бизнеса в устойчивое развитие человеческого сообщества, следует подчеркнуть, что сегодня основной задачей является создание системы согласования интересов государственной власти, бизнеса и общества на основе разумного компромисса, отсутствие которого неизбежно приводит к системному кризису.

### Список литературы

1. Бахтараева К. Рынок социально ответственных инвестиций: Кого волнуют общественные проблемы // Рынок ценных бумаг. – М., 2006. – № 11. – С. 70–72.
2. Женевская декларация Саммита лидеров Глобального договора ООН, 5–6 июля 2007 г. – Mode of access: [http://www.unglobalcompact.org/Languages/russian/Geneva\\_Declaration.pdf](http://www.unglobalcompact.org/Languages/russian/Geneva_Declaration.pdf)
3. Социальная ответственность как фактор эффективного развития современного общества (Европ. опыт и Россия) / РАН. – М.: Кириллица-1, 2002. – 203 с.
4. Стратегия Postbank. – Mode of access: <http://www.postbank.com>
5. Стрижов С. А. Корпоративная социальная ответственность: Состояние и перспективы. – М.: МАКС Пресс, 2006. – 287 с.
6. Antal A. B., Sobczak A. Corporate social responsibility in France // Business a. soc. – L., 2007. – Vol. 46, N 1. – P. 9–32.
7. Claessens S. Corporate governance and development // World Bank Research Observer. – Wash., 2006. – Vol. 21, N 1. – P. 91–122.

8. Dupré D, Gired-Potin I. L'investissement éthique gagne la France // Problèmes écon. – P., 2001. – N 2720. – P. 17–19.
9. Eichinger M. Reformier l'éthique financière // Banque magazine. – P., 2001. – N 629. – P. 30–31.
10. Les fondes socialement responsables decollent-ils vraiment en France? // Banque magazine. – P., 2002. – N 637. – P. 17–21.
11. Gendron C. Visages de la responsabilité sociale corporative. – Mode of access: <http://www.crsdd.uqam.ca/pdf/pdfRecherche/projettrse.pdf>
12. Global reporting initiative: Sustainability reporting guidelines. – Mode of access: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
13. Guéry J.-C. Un dialogue actif et novateur // Rev. Banque. – P., 2007. – N 687. – P. 15.
14. Interview de J.-P. Sicard // Monde – Economie. – P., 2006. – 4 juill. – P. 7.
15. Les investissements bancaires au crible de la responsabilité sociale // Monde – Economie. – P., 2006. – 4 juill. – P. 7.
16. Lancement de l'Alliance européenne pour la responsabilité sociale des entreprises. – Mode of access: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/358&format>
17. Reigner J.-D. Nous souhaitons devenir une banque universelle // Rev. Banque. – P., 2007. – N 688. – P. 35–37.
18. Vermier W. Rendements et risques d'une politique d'investissement durable // Banque magazine. – P., 2002. – N 637. – P. 33–35.
19. United Nations Environment Programme and Sustain Ability. – Mode of access: <http://www.economist.com/business/displayStory.cfm?Story>

**И.Ю. Жилина**  
**ДОВЕРИЕ В ЭКОНОМИКЕ**

*Экономика – это доверие. Отсутствие доверия  
грозит экономике развалом (М. Камдессю,  
бывший генеральный директор МВФ) (34)*

Доверие – это сложное многоликое явление, существующее как чувство, как установка по отношению к людям и различным аспектам жизни, как личностная характеристика, имеющая к тому же возрастную специфику. Доверие является одним из важнейших факторов, определяющих характер не только межличностного общения, межгруппового и организационного взаимодействия, но и в целом всех социальных отношений. Оно непосредственно встроено в механизм, обеспечивающий интеграцию и стабильность общества.

Являясь неотъемлемой частью жизни общества, доверие проявляется во всех ее сферах, и экономика не является исключением. Многочисленные исследования показывают, что процветание западных стран, а также Японии и азиатских «тигров» обусловлено высоким «радиусом» доверия в этих странах. Это приводит к формированию высокого уровня социального капитала, к мобилизации ресурсов, имеющихся во всех слоях общества, для инвестиций в развитие. В то же время страны с низким уровнем доверия отстают в своем развитии (17, с. 7). Таким образом, несмотря на постоянно увеличивающееся количество инструментов, позволяющих стимулировать экономическую активность всех без исключения субъектов рынка, проблема доверия не только не утратила свою актуальность, но и стала оказывать все большее влияние на экономическое развитие.

Научное осмысление проблемы доверия берет начало в трудах Дж. Локка, Д. Юма, И. Канта и других выдающихся мыслителей прошлого в русле поиска основ социального порядка. Косвенным образом проблема доверия затрагивается и в работах основоположника классической политической экономии А. Смита. Как и в большинстве работ по экономике того времени, экономические соображения в его трудах дополняются философскими, моральными, политическими и религиозными размышлениями. А. Смит исходит из того, что поведение индивида определяется поведением других людей, они взаимодействуют между собой. Каждый индивид стремится учитывать присутствие других и даже ставить себя на их место. Человеческую способность поставить себя на место другого и понять таким образом его опыт, чувства и мотивы поступков А. Смит считает врожденным имеющим божественное происхождение свойством, которое обеспечивает стремление к справедливости и общему благу (40).

Современник А. Смита итальянец А. Дженовези, опираясь на концепцию общественного доверия, определял экономические отношения как отношения взаимной помощи. В экономической системе каждый агент помогает другим осуществлять их потребности и желания. Согласно этой концепции обязательство в экономических отношениях является добропорядочным действием, поэтому А. Дженовези считает добропорядочность экономическим ресурсом. Он отмечал, что общественное доверие служит отправной точкой для любой экономической деятельности и основным предварительным условием развития рынков (41).

В XIX – первой половине XX в. доверие как в контексте проблемы социального порядка, так и социального действия и обмена являлось скорее объектом изучения социологов, чем экономистов (Э. Дюркгейм, Ф. Тённис, М. Вебер, Т. Парсонс, П. Блау, Дж. Хоманс и др.). В частности, Э. Дюркгейм обосновал идею о договорных началах, т.е. о необходимости правил, регулирующих рынки и управляющих исполнением договора, которые сами не являются предметом договора (22, с. 15); Т. Парсонс рассматривал проблему доверия в рамках концепции взаимообменов ресурсами между подсистемами общества (4); Дж. Хоманс разработал теорию социального выбора.

В последние 30 лет психологи в основном изучали доверие на уровне индивида, социальные психологи – на уровне межличностных отношений. Несколько позднее, в результате взаимного проникновения концепций экономики и социологии их представители начали изучать влияние институтов на снижение неопределенности и, следовательно, укрепление доверия при проведении транзакций между физическими и юридическими лицами (41).

Возрождение интереса к категории доверия в немалой степени связано с развитием концепции социального капитала, предложенной в 1980-е годы французским социологом П. Бурдье и развитой в работах Дж. Коулмэна, Р. Патнэма, Ф. Фукуямы (9; 32, с. 63). Эта концепция в значительной мере соединила социологический подход к интерпретации социальных отношений с анализом капитала как экономического ресурса. П. Бурдье определял социальный капитал как «совокупность актуальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием прочными сетями связей более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – или, другими словами, с членством в группе» (цит. по: 9). В отличие от других форм капитала социальный капитал является достоянием не отдельных экономических субъектов, а заключен в системе отношений, связывающих многих субъектов; он доступен индивиду до тех пор, пока тот остается субъектом таких отношений.

У Дж. Коулмэна социальный капитал проявляется как потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, которые используются в повседневной жизни и в экстраординарных ситуациях. Доверие и взаимопомощь целенаправленно формируются в межличностных отношениях и выражаются в обязательствах, ожиданиях, информационных каналах и социальных нормах (19). Р. Патнэм рассматривает социальный капитал в качестве элемента социальной организации, который способствует взаимодействию и сотрудничеству членов сообщества к их взаимной выгоде (19).

По определению Ф. Фукуямы, «социальный капитал – это определенный потенциал общества или его части, возникающий как результат наличия доверия между его членами. Он может быть воплощен в семье, нации в любом коллективе, существующем между ними. Социальный капитал отличается от других форм человеческого капитала тем, что обычно он создается и передается посредством культурных механизмов – таких как религия, традиции, обычаи» (28, с. 52).

Таким образом, сущность социального капитала выражается в совокупности структурно оформленных социальных отношений, основанных на взаимно разделяемых и подкрепляемых нормах, доверии, обязательствах и представлениях, использование которых позволяет получать доступ к разнообразным благам и повышать эффективность коллективной деятельности (9). Под социальным капиталом понимается система неформальных правил и механизмов, действующих внутри определенной группы людей или даже внутри целой страны (1). Специфическим свойством социального капитала является его способность возрастать в объеме по мере расходования и сокращаться, если им не пользуются. Таким образом, чем прочнее отношения доверия и солидарности, чем чаще индивиды и группы прибегают к сотрудничеству и взаимопомощи, тем больше становится социальный капитал (4).

Проблема взаимосвязи доверия и социального капитала трактуется специалистами по-разному. В зависимости от выбранной точки зрения соотношение этих категорий рассматривается либо на уровне индивида, либо в рамках вертикальной иерархии социальных связей (сети, организации, группы индивидов).

Дж. Коулмэн, Р. Патнэм и Ф. Фукуяма фактически отождествляют доверие с социальным капиталом. По их мнению, социальный капитал отличается от человеческого капитала тем, что формируется социальными отношениями и «менее осязаем, поскольку он существует только во взаимоотношениях индивидов» (11, с. 126). Существует и иная точка зрения. Доверие и подкрепляющие его санкции рассматриваются как одна из ключевых составляющих социального капитала, а уровень доверия, присущий обществу, как его важный социальный потенциал, способствующий благополучию нации и ее конкурентоспособности (9; 15).

С середины 80-х годов XX в. концепция доверия все больше занимает экономистов и теоретиков менеджмента. Роль доверия в экономике исследовалась на макро- и микроуровнях. В рамках макроэкономических исследований доверие было проанализировано как фактор экономического развития в страновом и региональном масштабе. На микроуровне доверие рассматривалось и как свойство отношений между организациями, и как фактор внутриорганизационных отношений. Возрождение интереса экономистов к проблеме доверия, по мнению ряда специалистов, связано с изменениями парадигмы общественного развития, необходимостью учета новых рисков, последствий развития новых технологий, нарастания не-



уверенности людей в будущем, связанного с увеличением сложности и непрозрачности современных обществ (27; 41).

Определенным толчком к развитию дискуссии о роли доверия послужила критика неоинституционального подхода, в частности концепции его виднейшего представителя О. Уильямсона, который указывал, что любое экономическое действие основано на рациональном расчете, и сделал вывод, что это понятие бесполезно для анализа экономического сотрудничества, предложив оставить его для внутрисемейных, дружеских и любовных отношений. По О. Уильямсону, в основе любого экономического сотрудничества лежит либо собственный просчитанный интерес, либо обязательство по отношению к «институциональному предписанию» (41). Идеи О. Уильямсона подверглись широкой критике с различных точек зрения. Так, Л. Карпик приходит к выводу, что О. Уильямсон не учитывает, что предпринимая те или иные действия, экономические агенты могут руководствоваться не только рациональным расчетом, но и другими соображениями, в том числе и доверием к партнеру (37). М. Грановеттер доказывал недостаточность рынка и институтов (иерархии) для создания доверия, утверждая, что они в лучшем случае являются функциональной заменой доверия. Он также отмечал, что экономическая деятельность широко включена в социальные отношения, что не в полной мере принимается во внимание неоинституционализмом (41). По мнению А. Орлеана, отказываясь от понятия доверия, О. Уильямсон фактически отказывается от сотрудничества между экономикой и другими социальными дисциплинами (39).

### **Определение доверия**

В литературе наряду с всеобщим признанием значения доверия отсутствует четкое определение самого этого понятия. Разногласия связаны с тремя концептуальными вопросами: в какой мере доверие основано на расчете или обычае; каковы пределы доверия, т.е. какие аспекты управления связаны с ним, а какие находятся в сфере других механизмов; лежат ли в основе доверия эгоистические или альтруистические мотивы (38, с. 90).

Кроме того, доверие является, во-первых, объектом исследования различных дисциплин, каждая из которых имеет собственную специфику, во-вторых, в каждой дисциплине существуют свои подходы к изучению доверия либо в силу специализации внутри

дисциплины, либо в силу различия базовых гипотез. Вместе с тем необходимо учитывать неоднородность самого явления и порождаемых им проблем, которые отражают социальный контекст, различный для разных стран и индивидов (41). В результате спектры понятий, ситуаций, идей, охватываемые при его изучении, существенно отличаются друг от друга (17, с. 5).

Для одной группы зарубежных обществоведов, обращавшихся к проблеме доверия (Г. Зиммель, Т. Парсонс, Э. Гидденс, Ф. Фукуяма), доверие – это уверенность в действиях других людей, основанная на чувстве, а не на рациональном расчете (16). Они рассматривают доверие как производную от традиции, от повторяющегося жизненного уклада. Например, Ф. Фукуяма определяет доверие как «возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами. Кое-что из этих норм относится к сфере “фундаментальных ценностей” (понимание справедливости), однако в их число входят и такие вполне светские вещи как профессиональные стандарты и корпоративные кодексы поведения» (28, с. 52). В трактовке Ф. Фукуямы, существуют некие базовые характеристики доверия, неизменные для любой социальной группы. Наряду с этим каждая социальная группа привносит свое понимание этих ценностей и трансформирует категорию доверия исходя из собственного восприятия действительности (14, с. 185).

Другая группа определяет доверие как феномен, присущий исключительно современным типам общества. Для них доверие строится на рациональном расчете и помогает ориентироваться в современном обществе неопределенности и риска (Н. Луман, П. Штомпка, Д. Гамбетта, А. Селигмен, Дж. Коулмэн, Х. Уайт). Так, по определению Н. Лумана, доверие – это «рискованный аванс, с помощью которого мы все-таки можем решить проблему неопределенности» (цит. по: 16). П. Штомпка определяет доверие как ставку «в отношении будущих непредвиденных действий других» (31, с. 365). Доверие / недоверие в работах П. Штомпки выступает как важный показатель отношения людей друг к другу и к тому обществу, в котором они живут, а также в качестве одной из характеристик их социальных ожиданий и поведенческих стратегий (27). Для А. Селигмена доверие является «функцией деятельности социальных акторов, реализующейся вне сферы системных ролевых ожиданий» (22, с. 83).

Т. Риппергер, выступающая за междисциплинарный подход к исследованию доверия, предложила следующее определение доверия: «Доверие – это добровольное принятие рискованных расходов будущих периодов при отказе от явных договорных мер безопасности и контроля против оппортунистического поведения при том, что другие участники, несмотря на отсутствие подобных защитных мер, не будут вести себя оппортунистически» (41).

В последние годы проблема доверия активно разрабатывается российскими экономистами и социологами. В аналитическом докладе, подготовленном аудиторско-консалтинговой компанией «ФБК», который посвящен количественной оценке доверия в экономике, подчеркивается, что доверие – крайне важный фактор с точки зрения экономики, и его в полной мере можно считать фундаментальной экономической категорией. Исходя из этого, авторы доклада определяют доверие как «количественную динамическую характеристику взаимоотношений различных экономических субъектов, которые основаны на выгоды экономических результатов взаимодействия и на уверенности в добросовестности (лояльности, искренности и пр.) друг друга» (17, с. 8). В ходе обсуждения этого доклада прозвучали и другие определения доверия, а также характеристики этой категории. В частности, по мнению В. Тамбовцева, «доверие – это ожидание неоппортунистического поведения партнера» (2). А.К. Ляско понимает под доверительными действиями «уверенное ожидание позитивных действий со стороны партнера несмотря на потенциальную уязвимость перед его негативными намерениями» (12, с. 70).

Однако несмотря на терминологические, страновые и культурные различия в определении доверия, большинство специалистов признают, что доверительные отношения между экономическими агентами возможны, если доверитель признает свою зависимость от других агентов; агенты имеют общие убеждения или руководствуются общими нормами; существует механизм трансформации недоверия в доверие; агенты ориентируются на решение общей задачи (12, с. 36; 41).

При этом доверительные отношения связаны, во-первых, с риском или неопределенностью (при отсутствии риска потребность в доверии не возникает), которые обусловлены недостатком информации и протяженностью сделок во времени. Решение о доверии отражает надежность доверенного лица (то, что он заслуживает доверия), т.е. основано на оценке оснований доверия. Это решение

может основываться на рациональном выборе, и в этом случае оно является сознательным (38, с. 94). Такой подход к доверию как решению, основанному на анализе риска, по мнению Т. Каутона, полезен, но подвергается критике за нереальность своей рационалистической основы. В ответ на эту критику рациональный выбор как основа экономического поведения заменяется в этой конструкции знанием. Интерпретация информации вытекает из накопленного на данный момент индивидом знания, поэтому анализ ситуации доверия носит не только черты субъективности, но и зависимости от прошлого опыта. Иначе говоря, решение относительно оснований и условий доверия зависит от субъективного знания доверителя на момент принятия решения.

Вместе с тем основой доверия служит не только сознательное, основанное на расчете решение, но и обычай, привычка действовать так, а не иначе, т.е. определенные установки, факторы, заложенные в культуре, что тем не менее не превращает эти решения в иррациональные с точки зрения данного индивида. Доверие снижает риски, но не исключает возможность оппортунистического поведения одного из участников сделки.

Во-вторых, доверие между доверителем (trustor) и доверенным лицом (trustee) формируется только в рамках социальных отношений. Вне социальных отношений вопрос о доверии не возникает. В-третьих, доверительные отношения повышают уязвимость агента, оказавшего доверие своему партнеру по сделке, поскольку доверенное лицо может обмануть доверителя, хотя последний полагает, что это маловероятно (41).

В некотором смысле доверительное действие в момент его реализации моделирует один из вариантов будущего, являясь выбором, учитывающим возможные последствия. Доверительное действие всегда обусловлено поведением и действиями других агентов: принимая решение о доверии агент ожидает действий другого в будущем, одновременно беря на себя риск ухудшения собственной ситуации в результате совместных действий, не оправдавших его ожиданий. Таким образом, доверие выступает конструктивной формой реакции на риск и предполагает относительно точное знание последствий этого риска.

Не создавая определенность и надежность, доверие снижает уровень риска за счет выбора. Являясь рациональным механизмом, оно в то же время основывается на решении, принимаемом при отсутствии полной информации (41). При этом принятие решения о

доверии зависит, с одной стороны, от субъективных представлений индивида о добросовестности, искренности и справедливости, а с другой – от сложившихся в обществе стереотипов, структуры социально-экономических ценностей (14, с. 185).

Наряду с этим необходимо учитывать, что индивид должен обладать способностью доверять, которая формируется у него только при наличии хотя бы минимального опыта в этой области, приобретаемого в процессе социализации. Определенную роль, во всяком случае в межличностных отношениях, играют также эмоциональные факторы.

Оригинальное объяснение феномена доверия предлагает П. Зак из Клермонтского университета в Калифорнии. Ряд экспериментов показал, что вопреки теории и здравому смыслу их участники демонстрировали высокую степень доверия друг другу. Дело в биохимии половых гормонов, которая в той или иной степени сопровождает и деловую активность. На роль «эликсира доверия» в ней, как определил П. Зак, претендует гормон окситоцин. В экономической жизни он стимулирует чувство привязанности людей друг к другу, и как следствие, укрепляет доверие. По оценке нейроэкономиста В. Смита из Университета Джорджа Мейсона (США), получившего Нобелевскую премию в 2002 г., «мы стоим у начала великого интеллектуального приключения. Узнав больше о внутреннем устройстве психики, мы глубже поймем общественное сознание, а значит, и сложные рыночные отношения, что в итоге поможет создать более продуктивное и успешное общество» (26).

В основе типологии доверия могут лежать различные основания. В институциональной экономической теории таковым является принцип интенциональности. Доверие к общественным или государственным институтам определяется как вертикальное. Оно может быть функциональным (доверие подчиненного к начальнику и начальника к подчиненному, правительству, банкам) и символическим (доверие президенту). Доверие между индивидами, объединениями или организациями одного уровня носит название горизонтального (24, с. 38). Для безличного доверия используется термин «обобщенное доверие», который В.Б. Звоновский считает неудачным и предлагает заменить его термином «повседневное межиндивидуальное безличное доверие» (5, с. 135).

А.В. Трапкова выделяет два типа доверия – индивидуальное, подразделяя его на минимальный уровень доверия, т.е. доверие человека к самому себе, и доверие, основывающееся на личном

опыте отношений индивида с другими субъектами, и институциональное доверие, определяемое отношением человека к тем или иным социальным, экономическим, политическим институтам. Таким образом, доверие – это продукт опыта отдельного индивида. За счет частого повторения этого опыта и его институционализации происходит закрепление общественного доверия как нормы и традиции, в том числе и в экономической сфере (24, с. 36–38). В.Б. Звоновский предлагает классифицировать доверие в зависимости от того, связывают ли отношения доверия людей непосредственно друг с другом или они видят эту связь как следствие принадлежности к более широкой социальной общности – доверие личное и безличное. Личное доверие – это отношения людей в той или иной степени знающих друг друга, безличное – доверие неизвестных людей друг к другу. По его мнению, безличное доверие является важным элементом социально-экономического развития современного общества, которому пока не нашлось достойного места в социологической теории. Социологи чаще говорят о личном доверии между отдельными индивидами или институтами, т.е. об отношениях между состоявшимися партнерами (см., например, 21, с. 37), тогда как хозяйственные субъекты регулярно вступают между собой в контакт, не имея до этого никакого представления друг о друге. Повседневная хозяйственная практика заставляет завязывать контакты с незнакомыми людьми, которым приходится доверять «не зная их, опираясь исключительно на внешние и формальные признаки, в том числе на принадлежность человека к определенной культуре» (5, с. 134–135).

### **Доверие на межфирменном уровне**

Рынок функционирует на основе частных контрактов, подразумевающих, что продавец осуществит поставку товаров или услуг, означенных в контракте, а покупатель заплатит за них оговоренную цену. Различные экономические теории исходят из того, что институт доверия способствует снижению транзакционных издержек, помогает фирмам и индивидам уменьшить угрозу оппортунистического поведения, снизить уровень неопределенности и создает возможности для обмена товарами и услугами, которые трудно оценить или оговорить в контракте (10; 38; 28, с. 253; 12, с. 70; 25, с. 48).

Даже в самом детальном контракте нельзя предусмотреть все нюансы, поскольку сложные соглашения могут содержать тысячи

параметров. «Более того, в контракте сформулированы условия для будущего, которое при всем желании нельзя точно предугадать» (10). Контракт будет также считаться вступившим в силу, если он заключен устно или по умолчанию, т.е. когда обе стороны заранее согласны с устоявшимися правилами процесса купли-продажи. Но, отмечает Дж. Стиглиц, «так как выполнение контрактов в неявной форме не может быть обеспечено через суд, они могут произвольно расторгаться. Это расторжение может принести кратковременные выгоды, но таит в себе опасность огромных издержек в долговременной перспективе». Кроме того, допущение о строгом соблюдении контрактов «очень далеко от реалий экономической жизни, где контракты зачастую неоднозначны, они становятся предметом спорного толкования, и вытекающие обращения в суд связаны с весьма значительными издержками» (цит. по: 18). Поэтому, подчеркивает Я. Корнай, «помимо наличия контракта между покупателем и продавцом требуется еще их честное поведение. Именно здесь и необходимо доверие. Чем честнее стороны, тем глубже доверие между ними и ниже транзакционные издержки» (10). «Наличие высокой степени доверия как дополнительного условия налаживания хозяйственных отношений может повысить эффективность экономики путем сокращения так называемых “операционных издержек”, т.е. затрат на такие действия, как поиск подходящего покупателя или продавца, обсуждение контракта, осуществление правительственных норм и принуждение к выполнению контракта в случае конфликта или обмана» (28, с. 253).

Кроме того, усложнение форм экономических взаимодействий, все большее преобладание межфирменных транзакционных издержек в сравнении с внутрифирменными требует достаточно высокого уровня доверия в экономике и обществе. При отсутствии доверия издержки контроля и мониторинга транзакций в рамках перехода к новой усложненной структуре взаимодействий, характерной для современных глобальных «цепочек добавления стоимости», могут оказаться слишком высокими. В результате неэффективной может стать вся цепочка (33).

Иной точки зрения придерживается А.К. Ляско, который полагает, что во многих случаях доверие оказывается либо нейтральным по отношению к уровню транзакционных издержек, либо ведет к их увеличению. В случаях, когда отношения доверия сопровождаются снижением транзакционных издержек, результат достигается не благодаря ему, а в результате действия сопутст-

вующих факторов, таких как репутация агентов или взаимные контрактные гарантии. Обосновывая свою точку зрения, автор приводит аргументы, почерпнутые из большого числа эмпирических наблюдений. Так, избыток доверия между партнерами может повлечь за собой рост транзакционных издержек распределения и защиты прав собственности. То же самое относится к растущим издержкам адаптации контрактов к неопределенности будущих событий, когда партнеры с избыточным уровнем доверия не вырабатывают заранее ясных и четких правил распределения и защиты правомочий на объекты, которые могут возникнуть в результате совместной деятельности (12, с. 71–72).

Тем не менее анализ роли доверия в межфирменных отношениях показывает, что доверие способствует открытости коммуникаций и гибкости, что облегчает планирование будущих операций и разрешение конфликтных ситуаций в бизнесе. Оно содействует обмену ресурсами и информацией, которые необходимы для повышения эффективности, но которые трудно оценить и передать через рыночные связи. Так, профессор Северо-Западного университета (США) Б. Уцци, исследовавший 23 компании-производители одежды, приводит типичные ответы на вопрос о значении доверия: «доверие – это отличительная черта личных отношений»; «существование доверия означает, что партнер не собирается выискивать лазейки и извлекать выгоду за твой счет. Ты точно так же не преследуешь исключительно корыстных целей. На первом месте – компания и партнерство [между фирмами]» (25, с. 49).

Как отмечает Т. Каутонен, доверие в межфирменных отношениях может стать обычной практикой, даже если партнеры не знакомы друг с другом по предыдущим операциям. Обычная практика доверия остается таковой до тех пор, пока доверитель не замечает чего-либо, что может противоречить ее функциональности. При этом существует тот или иной «порог толерантности», который определяет отношение к поведению доверенного лица, если оно выходит за рамки обычной практики. Однако такое отклонение может быть не только отрицательным (оппортунистическое поведение), но и положительным, т.е. превосходящим ожидания доверителя. И в том, и в другом случае происходит сознательная переоценка решения о доверии, и доверие может эволюционировать – увеличиваться, уменьшаться или полностью исчезать. Если оно не исчезло, то обычная практика и пороги толерантности приравниваются к новой ситуации. Таким путем доверие снова превраща-



ется в обычай, в элемент культуры, который определяет эволюцию доверия в долгосрочной перспективе (38, с. 96–97).

При анализе доверия в отношениях между экономическими агентами предполагается, что доверие предпочтительнее других механизмов, регулирующих эти отношения, если воспринимается более надежным. По мнению многих исследователей, доверие является не только не связанным с затратами, но и более удобным механизмом управления по сравнению с его альтернативами. Альтернативные механизмы фактически служат средством снижения риска доверия: когда он слишком велик, но велика и потенциальная выгода, риск может быть уменьшен с помощью формальных контрактов или предоставления гарантий (например, в форме залога), что делает транзакцию осуществимой. С помощью угрозы применения правовых санкций или иных средств эти механизмы создают условия, при которых сотрудничество становится более выгодным для обеих сторон, чем оппортунистическое поведение (38, с. 97).

Доверие, в отличие от применения альтернативных механизмов – контрактов и гарантий, включает такие инструменты управления, которые могут быть объектом воздействия со стороны менеджмента на протяжении определенного периода времени, но которые менеджмент не может применить или изменить по своей воле и единовременно (38, с. 99). Формальные контракты и гарантии основаны на санкциях, затрагивающих благосостояние контрагента, тогда как доверие связано с социальными и культурными факторами. В теории нарушение доверенным лицом своих обязательств влечет санкции, которые делятся на внутренние, налагаемые самим доверенным лицом, и внешние, налагаемые извне другим лицом или организацией, включая доверителя.

С одной стороны, внешние санкции подразделяются на материальные и социальные. С другой стороны, санкции могут налагаться в рамках межфирменных отношений доверенным лицом (эндогенные санкции) или третьей стороной (экзогенные санкции). Все это отражает включенность доверия в общую бизнес-среду. Главные источники экзогенных санкций – это деловые и социальные сетевые структуры, т.е. организации и индивиды, с которыми экономические агенты связаны непосредственно (сильные связи) или косвенно (слабые связи) в рамках различных (организационных и личных) отношений, а также институциональное окружение, в котором протекают межфирменные отношения (38, с. 100).

Основной вид санкций, налагаемых деловой и социальной средой – плохая репутация. В деловых сетях ее результат выражается в материальных потерях (неиспользованные деловые возможности), а в социальных – в отношении к нарушителю доверия, лишении его общественного признания, остракизме. Действенность фактора репутации зависит, во-первых, от позиции доверителя в сетевой структуре и, следовательно, от числа и заинтересованности третьих сторон в наложении санкций за оппортунистическое поведение и, во-вторых, от прозрачности этого поведения, т.е. степени информированности заинтересованных третьих сторон.

Институциональная среда как источник экзогенных санкций описывается в терминах формальных и неформальных институтов, предложенных Д. Нормом. Формальные институты включают политические, экономические и правовые положения и нормы, а неформальные – ценности, установки и нормы поведения, глубоко укорененные в культуре. Материальные санкции в этом контексте могут включать, например, денежные штрафы, налагаемые судом за нарушение законов независимо от содержания формального контракта, или исключение из членов торговой ассоциации за поведение, несовместимое с ее требованиями, и т.д. (38, с. 101).

Неформальные институты являются источником внутренних санкций, которые не требуют вмешательства третьих лиц. Основные виды внутренних санкций носят психологический характер и связаны в конечном счете с системой усвоенных внутренних ценностей и норм (например, потеря самоуважения или чувство вины). Эта нормативная система, являющаяся продуктом жизненного опыта и процесса социализации индивида, определяет его понимание того «что можно, и чего нельзя». Поскольку внутренние санкции налагаются «изнутри», индивид избегает нарушать соответствующие нормы даже при отсутствии риска быть уличенным в нарушении. В этом состоит важнейшее различие между внешними и внутренними санкциями: первые, чтобы быть эффективными, требуют выявления оппортунистического поведения, тогда как вторые эффективны даже в ситуациях, когда оппортунизм длительное время остается необнаруженным (38, с. 101–102).

Однако в долгосрочной перспективе преобладание неформальных институтов оборачивается существенными потерями. Во-первых, круг участников сделок начинает ограничиваться агентами, способными поддерживать друг с другом регулярные личные контакты. Это ведет к сегментации рыночных отношений и оставляет неза-

действованными множество потенциальных возможностей для взаимовыгодного обмена. Во-вторых, происходит резкое сужение временного горизонта принимаемых решений. Осуществлять долгосрочные проекты без четкой фиксации будущих обязательств всех сторон – значит идти на огромный риск. В-третьих, открывается широкое поле для злоупотреблений и оппортунистического поведения, так как неформальные сделки формулируются в общих терминах и не обеспечены надежными санкциями против возможных нарушений. В-четвертых, поскольку они по определению лишены публичных механизмов защиты, их участники вынуждены либо оставаться без защиты, либо прибегать к чрезвычайно дорогостоящим и обременительным услугам «частной юстиции». И то, и другое чревато значительными потерями и затратами. Наконец, общий уровень доверия между участниками рынка оказывается чрезвычайно низким, а, как известно, доверие – необходимый элемент любой работоспособной институциональной системы (7).

Сравнивая эффективность различных механизмов корпоративного управления, Т. Каутонен отмечает, что формальные контракты имеют как преимущества (эффективность применения и пресечения нелегальной деятельности), так и недостатки (высокая стоимость, негибкость, несовершенство, возможность различной интерпретации). Чрезмерная опора на контракты может восприниматься как отсутствие доверия. Гарантийные механизмы также имеют как преимущества (отсутствие затрат, связанных с заключением контрактов, адаптивность к меняющимся условиям), так и недостатки (уязвимость по отношению к изменениям, открывающим путь оппортунизму). Требование гарантии также может служить знаком недоверия. Ни формальные контракты, ни гарантии не защищают от такого оппортунистического поведения, которое остается незамеченным (38, с. 102–103).

Доверие, как и механизм гарантий, не столь затратно и чувствительно к изменениям условий, как формальные контракты. Оно не требует такого объема ресурсов, как альтернативные механизмы, и соответствующего влияния на партнера, чтобы требовать от него залога или специфических инвестиций. Доверие базируется на внутренних санкциях и является единственным механизмом, защищающим от такого оппортунизма, который трудно и даже невозможно определить.

Однако доверие как механизм управления имеет и недостатки. Во-первых, если доверие между деловыми партнерами отсутствует,

его нельзя установить сразу и по желанию, хотя и можно ускорить, но при определенных затратах, прежде всего усилий и времени. Во-вторых, оно хрупко, может мгновенно исчезнуть, если обнаруживается оппортунистическое поведение. При этом его трудно, а иногда и невозможно восстановить. В-третьих, фактор санкций значим и здесь: как и в случае с другими механизмами, если выгода оппортунистического поведения превышает ущерб от возможных санкций, соответствующим образом мотивированный партнер будет вести себя оппортунистически (38, с. 103).

При этом механизмы контрактов, гарантий и доверия в зависимости от обстоятельств могут замещать и дополнять друг друга. Наиболее очевидным проявлением этого свойства является способность «заполнения пробелов» и, тем самым, достижения наилучшего сочетания механизмов. Контракты и гарантии могут составить изначальную базу межфирменных отношений, которая со временем позволит доверию укрепиться и занять более значительное место в структуре механизмов управления этими отношениями (38, с. 104).

Б. Уцци полагает, что доверие – особый механизм управления, стимулирующий добровольные, необязывающие обмены благами и услугами между сторонами. Такие обмены могут порождать особый подход в случае срочной работы или помощи партнеру, когда тот оказывается в затруднительной ситуации. Следовательно, значимым следствием возникшего доверия является расширение преимуществ для взаимодействующих партнеров и побуждение партнера-реципиента платить той же монетой, когда подобная ситуация возникнет и у него. «Особая ценность этих трансакций заключается в том, что их непросто выразить в деньгах или формализовать с помощью контрактов: здесь заранее не определены ни будущие вознаграждения, ни возможные санкции. Такая ситуация создает открытую архитектуру обмена: поддерживается обмен услугами, необходимыми для совместного выживания, но не поддающимися предварительной денежной оценке и конкретизации в тексте контракта» (25, с. 49). В этом, считает Б. Уцци, состоит отличие от безличной, калькулирующей ориентации в рамках случайного обмена. Доверие персонально, оно побуждает каждую из сторон интерпретировать в благоприятном свете намерения и действия другой стороны. Доверие важно и потому, что оно расширяет доступ организаций к ресурсам и усиливает их способность адап-

тироваться к непредвиденным обстоятельствам, открывая пути, недостижимые в контексте случайных связей.

Доверие служит основой для обсуждения предложений и выполнения обязательств. Если обмен реципрокный, то доверие в отношениях растет. Основанные на расчете установки, присущие случайным связям, постепенно уступают место эвристическому процессу принятия решений, который экономит когнитивные ресурсы, ускоряет сам процесс и в неоднозначных ситуациях призывает участников доверять действиям и намерениям своих партнеров. Если между двумя сторонами возникает доверие, появляется основа для передачи достоверной информации. Обмен такого рода информацией маловероятен при отсутствии доверия, поскольку полученная информация может использоваться в оппортунистических целях. В свою очередь, обмен достоверной информацией позволяет фирмам не искать альтернативных источников информации или партнеров по обмену, поскольку, во-первых, информация дорога стоит; и чем больше времени тратится на обмен информацией с одной стороной, тем меньше времени остается на другие связи. Во-вторых, информация, которую в принципе можно было бы получить и через множество случайных связей, в доверительных отношениях добывается через меньшее число контактов. Такой концентрированный обмен информацией, в свою очередь, подталкивает к формированию механизмов для совместного решения проблем, которые позволяют фирмам поддерживать отношения в будущем. Эти механизмы в дальнейшем укрепляют взаимодействие между сторонами и открывают такие измерения их отношений, которые хотя и выходят за рамки экономических интересов, предоставляют новые ресурсы для адаптации (25, с. 53). Кроме того, информационный обмен в условиях доверия носит более персонализированный и неявный характер, чем в случайных и безличных отношениях. Он включает стратегические и неявные знания, которые повышают транзакционную эффективность компании и ее чувствительность к сигналам внешней среды (25, с. 49).

Рассматривая доверие как особый механизм управления, французский специалист Ж. Шарро приходит к выводу, что установление доверительных отношений с различными партнерами положительно воздействует на создание стоимости, в частности сокращает агентские издержки и издержки влияния (35). В то же время доверие имеет и собственные издержки, связанные с неэффективностью, плохой оценкой созданной стоимости, недостаточ-

ностью формального контроля. Но наиболее серьезные издержки систем управления, основанных на доверии, связаны с риском недостаточной быстроты реакции на кризис в стремлении сохранить доверие, созданное благодаря долговременным отношениям (35).

Как отмечает Я. Корнаи, в характерных для постсоциалистических стран условиях отсутствия доверия к государству и сомнения в действенности силы закона, руководители фирм, чтобы защитить себя, вынуждены особенно тщательно подходить к выбору партнеров. Самый очевидный выход – ограничить деловые отношения кругом проверенных партнеров, в надежности которых сомнений нет. Это укрепляет взаимное доверие, но уменьшает число потенциальных контрагентов, что ведет к ослаблению конкуренции. Чем в большей степени доверие выступает критерием выбора, тем сильнее ограничивается конкуренция. Личные деловые отношения могут быть расширены в результате использования более детальной информации, если одна из сторон попытается заранее навести справки о партнере. Прибавляет уверенности его членство в профессиональной ассоциации или торговой палате; доверие может также основываться на репутации потенциального партнера в бизнес-сообществе, члены которого высказывают свое мнение о том, с кем можно иметь дело, а с кем – нет. Если доверие основано на имени и репутации, а не на анализе конкретных условий контракта, это уменьшает вероятность их нарушения, но способствует ограничению конкуренции. Чем сильнее и эффективнее действует сеть доверия, тем труднее выйти на рынок. Если для заключения контракта требуется получить рекомендацию профессиональной ассоциации, последняя может превратиться в гильдию или картель и демонстрировать антиконкурентное поведение. Все это говорит о том, что между доверием и конкуренцией существует противоречие (10).

### **Доверие на внутриорганизационном уровне**

Эпоха глобализации экономики и ужесточения конкуренции выдвигают перед бизнесом такие требования, как повышение эффективности деятельности, улучшение отношений с клиентами и служащими компании. Главным капиталом любой компании становится не богатство, а знания и люди, обладающие ими. Попытки управления предприятиями устаревшими методами, с помощью усиления контроля и подавления индивидуальности работников не

дают желаемых результатов. Теоретики и практики менеджмента видят выход в создании новой модели управления, где контроль заменяется доверием, а менеджмент дополняется лидерством.

Как отмечает специалист по теории лидерства и межличностных отношений С. Кови, лидерство это донесение до сотрудников своего видения их потенциала и ценности таким образом, чтобы они сами его в себе увидели (8, с. 296). Сотрудник, верящий в свою ценность для организации, часто увлекает своим примером целые отделы и подразделения. Другой известный бизнес-консультант Р.Б. Шо подчеркивает, что «создание культуры доверия требует внимания к каждому аспекту системы: к ее структуре, политике и практике менеджмента, технологическим системам, неформальной культуре, к ценностям и ожиданиям ее членов, а также к поведению тех, кто занимает руководящие должности» (29, с. 15–16). При этом он полагает, что старые формы и методы управления – формальная иерархия, жесткие меры и процедуры контроля, ограничение потока информации и узкая функциональная специализация не отвечают современным требованиям конкуренции. Они должны уступить место мониторингу, контролю и руководству, соответствующим той культуре, которую исповедует или стремится сформировать организация (29, с. 39–40).

Чрезмерная бюрократизация и формализация организационной структуры уничтожают доверие, что, в свою очередь, ведет к деградации наиболее ценных кадров. Количество регулирующих правил и масштабы доверия – обратно пропорциональные величины, эффективная работа квалифицированных специалистов требует устранения жесткого контроля. Доверие вознаграждается качеством и эффективностью, за недоверие платят пассивностью и равнодушием. Ярким примером служит обеспечившая высокое качество продукции система организации производства японской компании «Тойота», основанная на повышенном доверии и делегировании исполнителям широких полномочий. Большую роль в ней играет ответственность, которую можно делегировать только при наличии достаточно высокого уровня доверия (13). Существенным элементом модели управления, основанной на доверии, является обратная связь, которая позволяет оценить правильность информации, передаваемой руководителями, ее восприятие работниками.

Доверие в коллективе способствует успешной совместной работе, позволяет сообща решать сложные вопросы, обмениваться мнениями, вырабатывать конструктивные решения, создает благо-

приятные условия для решения стратегических задач, выработки планов, принятия и проведения в жизнь инвестиционных решений, снижает текучесть кадров, что ведет к сокращению административно-управленческих расходов на наем рабочей силы, подготовку и переподготовку персонала. Доверие между различными структурными подразделениями компании устраняет один из основных недостатков традиционных структур управления, когда противоречия и даже соперничество между подразделениями препятствуют обмену информацией и согласованию усилий по решению общих задач. Доверие подразделений друг к другу дает возможность гибко реагировать на требования рынка, адаптироваться к изменяющейся внешней среде. Оно способствует созданию временных коллективов, состоящих из работников различных подразделений, для выполнения отдельных проектов (14, с. 191). Доверие между членами организации повышает вероятность успеха при проведении разного рода преобразований (29, с. 27).

Однако, предостерегает Р.Б. Шо, доверие – не панацея. Организация должна иметь четкие программы действий и цели, внутри нее должны правильно распределяться роли, ее персонал должен обладать достаточным уровнем знаний и навыков (29, с. 28). Доверительные отношения наиболее вероятны там, где цели и задачи, основные принципы и нормы организации или группы четко сформулированы и общеприняты.

Основными средствами создания атмосферы доверия в организации считаются методы руководства, организационная структура и организационная культура (29, с. 41). Такой подход требует формирования у работников общего видения конкурентной ситуации, постоянного обращения к основным ценностям и принципам деятельности, формирования личных отношений между различными уровнями и группами, поощрения культуры риска и экспериментирования, наглядной демонстрации символов доверия (14, с. 193). Для создания доверия организация должна осуществить ряд мер, обеспечивающих предоставление полномочий отдельным сотрудникам и автономии отдельным подразделениям, организацию горизонтальных производственных связей и межгруппового сотрудничества, создание альянсов и совместных предприятий, организацию обучения в процессе работы (29, с. 27).

Выделяют следующие ключевые условия, от которых зависит доверие: результативность деятельности, порядочность во взаимоотношениях и проявление заботы о людях. Поддержание нужного



уровня доверия требует от руководителя баланса этих составляющих (29, с. 41). Важным фактором формирования доверия на микроуровне является также доверие высших управляющих друг к другу, так как это способствует быстрой выработке решений, взаимозаменяемости, нацеленности на реализацию общих задач компании.

Кризис руководства многих фирм часто обусловлен попытками уравнивать сотрудников, тогда как появление многих достижений в культуре, технике, науке, политике и экономике зависит от исключительности и неповторимости отдельных личностей. Поэтому рекомендуется создавать для сотрудников возможность выбора и проявления их способностей, а также быть готовым прислушиваться к возражениям и контрдоводам. Эффективное руководство требует также открытости в отношении перемен, ясности и последовательности. Руководитель должен радоваться успехам, появлению новых решений, даже если при этом случаются ошибки. Он должен хвалить и признавать достижения других. Именно так создается климат доверия и воодушевления, необходимый для высоких достижений.

Однако практика свидетельствует о том, что доверие нуждается в защите от больших и малых «врагов», поскольку на его создание уходят годы, а разрушение происходит моментально. Любое неверное управленческое действие разрушает доверие, поэтому «список врагов доверия» может быть бесконечным. Анализируя с практической точки зрения причины нарушения доверия, американские специалисты Р. Гэлфорд и А.С. Драпо указывают, что в большинстве случаев может быть прослежена связь с одной из следующих проблем (36).

- *Непоследовательная, противоречивая информация.* Это один из самых быстродействующих разрушителей доверия, потенциально возникающий на любом организационном уровне в отношениях между руководителями и подчиненными, а также и во внешней среде в отношениях между организацией и ее клиентами и другими стейкхолдерами. Часто это происходит из-за несовпадения взглядов различных руководителей, а также желания говорить то, что люди хотят услышать. В качестве противоядия предлагается продумывать и согласовывать приоритетность задач, быть честным и не принимать нереалистичных обязательств, обеспечивать согласованность заявлений всей управленческой команды.

- *Непоследовательное отношение, двойные стандарты.* Не следует забывать, что работники видят поведение руководителя и

«ведут свой счет», если они замечают проявления фаворитизма со стороны менеджера или компании, доверие нарушается. Например, руководитель может посчитать оправданным позволить наиболее способным работникам действовать по особым правилам, но это соображение не учитывает цинизм, вызываемый этим у других.

- *Неоправданная благожелательность.* Менеджеры знают, что надо делать с теми, кто ворует, жульничает или ведет себя неподобающим образом, но есть и более тонкие и в то же время сложные проблемные ситуации. Сюда относится некомпетентность, а также негативная настроенность или чрезмерная амбициозность людей, поведение которых остается вне внимания менеджеров, но замечается коллегами и разрушает коллектив. Ситуации проблемного поведения могут быть разрешены путем перевода на другую, более подходящую должность, обучения, коллективного воздействия, а иногда и увольнения, но ни в коем случае не должны игнорироваться.

- *Ложная обратная связь.* Часто результаты работы сотрудника выглядят блестящими, но они недостоверны. Для руководителя быть честным по отношению к недостаткам сотрудника сложно, но необходимо. В противном случае руководитель лишается возможности воздействовать на неудовлетворительную работу сотрудника, более того, другие работники оказываются деморализованными. Если руководитель не услышит прямых жалоб, он увидит последствия в ухудшении работы компетентных сотрудников.

- *Недоверие к другим.* Как это ни трудно, но руководитель должен доверять своим подчиненным. Ему следует помнить, что работники должны иметь возможности для профессионального роста. В противном случае организация теряет доверие со стороны этих работников, и наиболее талантливые из них уходят.

- *Игнорирование фактов.* Возможны болезненные или политически острые ситуации, которые легче не замечать или делать вид, что они не существуют. Следует открыто обсуждать проблемы, отвечать на вопросы, не нарушая при этом требования конфиденциальности. Люди поймут, что они не могут быть посвящены во все детали, но их доверие пострадает, если они заподозрят попытку сокрытия фактов.

- *Слухи в пустоте.* Любая сложная задача, переживаемая организацией, например, освоение нового продукта, дает обильную почву для разрушения доверия. Работники знают, что происходит нечто важное, но не зная что именно, превращают отрывочную информацию в слухи, причем, как правило, негативного характера.

Временный информационный вакуум – обычное явление организационной жизни, являющееся благоприятной почвой для недоверия. Чем меньше информации, тем больше вероятность ее неверного истолкования. Следует поставить себя на место слушателей и задаться вопросом, чего они не знают и как это повлияет на их поведение.

● *Устойчиво низкие результаты деятельности компании.* Доверие подвергается быстрому разрушению, если компания постоянно терпит неудачу в реализации целей, намеченных ее руководством. Когда результаты хуже ожидаемых, работники начинают заботиться о себе и планировать свои будущие шаги. Цели должны быть реалистичными, а работники компании – информированными об их обосновании и средствах достижения. Чем больше люди знают о том, что лежит в основе планируемых результатов, тем больше они будут доверять компании и ее руководству даже в трудные времена.

В определенные периоды, например при структурной реорганизации, слиянии, приостановке производства или сокращении, острота проблемы доверия может достигать максимума. В такие моменты люди особенно чутко воспринимают все сигналы, способные дать какой-либо ответ на вопрос об их будущем, придают преувеличенное, недоброе значение каждому услышанному слову и считают того, кто его произнес, ответственным за последствия. Если руководство заявляет, что никаких увольнений не будет, но впоследствии вынуждено прибегнуть к этой мере, работники будут уверены, что это планировалось с самого начала.

Кризисная ситуация, независимо от ее причин, также является угрозой доверию, однако часто негативную роль играет не сама проблема, а способ ее решения, если основное внимание уделяется восстановлению производства, прибыли, внешних связей, но при этом забываются интересы и состояние занятых. Последние испытывают столь же глубокий стресс, как и их руководители, и поэтому нуждаются в более спокойном и открытом лидерстве, чем при обычных условиях. В таких ситуациях сами руководители нередко нуждаются в объективной внешней помощи. В то же время они не должны устраниваться от активных действий, а наоборот, поддерживать активные, неформальные и откровенные контакты с окружающими людьми, информировать их и показывать пример поведения (36).

Доверие крайне трудно (а может быть, и невозможно) восстановить, если оно утрачено. В связи с этим используется понятие «порога доверия» как той грани, за которой доверие переходит в

недоверие. Уровень этого порога различен для каждого человека и зависит от индивидуальных особенностей. На порог доверия влияют характер межличностных отношений и их продолжительность. Поэтому руководителю нужно особое внимание уделять формированию доверия со стороны подчиненных при вступлении в должность, на первых этапах руководящей работы. Репутация надежного человека будет способствовать доверию персонала и определенной снисходительности в случае некорректных действий. Порог доверия у одного и того же человека к другим может существенно изменяться в зависимости от ситуации. В кризисных, критических ситуациях повышенная требовательность к поступкам и действиям других людей, к их надежности помогает защитить себя. Порог доверия в этих ситуациях зависит от степени риска (20).

Специалисты считают, что доверие тем не менее поддается восстановлению. Р. Гэлфорд и А. Драпо рекомендуют следующие шаги. В первую очередь необходимо понять ситуацию, что, несмотря на очевидность задачи, происходит далеко не всегда, и прояснить следующие вопросы.

– Насколько быстро или медленно разрушалось доверие? Если это произошло быстро, не следует ожидать его скорого восстановления. Полезно проанализировать процесс снижения доверия и выявить ошибки, которых следует избегать в будущем.

– Когда признаки нарушения доверия стали очевидны и известны широкому кругу людей в организации? Если руководитель видел, что что-то происходит, но в течение длительного времени не осознал факта потери доверия и не предпринял необходимых действий, ситуация осложнится чувством злоупотребления доверием, испытываемым занятыми.

– Была ли единственная причина? Легче иметь дело с единовременной проблемой, чем с последовательностью явлений, но не следует упрощать ситуацию. Следует помнить, что подозрения в секретных намерениях способны нанести столь же значительный вред доверию, как и сами намерения.

– Была ли потеря доверия взаимной? При взаимном нарушении доверия остается мало шансов на то, что кто-либо будет вести себя объективно и справедливо. Когда вашим доверием злоупотребили, нельзя отвечать тем же или наказывать, это приведет лишь к дальнейшему падению доверия. Если утрата доверия в организации носит всеобщий и глубокий характер, надлежащей мерой может служить формальный процесс разрешения конфликтов.

Следующий шаг заключается в анализе глубины и масштабов потери доверия, который должен помочь в выборе адекватных средств. Как можно быстрее, отмечают авторы, руководитель должен дать себе откровенный отчет в том, что происходит, не игнорировать и не принижать положение дел. Необязательно иметь детальный план и ответы на все вопросы, но люди должны знать, что руководство озабочено ситуацией и их положением и намерено решить проблему. Необходимо как можно точнее определить принимаемые меры (например, налаживание сотрудничества между подразделениями и т.п.) и критерии их успешного проведения (например, уточнение функций и ответственности, организация процесса разрешения конфликтов и т.п.).

Необходимо составить перечень изменений в организационной структуре, системах, персонале, организационной культуре, методах принятия решений, информационных потоках, критериях и отчетах о результатах, способах оплаты и вознаграждения, необходимых для достижения требуемых результатов. На практике имеются примеры почти мгновенного разрешения внутренних конфликтов, когда соперничающие группы объединяются под единым управлением, или восстановления атмосферы доверия при устранении ключевого действующего лица, служившего источником конфликта (36).

Работа, направленная на повышение доверия персонала к руководству, требует оценки его уровня в компании. Р.Б. Шо предложил достаточно практичную методику для количественной оценки организационного доверия, которая отражает прежде всего доверие сотрудников к руководству. Методика состоит из четырех небольших анкет, данные которых переносятся в суммарную таблицу. В небольшой группе возможность оценить уровень доверия предоставляется всем ее членам, а затем подсчитывается среднее арифметическое значение показателя доверия. В компаниях с большим штатом можно исследовать небольшую, но представительную выборку.

Комментируя результаты оценки, Р.Б. Шо отмечает, что низкий уровень доверия свидетельствует о серьезных недостатках в стиле управления, которые наносят большой ущерб компании, связанный прежде всего с разрушением мотивации профессиональной деятельности персонала. Умеренный уровень позволяет компании быть достаточно успешной в данный момент времени. Но она может столкнуться с серьезными трудностями в будущем, особенно

при осуществлении организационных изменений и организационного развития. Компания с высоким уровнем доверия успешна и динамично развивается, в том числе благодаря высокой профессиональной мотивации персонала (29, с. 248).

### **Проблема доверия в современной России**

Роль доверия в советской экономике остается практически неисследованной. Однако анализ показывает, что именно недостаток доверия явился одной из причин общего кризиса всей системы плановой экономики. Плановая экономика — это дефицитная экономика, в которой доверие оказывается невостребованным. Государство не доверяет производителям, а директивное планирование финансово-хозяйственной деятельности становится для него тем инструментом, с помощью которого оно пытается подстраховываться, обеспечить, чтобы все необходимое производилось в требуемом количестве и распределялось так, как оно считает нужным.

Производители в плановой экономике, в свою очередь, также не доверяют государству, подавая заявки на финансирование и материально-технические ресурсы по принципу: «проси больше — все равно дадут меньше». В результате в экономике накапливались колоссальные диспропорции, существенно ослаблялись стимулы к высокопроизводительному труду, что в конечном итоге способствовало разрушению существовавшей экономической системы (17, с. 7).

Особое значение проблема доверия приобретает в периоды радикального реформирования политических, социальных и экономических институтов, что убедительно доказывает в своих работах известный польский социолог П. Штомпка, изучавший издержки социально-экономических трансформаций в странах Центральной и Восточной Европы (в частности, в Польше). В конце 1990-х годов он ввел в научный оборот понятие «травмы трансформации», т.е. социальной (культурной) травмы как проявления в сознании людей дисфункциональных последствий коренных социальных изменений, драматично сказавшихся на их жизни (30). Он показал, что климат доверия нарушается именно в тот период, «когда происходит быстрое и радикальное изменение общества, без четкого направления и понятного смысла», доверие сменяется недоверием (31, с. 365).

Дефицит доверия в обществе препятствует развитию многих демократических и рыночных институтов, тогда как в рыночной

экономике принципиальное значение имеют доверительные отношения между всеми субъектами рынка. В этой связи на макроуровне по степени восприятия доверия выделяют три категории экономических субъектов: население – бизнес – власть. Особое значение в этой структуре придается власти. С одной стороны, доверие власти как к бизнесу, так и к населению имеет огромное значение. Во многом уровнем доверия объясняется усиление или ослабление роли контрольных и некоторых силовых органов. С другой стороны, помимо экономических, власть решает целый ряд социальных и политических проблем, поэтому далеко не всегда экономические вопросы решаются исходя из экономической целесообразности. Определенные решения могут быть направлены как на снижение социальной напряженности, так и на поддержание политической стабильности. Уровень доверия власти к бизнесу и к населению не менее важен, чем уровень доверия последних к власти. Если такой уровень невысок, то власть может предпринять шаги, которые не только подорвут доверие к ней того же бизнеса, но и в целом понизят уровень доверия в обществе. Причиной снижения доверия между бизнесом и властью, являются, как правило, действия власти.

Однако у власти, с одной стороны, и у бизнеса и населения – с другой, существуют совершенно различные возможности для исправления ситуации. Бизнес и население могут использовать демократические процедуры, тогда как власть предпринимает меры контрольного, а иногда и репрессивного характера. Как правило, это порождает новые проблемы, доверие снижается еще больше (17, с. 8–9). Поэтому сегодня, отмечает известный российский психолог В.П. Зинченко, «проблема доверия – это проблема правительства и его институтов, а не народа» (6).

В целях количественной оценки уровня доверия в обществе строятся различные индексы доверия. Поскольку «доверие – состояние многих людей, то оно может быть оценено долей в выборке тех, кто выражает доверие к людям вообще или определенным институтам по тому или иному вопросу» (32, с. 66). При этом значения показателей уровня доверия в большой степени зависят от методологии измерения и формулировок вопросов в предлагаемых вариантах ответов.

В зарубежной практике для измерения уровня доверия используются также индексы настроения потребителей, потребительских ожиданий, потребительской уверенности и т.п., которые, несмотря на все их отличительные особенности и недостатки, все-

таки характеризуют уровень доверия. Однако из-за отсутствия четкого определения самого термина «доверие» структура критериев и методика построения индексов существенно различаются между собой (17, с. 11). В России с 2003 г. «Альфа-Банк» ежемесячно рассчитывает индекс доверия, который по заявлению его разработчиков является опережающим индикатором отношения инвесторов к России (17, с. 12).

Авторский коллектив сотрудников компании «ФБК» провел оригинальное исследование уровня доверия в российской экономике, разработав для его измерения методику расчета интегрированного индекса доверия (ИИД) на основе ряда объективных показателей: индекс потребительских цен (ИПЦ), денежные расходы населения / ВВП, депозиты организаций и банков / ВВП, объем иностранных инвестиций / ВВП, инвестиции в основной капитал / ВВП, вывоз капитала частным сектором (брутто) / ВВП, объем предоставленных кредитов / активы кредитных организаций, вложения кредитных организаций в ценные бумаги / активы кредитных организаций (подробно эта методика описана в: 17, с. 15–26). Рассчитанный таким образом ИИД за период с 1 января 2000 по 1 января 2006 г. увеличился со 100,0 до 206,1 пункта (17, с. 26).

Помимо расчета ИИД были рассчитаны индексы доверия отдельно для населения (физические лица) и организаций (юридические лица). Динамика индекса доверия юридических лиц наглядно демонстрирует прагматичность бизнеса. Многие эксперты прогнозировали, что доверие бизнеса к власти будет серьезно подорвано после «дела ЮКОСа». Однако цифры свидетельствуют о том, что не все так однозначно. Достигнув 128 пунктов к июлю 2003 г., индекс доверия юридических лиц до начала 2006 г. оставался ниже данного уровня. После стремительного падения в третьем квартале 2003 г. до 97,7 пунктов, к январю 2006 г. он достиг своего максимального значения – 135,9 пункта. Это свидетельствует о том, что степень влияния «дела ЮКОСа» оказалась меньше, чем можно было бы ожидать (17, с. 30).

Отмеченная тенденция не означает, что в эмоционально-психологическом восприятии, которое гораздо в меньшей степени присуще бизнесу, не осталось никаких проблем с точки зрения доверия. Они есть, однако, по мнению специалистов ФБК, поведение бизнесменов в большей степени предопределяется исключительно «холодным» расчетом, экономической эффективностью и целесообразностью, стремлением расширять свой бизнес и извлекать мак-



симально возможную прибыль независимо от эмоций и «личного» отношения к тем или иным событиям и действиям властей. Это и «толкает» индекс вверх (17, с. 31).

Интегрированный индекс доверия, по мнению его разработчиков, позволяет оценить потенциальный экономический рост и выявить незадействованные резервы, что позволит скорректировать программы социально-экономического развития для максимально полного использования доступных, но не используемых в полной мере ресурсов для повышения темпов роста экономики. Это тем более актуально в условиях значительных темпов роста ВВП, которые наблюдаются в России в последние годы. Доказать, что показатели роста могли бы быть еще выше, можно, продемонстрировав, что динамика не всех ключевых для экономического развития показателей характеризовалась столь же высокими темпами. Так, индекс доверия юридических лиц на 1 января 2006 г. оказался на 84,1 пункта ниже теоретически возможного значения. Это, по оценке ФБК, является доказательством того, что фактический экономический рост в России в последние два года оказался значительно меньше по сравнению с тем, каким он мог бы быть при благоприятном развитии событий (17, с. 33).

В ходе обсуждения ИИД были высказаны различные мнения, как критические, так и положительные оценки стремления сделать, по словам Е.Г. Ясина, «принципиально новую вещь, ... использовать те показатели, которые уже применяются в экономике. Эта попытка имеет право на жизнь» (2).

В целом же, по оценкам специалистов, «нынешняя ситуация в России характеризуется низким уровнем доверия в обществе и к основным публичным институтам» (32, с. 77). Так, согласно данным социологического исследования по измерению уровня доверия к бизнесменам, государственным и общественным институтам «Trust Barometer 2007», проведенного международной компанией «Edelman», одним из крупнейших пиар-агентств США, в России наибольшим доверием пользуется бизнес (39% российских респондентов), что является общей тенденцией для государств с развивающейся экономикой (например, средний показатель для развивающихся стран – 60%, для развитых – 47%). В развитых странах ситуация иная: здесь большее доверие вызывают негосударственные общественные организации (НГО) (в странах ЕС – 50% респондентов, в Северной Америке – 57%). В свою очередь, Россия демонстрирует самый низкий уровень доверия к НГО (27%). Общей

мировой тенденцией является низкий уровень доверия к государству как общественному институту, а также постепенное снижение доверия к СМИ (Россия – 32%, ЕС – 35, Северная Америка – 38%) (3).

За рубежом не пользуются доверием и российские компании: уровень доверия к ним изначально ниже, чем к большинству других международных корпораций. Так, на вопрос о доверии к транснациональным корпорациям, штаб-квартиры которых расположены в России, только 18 и 44% респондентов из развитых и развивающихся стран соответственно высказали свое доверие им (для сравнения: Германии доверяют 68 и 79% участников опроса соответственно). Доверие к одной из крупнейших российских компаний – ОАО «Газпром» высоко только в России – 67%; в Китае – уже 48; завершает список Великобритания с 5% доверия к этой российской корпорации. Таким образом, наименьшим доверием российские организации пользуются в развитых странах.

В качестве одного из главных выводов, касающихся ситуации внутри России, можно указать на в целом недоверчивое мышление, свойственное россиянам. Общественные отношения в стране характеризуются недоверием и нигилизмом. Средний показатель доверия российских респондентов к национальным государственным, общественным, коммерческим организациям, СМИ и религиозным учреждениям составляет 32% (в ЕС – 41, Северной Америке – 48, Латинской Америке – 57%). Отсутствие доверия к коммерческой организации или общественному институту становится причиной формальной, «неискренней» обратной коммуникации, что, в свою очередь, провоцирует новый виток недоверия к их действиям (3). Фактически такую же оценку состоянию российского общества дает и Е.Г. Ясин, подчеркивающий, что «в обществе преобладают настроения социального цинизма» (32, с. 69). «Люди уверены в том, что окружены враждебными, эгоистичными и властными индивидами, группами и институтами, притесняющими и подавляющими их. Единственно разумный способ поведения – ограничить связи в обществе или самим быть такими же» (70, с. 70).

Низкий уровень доверия по отношению к людям в целом подтверждается данными социологических опросов. На вопрос «Можно ли доверять большинству людей?» с вариантами ответов «да», «нет», «затрудняюсь ответить» ответ «да» дает следующую динамику: 1989 г. – 54%; 1990 – 25; 1991 – 36; 1995 – 24; 1998 – 22; 2005 – 22; 2006 г. – 22%. Комментируя эти данные Е. Ясин отмечает, что в 1989 г. общество было полно оптимистических ожиданий в

связи с началом демократизации, гласности и т.п. Затем резкое падение в 1990 г., поскольку ожидания не оправдались. В 1991 г. наблюдался некоторый подъем настроений в связи с революционными переменами, но с началом рыночных реформ с их тяжелыми последствиями уровень доверия упал еще ниже и остался на этом уровне несмотря на экономический подъем, рост благосостояния, сокращение бедности (32, с. 69).

Что касается измерения доверия в бизнес-среде, то Я. Корнаи считает здесь хорошим показателем долю предоплаты. В Беларуси, Украине и России этот показатель составляет около 40%, в то время как в Венгрии, Чехии и Польше – примерно 10%. Другим показателем честности рынка (и общества в целом) может служить частота и серьезность нарушений контрактов. Хотя общие данные в этой области отсутствуют, обычно считается, что в постсоциалистических странах такие проблемы встречаются чаще и они более серьезные, чем в зрелых рыночных экономиках. В определенной мере частота и интенсивность нарушений контрактов могут служить отражением степени доверия и честности, присущих конкретному рынку (и обществу в целом) (10).

Д. Катаев полагает, что индекс доверия внутри бизнеса можно подсчитать по объемам кредитов, по объемам предоплаты, по срокам заключения сделок и т.п. Эти показатели очень важны, особенно в сравнении с другими странами. Такой индекс в России будет гораздо ниже, чем в странах с длительной кредитной историей, наличие которой также является существенным фактором (2).

Профессор ГУ-ВШЭ О.М. Олейник полагает, что хорошим индикатором доверия, имеющим статистическое выражение, является судебно-арбитражная практика. В последнее время наметилась тенденция роста числа дел, например по поводу уплаты налогов. Это свидетельствует о том, что бизнес считает возможным и нужным судиться с властью и означает, что бизнес доверяет судебной власти. Однако на фоне этой благоприятной тенденции происходит снижение количества удовлетворенных исков. Еще один просчитываемый параметр – статистика осужденных за экономические преступления (2).

Состояние доверия в российской бизнес-среде определяется условиями ее формирования. При этом, отмечает Я. Корнаи, «процесс постсоциалистического перехода принес с собой нравственную путаницу. В умах многих людей все еще сохраняются принципы старой морали, в то время как другие испытывают одновременное

воздействие и старых, и новых принципов, хотя они совершенно не сочетаются» (10).

В зарождавшийся российский бизнес пришли прежде всего представители старой советской хозяйственно-партийной номенклатуры, понимавшей, что добиться неких результатов можно лишь договариваясь по-хорошему с партнером, как вышестоящим, так и подчиненным. Подобная культура доверия вырабатывалась на протяжении трех десятилетий, т.е. с тех пор, как отступил сталинизм с его методами принуждения. Возникавшие в этой среде случаи нарушения номенклатурной этики вызывали осуждение в номенклатурных кругах, поскольку подрывали хрупкую культуру доверия, без которой невозможно было работать.

Другой составляющей российского бизнес-сообщества стал комсомольско-молодежный бизнес. Отношения в этой среде были похожи на отношения в среде зрелой номенклатуры, но имела и определенная специфика. Молодежь, не обремененная опытом советского хозяйствования, переходила к рынку уже в середине 80-х годов, занимаясь бизнесом в разрешенных законом формах под «крышей» ВЛКСМ. Совместное ведение мелкого бизнеса, скрепленное совместным отмечанием деловых достижений, порождало новые отношения доверия. «Комсомольцы», противопоставлявшие себя «отцам» и ощущавшие себя новой российской элитой, старалась держаться вместе, чтобы противостоять враждебному окружению старших товарищей. Старая хозяйственно-партийная номенклатура составила костяк тысяч российских компаний, возникших на базе промышленных предприятий, а из «комсомольского» бизнеса выросло множество новых банков, торговых фирм, совместных предприятий. В конечном итоге «комсомольцы» приватизировали некоторые ведущие энергетические и сырьевые структуры страны (28, с. 723–724).

С комсомольско-молодежным бизнесом пересекается и новый бизнес, в основе которого лежат отношения членов «студенческих братств». Тесные дружеские отношения, завязывавшиеся в стройотрядах и обычных компаниях однокурсников, породили к началу 90-х годов множество фирм. «Студенческие братства», поднявшиеся несколько позже комсомольских структур, должны были самостоятельно находить подходы к предприятиям, контролировавшимся старой номенклатурой. Их путь был более тернист, но они успешно двигались вперед, захватывая все новые рубежи в бизнесе и вырабатывая в своей среде новую культуру доверия.

При этом в определенный период государство стимулировало возникновение новых предпринимателей в качестве административного и финансового противовеса «красным директорам». Крупный российский бизнес сложился в значительной мере при государственном участии, поскольку он не мог сформироваться самостоятельно за столь короткое время ни физически, ни теоретически из-за, как считает В.Б. Звоновский, «отсутствия культуры безличного доверия и неформальной коммуникации среди только что возникших российских предпринимателей». В результате предприниматели, считающие, что они создали свои предприятия независимо от государства, а зачастую и вопреки его усилиям, относятся к представителям крупного бизнеса как к несправедливо обогатившимся за счет своей близости к государству и его институтам (5, с. 144).

Определенный вклад в формирование российского бизнеса внесла «теневая», полукриминальная и криминальная экономика. Несмотря на огромную личную опасность частного предпринимательства для человека в советский период, оно существовало. К началу 90-х годов, по некоторым оценкам, в теневом секторе экономики производилось около 20% совокупного общественного продукта и было занято примерно 25–30 млн. человек (23). Деятели теневой экономики, пополняя ряды легальных бизнесменов, принесли с собой в зарождающийся российский бизнес умение договариваться «по понятиям» как о разделе сфер влияния, так и о взаимоотношениях в рамках отдельных криминальных структур. Таким образом, отношения «доверия по понятиям» оказались одной из основ формирования российской рыночной экономики.

Кроме того, в российский бизнес в 90-е годы XX в. пришли граждане зарубежных государств, действующие по устоявшимся канонам западной предпринимательской культуры. Контакты с ними приводят к своеобразному переплетению восстанавливаемых национальных черт российского предпринимательства с общемировыми, что отчасти облегчает включение российского бизнеса в среду мировых норм делового поведения. Наряду с этим в многонациональной России существует и обладающий своими особенностями бизнес национальных диаспор, что также оказывает влияние на формирование культуры доверия в постсоветской России.

На первоначальном этапе отношения доверия существовали лишь в рамках отдельных групп. Как отмечает А.В. Трапкова, анализируя отношения между партнерами, складывающиеся в российском малом и среднем бизнесе, в этот период доверие ограничи-

вается индивидуальным уровнем. Даже компании доверяют не государственным структурам как таковым, а конкретным персонам (24, с. 39). В.Б. Звоновский видит специфику проблемы доверия в России не в том, что доверие не преодолевает индивидуального уровня, а в том, что «после распада социальных институтов советского общества и в отсутствие новых индивидуальное доверие существует только как личное, т.е. между знакомыми друг с другом людьми», тогда как доверие между незнакомыми между собой людьми, т.е. безличное доверие, остается одним из самых слабых элементов социального взаимодействия (5, с. 142–143).

Более того, по его мнению, доверие в российских условиях оказалось фактором, способствовавшим многократному увеличению операционных издержек, поэтому российские предприниматели не нуждались в его использовании и были вынуждены избавляться от круга доверия. В сфере взаимоотношений между собственниками это привело к возникновению спроса на силовое предпринимательство, способное заставить недобросовестного партнера выполнять взятые на себя обязательства (5, с. 143).

Таким образом, черты отношения к доверию в среде западного и российского бизнеса принципиально расходятся. Для первого исходной является установка на «авансирование» доверия, которая корректируется по мере того, как о партнере (потенциальном или фактическом) накапливается негативная информация; для второго характерна установка на «авансирование» недоверия, отказ от которой происходит по мере того, как появляется возможность убедиться в надежности партнера. Это, как отмечает Р.А. Капелюшников, означает неизбежную «примитивизацию транзакционного пространства», ведет к сложности осуществления даже таких сделок, как инвестирование или кредитование, что подрывает возможности экономического роста (7).

Поскольку дальнейшее развитие частного сектора и экономики в целом требует роста доверия, в настоящее время на стыке поведенческих традиций групп, сформировавших российское бизнес-сообщество, происходит своеобразный процесс мутации, поиск новых жизнеспособных форм взаимодействия (23). Но, вероятно, должно смениться поколение бизнесменов и менеджеров (и может быть, не одно) для того, чтобы в России сформировалась новая культура доверия (28, с. 730).

## Список литературы

1. Гуриев С. Уроки экономики: Капитализм на доверии // Ведомости 09.12.2004, № 227 (1267). – Режим доступа: <http://ruseco.ru/ru/node/645>
2. Доверие в экономике: Количественная оценка. – Режим доступа: <http://www.liberal.ru/sitan.asp?Rel=163>
3. Доверия к бизнесу в России нет. – Режим доступа: <http://advtime.ru/news/pr/2007/30031.html>
4. Заболотная Г.М. Феномен доверия и его социальные функции. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/11/17/0000183879/Zabolotnaya.doc>
5. Звоновский В.Б. Повседневное межличностное безличное доверие как фактор хозяйственной деятельности // Мир России. – М., 2007. – Т.16. – № 2. – С. 133–151.
6. Зинченко В.П. Психология доверия. – Режим доступа: <http://www.courier.com.ru/energy/en0401zinchenko.htm>
7. Капелюшников Р.А. Где начало конца. – Режим доступа: <http://www.libertarium.ru/libertarium/79710>
8. Кови Ст.Р. Восьмой навык: От эффективности к величию / Пер. с англ. Сундстрем Ю. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 408 с.
9. Коньков А.Т. Социальный капитал как концепция экономической социологии и его роль в системе экономического взаимодействия. – Режим доступа: <http://www.socio.msu.ru/documents/science/theses/D.501.001.03/th.2007-01-23-0.rtf>
10. Корнаи Я. Честность и доверие в переходной экономике. – Режим доступа: <http://rusref.nm.ru/kornai1.htm>
11. Коулмэн Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – М., 2001. – № 3. – С. 122–139.
12. Ляско А.К. Проблема доверия в социально-экономической теории / РАН. Ин-т экономики. – М., 2004. – 183 с.
13. Материалы к первому заседанию Форума профессионалов корпоративного управления. – Режим доступа: <http://www.nccg.ru/site.xp/050049057056124055055050124.htm>
14. Мильнер Б.З. Теория организации: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. «Гос. и муницип. упр.», «Менеджмент орг.». – 4-е изд., переработ. доп. – М.: ИНФА-М, 2004. – 647 с.
15. Нестик Т. Культурный, социальный и символический капиталы (обзорный материал). – Режим доступа: [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_325.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_325.htm)
16. Никитина Ю.Н. Доверие как элемент структуры рынка страхования жизни. – Режим доступа: [http://www.ecsoc.mses.ru/pdf/ecsoc\\_t8\\_n1.pdf](http://www.ecsoc.mses.ru/pdf/ecsoc_t8_n1.pdf)
17. Николаев И.А., Ефимов С.В., Марушкина Е.В. Доверие в экономике: Количественная оценка: Аналитический доклад. – М.: Аудиторско-консалтинговая

- компания «ФБК», 2006. – 38 с. – Режим доступа: <http://www.fbk.ru/upload/contents/321/doverie1.pdf>
18. Пирогов Г., Ефимов Б. Проблема социальной справедливости в экономике и социологии. – Ч.I. – Режим доступа: <http://www.old.za-nauku.ru/?mode=text&id=1721>
  19. Полищук Е.А. Социальный капитал и его роль в экономическом развитии. – Режим доступа: [http://www.econ.pu.ru/wps/wcm/resources/file/eb623b4fbfe81b4/02\\_1129559301.pdf](http://www.econ.pu.ru/wps/wcm/resources/file/eb623b4fbfe81b4/02_1129559301.pdf)
  20. Потеряхин А. Доверие к руководству и профессиональная мотивация персонала. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/articles.php?lng=ru&pg=1339>
  21. Радаев В.В. Социология рынков: К формированию нового направления. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 328 с.
  22. Селигмен А. Проблема доверия. – М.: Идея-Пресс, 2002. – 254 с.
  23. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник / Под общей редакцией академика РАЕН, д.э.н. Г.Б. Клейнера. – Москва: «КОНСЭКО», 1998. – Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m71/1\\_6.htm](http://www.aup.ru/books/m71/1_6.htm)
  24. Трапкова А.В. Доверие в российском малом и среднем бизнесе // Общ. науки и современность. – М., 2004. – № 4. – С. 36–48.
  25. Уцци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: Влияние сетей // Экономическая социология. – М., 2007. – Т.8, № 3. – С. 44–60. – Режим доступа: [http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc\\_t8\\_n3.pdf](http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t8_n3.pdf)
  26. Ученые утверждают, что финансовыми потоками управляют половые гормоны. – Режим доступа: <http://ethology.ru/news/?id=317>
  27. Фрейк Н.В. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки. – Режим доступа: [http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/08/14/0000310977/002\\_Freik.pdf](http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/08/14/0000310977/002_Freik.pdf)
  28. Фукуяма Ф. Доверие: Социал. добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ: Ермак, 2004. – 733 с.
  29. Шо Р.Б. Ключ к доверию в организации: Результативность. Порядочность. Проявление заботы / Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. – М., 2000. – 271 с.
  30. Штомпка П. Социальное изменение как травма // Социол. исслед. – М., 2001. – № 1. – С. 3–11; № 2. – С. 6–17.
  31. Штомпка П. Социология. Анализ общества / Пер. с пол. – М., 2005. – 655 с.
  32. Ясин Е.Г. Модернизация и общество: К VIII Междунар. науч. конф. «Модернизация экономики и обществ. развитие», 3–5 апр. 2007г., Москва / Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2007. – 114 с.
  33. Яковлев А. Интеллектуальный потенциал России и экономический рост. – Режим доступа: [http://www.opec.ru/analyze\\_doc.asp?d\\_no=47843](http://www.opec.ru/analyze_doc.asp?d_no=47843)
  34. Camdessus M. Humaniser la mondialisation et reconstruire la confiance par la vérité et la justice. – Режим доступа: <http://www.presenceettemoignage.org/fr/enseigne/e9.htm>



35. Charreaux G. Le rôle de la confiance dans le système de gouvernance des entreprises. – Режим доступа: <http://ungaro.u-bourgogne.fr/WP/0980501.pdf>
36. Galford R., Drapeau A.S. The enemies of trust // Harvard business rev. – Boston, 2003. – Vol. 81, N 2. – P. 89–95.
37. Karpik L. La confiance: réalité ou illusion? Examen critique d'une thèse de Williamson // Rev. économique. – P., 1998. – Vol. 48, N 4. – P. 1043–1056.
38. Kautonen T. Trust as a governance mechanism in inter-firm relations: Conceptual considerations // Evolutionary a. institutional economics rev. – Tokyo, 2006. – Vol. 3, N 1. – P. 89–108.
39. Orléan A. La théorie économique de la confiance et ses limites. – Режим доступа: <http://www.pse.ens.fr/orlean/depot/publi/ART2000tTHEO.pdf>
40. Pfefferkorn R. Adam Smith, un libéralisme bien tempéré // Problemes econom. – P., 2006. – N 2898. – P. 41–47.
41. Schuller G. Économie et confiance. – Режим доступа: <http://www.portstnicolas.org/spip.php?article1872>

**И.Г. Минервин**

**ЭКОНОМИКА И ЭТИКА:  
ЭТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Вопрос о соотношении экономики и этики весьма сложен и далеко не решен, хотя имеет давнюю историю (9, с. 272; 11, с. 17) и связан с проблематикой методологии самой экономической науки (14, с. 15). Уже в античности и Средневековье выдающиеся мыслители, обращаясь к экономическим проблемам, обсуждали их с моральных позиций. Этические соображения в экономической теории присутствовали еще у Аристотеля, Эпикура, Д. Юма, Дж. Локка, И. Канта, А. Смита и др. Одним из основателей этического подхода к анализу экономических явлений считается Дж.С. Милль, говоривший о том, что цели хозяйственной деятельности включают не только получение прибыли, но и выполнение социальной миссии, «участие предприятия в поддержании социальной ткани, не ограничивающееся сферой занятости» (26, с. 7).

Однако в течение длительного времени экономика отделяется от этики, утверждая принципы полезности и рациональности, управляющие поведением человека и действующие «как невидимая рука». Как считает французский исследователь Ж.-П. Галавьель, экономическая теория до сих пор находится между двух огней: с одной стороны, нормативная сила морали категорического императива Канта, модернизированного Х. Джонасом; с другой – позитивный подход, проповедующий ее нейтральность, «аморальность» (26, с. 7). Согласно концепции «этической нейтральности», наука, изучающая поведение и рациональные действия, не может быть ни плохой, ни хорошей, она рассматривается вне моральных соображений. При этом подразумевается, что методы поиска эффективности производства и удовлетворения материальных потребностей, опирающиеся на строгий экономический расчет, обеспечат поло-

жительный баланс. Кризисы последних десятилетий породили сомнения в правильности такого подхода, а проблема экономической этики заняла прочные позиции в научных исследованиях.

Экономика и этика следовали каждая своим путем до тех пор, пока благодаря работам Дж. Кейнса, М. Вебера, А. Сена и других экономистов XX в. не утвердилось понимание, что «в отдельности они бесплодны и экономика не несет урожай, если не будет оплодотворена этикой», что этические ценности могут стать импульсом либо препятствием к развитию экономики, что «теория обратной связи между этическими ценностями и экономическим развитием наиболее соответствует истине» (11, с. 18, 20). Важнейший вклад Дж. Кейнса в экономическую науку состоит в признании ее этической направленности и разработки концепции, указывающей путь к повышению уровня благосостояния людей (14, с. 22).

Присутствие этики в экономической науке объясняется прагматическим характером последней. Это означает, что в отличие от представителя позитивной науки, описывающей существующее в природе, например, физики, «экономист, даже зная настоящее, не может предсказать будущее в том случае, если ему неизвестны намерения людей, творящих историю в соответствии со своими ценностями, которые они к тому же постоянно пересматривают» (9, с. 274). Экономика – наука, в которой процесс наблюдения и познания оказывает влияние на изучаемый объект. И если раньше в течение длительного времени развитие экономической теории сопровождалось ее отчуждением от этики, то сегодня, как пишет В.А. Канке, «экономический позитивизм потерял значительную долю своей привлекательности. ...Спустя два века после конституирования своей науки, экономисты осознали, что они могут помочь практикам своими рекомендациями относительно должных акций. А это означает, что этическая проблематика вновь вышла на авансцену экономической теории» (9, с. 275), что нашло отражение в работах ряда ведущих экономистов (12; 35). «Этика и экономическая наука объединяются в общую теорию человеческой деятельности и человеческой практики, в которую должно войти и понимание общественных институтов и порядков деятельности в контексте культуры» (10, с. 11).

Актуальность такого синтеза, определяется «нацеленностью на претворение в жизнь наиболее эффективных решений» (9, с. 287). Этика превращается в своеобразный фактор производства, средство экономического развития. «Девиз “этика – это хороший бизнес”,

становится ключом, открывающим двери, за которыми спрятаны сокровища» (26, с. 9). «Острота проблемы определена тем, что, размышляя о человеке и его месте в хозяйственной системе, экономическая теория уже не может игнорировать нравственную сторону хозяйственной жизни. И вопрос состоит лишь в том, примет ли она строго нормативную ориентацию или попытается решить проблему в рамках позитивного подхода, расширяя границы “чистой” теории. В последнем случае нравственные установки и моральные ограничения признаются важнейшими факторами, влияющими на поведение человека в хозяйственной области, а следовательно, и на развитие экономики в целом». Движение к новой экономической теории предполагает опору на «новую экономическую философию, наиболее важным моментом которой является признание человека организационной частью общества, в котором он живет и которое развивается вместе с ним» (14, с. 22–23).

Пример множества исследований показывает, что в последние годы экономическая наука обратила особое внимание на поведенческую, психолого-мотивационную составляющую экономических процессов как существенный фактор эффективности этих процессов, что, конечно, не случайно и уже получило соответствующее признание (вплоть до Нобелевских премий). Возможно, что это внимание является также определенной реакцией на преувеличенное значение ресурсной проблемы. Становится очевидно, что в экономике знания главным фактором, или ограничителем экономического роста являются не ресурсы, по крайней мере не все ресурсы, а мотивация, человеческий и социальный капитал.

Все это тем более важно сегодня, когда для теоретиков и практиков менеджмента не секрет, что «самым ценным активом любой организации XXI века – как коммерческой, так и некоммерческой, – станут ее *работники умственного труда* и их *производительность*» в условиях, когда они «очень быстро становятся самой крупной группой внутри рабочего класса развитых стран... Именно от производительности этой группы работников будет зависеть будущее процветание – более того, само существование, – развитых стран» (7, с. 185, 194).

Потребность в углубленном изучении человеческого фактора в экономике и эволюция экономических теорий привели к появлению направления, которое с полным правом может быть названо *этической экономикой*. Попробуем рассмотреть некоторые ее проблемы в той сфере, которую немецкий исследователь П. Козловски

определяет как теорию этических предпосылок хозяйства (10, с. 9), сосредоточив внимание на практических аспектах, важных для эффективного функционирования и развития хозяйственных систем, в частности проблемы, связанные с условиями, мотивацией и эффективностью человеческой деятельности.

### **Проблема эффективности**

Наблюдая на практике функционирование различных экономических систем, мы убеждаемся, что потери от неэффективности, растраты общественного труда, которые могут возникать по совершенно различным обстоятельствам и в совершенно различной форме, вполне сопоставимы по своим масштабам. В обратной формулировке это равносильно утверждению В. Парето о том, что совершенная конкуренция и совершенное планирование, при прочих равных условиях, ведут к одному и тому же оптимуму.

Исследование социокультурных факторов в экономике приводит к выводу, что объяснение значительных разрывов в экономической эффективности и продуктивности лежит не только в аллокации ресурсов, формах собственности, институциональной структуре, развитии производительных сил, наукоемкости производства или других традиционно рассматриваемых факторах, но и в глубинах человеческого сознания<sup>1</sup>. Мы убеждаемся в том, что формы организации являются как бы внешними по отношению к деятельности человека, оболочкой, внутри которой находится сам человек со всеми своими «мотивами» поведения, радостями и печалью, вечными и каждодневными, со своим менталитетом, привычками, желаниями, убеждениями и ценностями.

Именно в значимости социокультурных и этических факторов коренится источник концепций человеческого капитала, социального капитала, этики бизнеса, этического богатства нации, которые усиленно развиваются в последние годы. Необходимо показать экономическую значимость этих факторов, или, по крайней мере, включить в рассмотрение такие важнейшие социальные ин-

---

<sup>1</sup> Как тут не вспомнить замечательные литературные примеры: сцену из «Войны и мира» накануне Бородинского сражения, в которой Л. Толстой вкладывает в уста Болконского мысль о том, что исход битвы зависит не от численного превосходства или позиции войск, а «от того чувства, которое есть в каждом солдате», или слова булгаковского профессора Преображенского о том, что разруха бывает не где-нибудь, а в головах.

ституты, как мораль и свобода. Ведь в экономике, как и в других общественных науках, социокультурные и этические факторы присутствуют в силу их определяющей роли по отношению к поведению людей и общественных институтов.

О роли этики в экономике свидетельствует значение самой этики как научной дисциплины. Этика, пишет В.А. Канке, «непрерывно проявляется при проблематизации аксиологических, или прагматических, наук в связи с анализом ценностного содержания поступков людей... Этика присутствует в философии экономики, политологии, правоведения и всех других аксиологических наук». При этом у этики своя область, «свой регион влияния» – вопросы эффективного налаживания совместной жизни и деятельности людей, в том числе хозяйственной. И в этой области «этика способна выполнить свою благородную миссию по регулированию поведения людей» (9, с. 18).

Все это не позволяет сомневаться в современной актуальности этического аспекта изучения экономических явлений. Такая прагматическая теория этической экономики может быть основана на следующих допущениях.

1. Никакая организация никогда не достигает полной эффективности в масштабе своего потенциала (явление неэффективности), причиной чему служат многие факторы, в том числе не известные на данный момент наблюдателю или не принимаемые в расчет.

2. В основе производительности и эффективности лежит фактор мотивации во всем его многообразии применительно ко всем работникам в целом и каждому в отдельности.

3. Всеобщие причинно-следственные взаимосвязи существуют как в материальном мире, так и в сфере духовных, психологических взаимоотношений. Они формируют сети взаимоотношений, которые охватывают, фактически, все общество и составляют элемент социального капитала.

Многие исследователи (прежде всего неоклассического и институционального направлений) указывали на глубокую связь экономики и социальной сферы, роль культуры, социальных норм, ценностей и правил. В этом ряду важное значение имеет концепция человеческого капитала и включение в это понятие помимо знаний и умений человеческой способности к объединению и взаимопомощи. Выражением этой связи является также концепция социального капитала, в определениях которого подчеркивается зна-

чимость сотрудничества в достижении общих целей (20; 25; 34). Согласно этой концепции, социальный капитал является много-сторонним проявлением культуры и способен оказывать как позитивное, так и негативное воздействие на функционирование экономики и его результаты, а также на ее инновационный потенциал. Социальный капитал определяется и измеряется не только системой ценностей, регулирующей индивидуальное поведение, но и системой *взаимосвязей и сетей*, которые способствуют эффективности экономической кооперации, и уровнем доверия в них<sup>1</sup>.

В обществе и экономике действуют миллионы и миллиарды прямых и обратных взаимосвязей между их элементами. Они могут быть материальными и нематериальными, т.е. причинно-следственными связями, из которых выделяется особый класс – морально-психологические связи, которое тоже причинно-следственные, но имеют иной характер – операндов, воздействующих на морально-психологическое, или мотивационное состояние элементов социальной системы. Иллюстрацией таких причинно-следственных связей может служить чудесный детский стишок, описывающий последовательность событий от отсутствия в кузнице гвоздя и потери подковы командирской лошади до поражения целой армии. Число подобных примеров легко умножить<sup>2</sup>. Однако нетрудно заметить, что здесь могут сочетаться факторы разного порядка. Ведь гибель командира с точки зрения влияния на армию – это причина организационного и морального порядка, но по своему воздействию она совершенно справедливо приравнивается к материальным (отсутствию гвоздя и т.д.), а по последствиям значительно их превосходит.

---

<sup>1</sup> «В то время как физический капитал охватывает физические объекты, а человеческий капитал – качества индивидуумов, социальный капитал характеризует отношения между людьми – социальные сети и нормы взаимности и доверия, которые возникают на их основе. В этом смысле социальный капитал тесно связан с тем, что некоторые называли “гражданской добродетелью”. Различие между ними заключается в том, что социальный капитал привлекает внимание к тому факту, что гражданская добродетель наиболее сильна тогда, когда укоренится в сети взаимных социальных отношений. Общество, состоящее из множества добродетельных, но изолированных индивидуумов, не обязательно обладает большим социальным капиталом» (33, с. 19, цит. по: 12, с. 12).

<sup>2</sup> Вот, например, рассказ о человеке, «вставшем не с той ноги»: он раздражен какой-либо бытовой мелочью и, встречаясь с другими людьми и совершая то или иное действие, передает это состояние по цепочке, что может закончиться трагическим исходом (наездом на пешехода, ошибкой хирурга и т.п.).

Причинно-следственные связи имеют место не только в материальной, но и в морально-психологической сфере, поскольку люди живут в обществе, в котором связаны между собой множеством взаимоотношений. В обществе, таким образом, существует всеобщность психолого-мотивационных связей, и изменение в одном звене ведет к изменению состояния всей сети. В информационной экономике, в условиях глобализации число и интенсивность связей многократно возрастают.

В отношении индивида происходит тот же процесс, что и в отношении делового предприятия, описанный еще Т. Вебленом. «Вовлечение каждой отрасли во всеобъемлющую систему, или ее объединение с другими отраслями промышленности, по своей природе таково, что в результате каждое промышленное предприятие данной отрасли становится зависимым от предприятий других отраслей, поставляющих ему материалы, технику и т.д., при этом данная отрасль сбывает этим другим отраслям свою продукцию. Такие отношения зависимости и объединения образуют бесконечную последовательную цепь. То есть межотраслевые отношения, в которые по необходимости вступает любая отрасль промышленности, не достигают окончательной стадии в любом направлении; в рамках индустриального процесса в целом не существует ни одного элемента, который является первичным в любой последовательной цепи процессов» (2, с. 140).

Такая же всеобъемлющая система формируется из позиций, отношений, мотиваций и поведений совокупности индивидов в социоэкономической системе. Однако, если Т. Веблен, описывая отношения между агентами (он имел в виду только предприятия и отрасли), говорил об их финансовом характере, о том, что они, в конечном счете, определяются соотношением цен, а механизм связей между предприятиями и отраслями основан на заключении контрактов, то теперь мы включаем в этот механизм более широкий круг факторов, в том числе носящих психологический и социокультурный характер (доверие, восприятие риска, ценностные установки и т.д.).

Описывая цепной (сетевой) характер возникновения экономического кризиса, Т. Веблен пишет: «Когда требование платежа предъявляется тому или иному должнику, оно передается дальше по цепочке следующему ряду должников, и тем самым начинает осуществляться череда ликвидаций, результаты которой общеизвестны из многолетнего опыта, а именно рыночная котировка залогов,



составляющих всю цепь, снижается. Тем самым вступает в действие кризис с его дальнейшими легкоузнаваемыми последствиями» (2, с. 144). Подобный кризис приводит к тому, что «общество в целом становится беднее в отношении рыночной стоимости, но обязательно в аспекте материальных средств существования» (2, с. 143).

Эффект принципа всеобщности прямых и обратных психолого-мотивационных связей проявляется буквально во всех сферах как индивидуальной, так и общественной жизни. Например, состояние страны через психолого-эмоциональное состояние спортсменов отражается на ее спортивных результатах.

Подобно тому как для инвестора необходим благоприятный инвестиционный климат, благоприятные условия необходимы для всякого трудового поведения. Человек не может хорошо работать, если его права не защищены, если он не уверен в сохранности своих сбережений, если у него дома течет кран или не работает унитаз и никто его не чинит, если его где-то плохо обслужили и т.д. Таких условий бесчисленное множество и все они взаимосвязаны. Эта совокупность условий, очевидно, составляет то, что может быть определено как качество жизни, или качество трудовой жизни, что, по преимуществу, одно и то же, а также составляет необходимое условие проявления творческой свободы.

### **Роль мотивации и нравственности**

Еще Адам Смит в книге «Теория нравственных чувств» отмечал, что экономическая мотивация человека является крайне сложным феноменом, тесно взаимосвязанным с обычаями и устоями общества, в котором он живет. Современные подходы к проблеме связаны с критикой неоклассической концепции. «Как хорошо понимал Адам Смит, – пишет Ф. Фукуяма – экономическая жизнь глубоко укоренена в социальной жизни, и ее невозможно понять отдельно от обычаев, нравов и устоев конкретного исследуемого общества – одним словом, отдельно от его культуры. ... Современной экономической теории, следовало бы, насколько это возможно, уйти от узости “неоклассической” версии и вернуться к “классической” широте охвата, приняв во внимание способы, которыми культура влияет на человеческое поведение вообще и экономическое поведение в частности» (20, с. 31, 39).

Согласно взглядам неоклассической экономической теории, которые, как подчеркивает Ч. Кларк, сегодня признаются большин-

ством экономистов слишком узкими и упрощенческими, рациональное поведение человека состоит в максимизации полезности и движется мотивом собственной экономической выгоды; «эффективный» результат определяется рациональной калькуляцией затрат и выгод, а рациональность измеряется в теории по критерию полезности, а на практике – в долларах и центах (24, с. 267).

Как отметил Т. Веблен, «теория современной экономической ситуации должна быть прежде всего теорией мотивации, целей, методов и последствий бизнеса» (2, с. 13). Дело в том, что человек постоянно принимает решения и главный фактор, определяющий эти решения, – его мотивация, которая может быть различной. Поэтому нельзя говорить о рациональности выбора, не говоря о существовании множества критериев рациональности.

Принцип личной заинтересованности в классической и неоклассической экономике – это и утверждение о том, как действуют экономические агенты, и этическая оценка того, как они должны действовать. Известное доказательство его роли принадлежит Адаму Смиту, который утверждал, что действия, мотивированные личной заинтересованностью, в сочетании с другой чертой человеческой природы – склонностью к товарообмену – характеризуют «общество торговцев», в котором каждый человек живет благодаря обмену, а все общество приобретает коммерческий характер. Концепция Смита, согласно которой своекорыстные действия индивидов результируют в общественное благо, в сжатой форме выразилась в понятии «невидимой руки». Вместе с тем Смит явно не считал этику личной заинтересованности достаточной для обеспечения стабильности и процветания общества. Согласно Смиту, общественные институты (семья, гражданское общество, религия) социализируют мотивированного личным интересом человека, заставляя его учитывать последствия своих действий для других (17). Личный интерес не может служить основой социальной этики. При наличии эффективных конкурентных рыночных сил и самоконтроля со стороны индивидов, «невидимая рука» рынка направит их эгоистически мотивированное экономическое поведение на достижение общего блага. Если же достаточный самоконтроль отсутствует, другие институты должны вступить в действие для обеспечения минимального, необходимого для общественного порядка уровня солидарности. Смит также отмечал, что мотив личной выгоды и механизм рынка в конечном счете ведут к экономическому упадку общества и к моральному упадку личности, что вряд ли можно расценить как

безоговорочную поддержку ничем не ограниченного капитализма (24, с. 268).

По мнению Ч. Кларка, эволюция неоклассической экономической теории привела к исключению исторического и социального контекста и, таким образом, устранению социальных, культурных, политических и духовных факторов из рассмотрения экономической деятельности. Более того, это привело к отказу от социальных ограничений эгоистического поведения и к постановке под сомнение идеи о необходимости контроля индивидами своего поведения. Это привело к «плохой» экономической теории и практике. Тогда как фактическая экономика всегда функционировала в рамках ограничений, накладываемых социальной этикой, многие экономисты доказывали, что подобные влияния служат помехой эффективности.

Ч. Кларк отмечает очевидную противоречивость этических принципов солидарности и личной выгоды, вытекающую из различий во взглядах на человеческую природу, общество и на экономическое благо, которое может рассматриваться и как максимизация экономического роста, и как условие для обеспечения человеческого достоинства и участия. Более того, с конфликтом между этикой солидарности и этикой личной выгоды он связывает большинство противоречий подходов к проблемам экономической науки. Наиболее наглядно это проявляется в подходах к осмыслению понятий богатства и бедности. Во всех обществах создание, распределение и потребление богатства имеют важнейшее значение, и притом в каждом своем аспекте являются моральным актом. В рамках этики личной выгоды создание богатства рассматривается как доминирующая цель каждого индивида, как результат участия в рыночной деятельности (купле и продаже). Богатство рассматривается в категориях индивидуализма, как владение имуществом, приносящим прибыль. Экономическая эффективность предполагает использование имущества с наиболее высокой прибыльностью. Согласно этике солидарности, товары и услуги необходимы для обеспечения человеческого процветания, они являются промежуточными, а не конечными благами (24, с. 271). Этика солидарности ставит вопрос о необходимости включения интересов бедных и маргинальных слоев населения в процесс принятия экономических решений на всех уровнях, а также выдвигает требование предоставления бедным возможности реализации своего права и обязанности участия в экономической жизни сообщества (24, с. 272).

Очевидно, что если мотивация к труду базируется исключительно на материальных (денежных) основаниях, как это имплицитно вытекает из примитивной трактовки рыночной экономики, общественное благосостояние, качество труда и жизни будет подвергаться эрозии. Иначе говоря, если, как считал Дж. Кейнс, материальное благополучие должно способствовать добродетельной жизни (цит. по: 14, с. 21), то и соблюдение этических принципов добродетели должно способствовать материальному благополучию. Здесь можно сослаться на авторитет Дж. Стиглица, ссылающегося на целое созвездие авторитетов: «Давно признано, что рыночная система не может действовать исходя только из узкокорыстных интересов... Эрроу, Хиршмэн, Патнэм, Фукуяма и другие утверждали, что успех рыночной экономики нельзя понять, оперируя лишь узкими экономическими стимулами: критически важные роли играют нормы, общественные институты, социальный капитал и доверие» (18, с. 12). Еще резче выразился П. Друкер: «...нормы морали и этики просто противоречат законам капитализма. Столь близорукая система и доминирование экономики над жизнью человека вредят любому обществу» (8, с. 162)

Признание моральных ценностей (этики) в качестве важнейшего движущего мотива поведения человека связано с видением общественного характера человеческой природы. Как отмечает, например, Ч. Кларк, членство в обществе необходимо не только как условие удовлетворения физических и социальных потребностей, но и с точки зрения формирования морали. Оно также необходимо как условие экономических действий и личного успеха. Личное благосостояние является функцией общественного благосостояния. Соответствующие установки, идеалы солидарности как естественное выражение человеческой природы, признание роли социальных институтов, которую они играют в развитии человеческой личности, — все это находит свое подтверждение во всех религиозных системах. В христианской общественной мысли из ее концепции личности и общества непосредственно вытекает ценностный критерий: защита человеческого достоинства и содействие общему благу. Задача же ценностных критериев состоит в установлении руководящих принципов, которые направляют индивидуальные и коллективные действия и в общей форме выражаются в понятии солидарности. Это, продолжает Ч. Кларк, прямая противоположность концепции крайнего индивидуализма, выдвигающего личную выгоду в качестве основы всех межличностных отноше-

ний. Доказательством того, что идея солидарности есть разумно воспринимаемое следствие естественного права, служит тот факт, что она не принадлежит только христианству и сформулирована также в исламе, буддизме, иудаизме, конфуцианстве и индуизме. Формирование подобного этического кодекса поведения в весьма различных исторических и социальных условиях свидетельствует о том, что в нем заложено нечто большее, чем простое приспособление к материальным условиям существования (24, с. 266).

В сущности, пионерами такой теории мотивации были теоретики школы человеческих отношений и бихевиористского подхода к управлению человеческими ресурсами (Мэри Паркер Фоллет, Элтон Мэйо, Честер Барнард, Дуглас Макгрегор, Фредерик Херцберг), связывавшие эффективность производства и производительность труда с такими важнейшими стимулами, как моральное удовлетворение, возможность самореализации, наделение ответственностью, признание успехов и другие психологические потребности человека. Сегодня специалисты не сомневаются в том, что повышение роли этических и духовных факторов в управлении становится источником развития персонала, более полного использования его творческого потенциала, повышения качества принимаемых решений руководителями предприятий.

Мотивация, независимость и возможность самореализации являются необходимыми условиями создания и использования личного человеческого капитала. Сущность этого процесса хорошо описана Л. Грэттон, которая выделяет три элемента человеческого капитала: интеллектуальный, эмоциональный и социальный (5). В качестве ключевых процессов и методов формирования человеческого капитала Л. Грэттон указывает на доступность обучения и повышения квалификации; доверительные отношения с непосредственными руководителями и наставниками; возможность развития и участия в значительных и разнообразных работах и проектах; наличие времени и возможности для размышлений; возможность корректирования собственного поведения на основе личной обратной связи; право выбора места и времени работы; возможности завызывания контактов и т.д. (5, с. 160–161).

Исследователи различают «динамичную» этику развития, обеспечивающую гибкость как необходимую составную часть эволюционных процессов в экономике, и «статичную» этику сохранения существующего положения вещей. Этические вопросы возникают в процессе развития постоянно, являясь интегрированной

составной частью процессов преобразований и включающие такие добродетели, как разум, справедливость, смелость и чувство меры. Таким образом, динамичная этика заключается в открытости новым знаниям и опыту и в соответствующей реакции на новые опасности и угрозы (36).

Этическое поведение, как и социальная ответственность экономических агентов не сводится к альтруистическим действиям. Никто не сомневается в том, что важнейшей задачей делового предприятия является приложение всех усилий к тому, чтобы с помощью рационального экономического поведения в течение длительного времени получать высокие прибыли на предоставленные инвестором ресурсы, создавать долговременные рабочие места и производить продукты и услуги, удовлетворяющие спрос. Т. Веблен отмечал: «Природа мотивации бизнесмена связана с финансовыми соображениями, и стимулом для него служит денежный доход... Цель его деятельности заключается не только в том, чтобы сформировать оптимальную, с точки зрения интересов производства, концентрацию промышленности, но и в том, чтобы реализовать ее в такой конфигурации прав собственности, которые предоставят ему контроль над мощными силами бизнеса или принесут ему максимально возможную прибыль. Конечная цель, к которой он стремится, – укрепление своих прав собственности...» (2, с. 35).

Однако оказывается, что этим мотивация бизнесмена не исчерпывается. Т. Веблен следующим образом развивает свою позицию, подчеркивая, что любые действия бизнесмена могут как способствовать, так и тормозить рост эффективности: «Как и другие люди, бизнесмен движим идеалами, призывающими приносить пользу и облегчать жизнь ближним, и обладает чем-то вроде инстинкта качественной работы». Чтобы не быть голословным он приводит различные примеры – от бизнесменов, отдающих «предпочтение чему-либо менее сомнительному, чем перегонка виски или продажа вредоносных домашних лечебных средств» и избегающих «использования вредных примесей, даже если таковые допускаются законом», до железнодорожных компаний, стремящихся «избегать крушений и человеческих жертв, даже если выбор более гуманного образа действий не приносит денежной выгоды». «...Наиболее процветающие компании получают удовлетворение и прилагают максимум усилий, чтобы сделать обслуживание дорог или продукцию своих заводов настолько эффективной, насколько это позволяют их финансовые возможности, не только ради денеж-

ной выгоды». «...Чувство справедливости, ориентированность на честность взаимных соглашений, общественные интересы, профессионализм пронизывают все деловые отношения между людьми, а выигрыш, достигнутый ценой чрезмерных издержек, которые несут другие лица, не получающие при этом ощутимой компенсации, в той или иной степени вызывает осуждение». Мотивация такого рода ослабляет эффективность бизнеса, добавляет Веблен, имея в виду данный, индивидуальный бизнес, но при этом выигрывает общество. «Во многих случаях стратег бизнеса, зараженный такой человеческой слабостью, пойдет на соглашение с конкурентами и руководителями смежных предприятий, невзирая на потери от уступок, наперекор безжалостной стратегии бизнеса. Вероятным результатом будет ускоренное формирование и более гладкое функционирование крупного объединения, чем это имело бы место в случае жесткого диктата принципов бизнеса» (2, с. 39–40).

Таким образом, очевидно, что моральный фактор действует в широком спектре экономических явлений, причем является глубинным, базовым. Возьмем, к примеру, проблему корпоративного управления и эффективного собственника. Эта проблема часто сводится к проблеме нахождения заинтересованного собственника, который осуществляет контроль, повышающий эффективность. При этом утверждается неэффективность государственной собственности и эффективность частной (или определенных ее форм). Представляется, что какая бы то ни было форма собственности сама по себе играет в этой цепочке факторов подчиненную роль. Достаточно представить надлежащим образом мотивированного на эффективность (т.е. конечный результат) менеджера – «эффективного» менеджера. Его эффективность зависит только от эффективности и целенаправленности его мотивации. Возражением может служить то обстоятельство, что собственность и есть главный фактор мотивации такого рода. Это верно, но лишь в определенных обстоятельствах – когда мотивация связана с обогащением. Но и в данном случае фактор собственности служит лишь передаточным механизмом от мотивации к эффективному управлению. Распространенность такого варианта еще не означает его исключительность. Иначе говоря, мотивация может быть иной, например, общественное благо. Это, видимо, и объясняет тот факт, что экономический успех несет не только жажда наживы, но и то, что было принято называть «трудовым энтузиазмом».

Как отмечает итальянский исследователь Г. Корацциари, речь идет о том, что «экономический выбор зависит от целого ряда мотиваций, несомненно включающих собственный интерес, однако не делающих его единственным фактором выбора. Развивая позиции тех, кто полагает, что в понятии «собственный интерес» вступает также в игру уважение чужих интересов (которые, будучи задетыми, могут повернуться вспять и нанести вред тому, кто ими пренебрегает), нужно ввести новую категорию, то есть понятие самой настоящей неэгоистической доброжелательности» (11, с. 22). Различия во взглядах здесь касаются лишь степени значимости этических факторов и их соотношения с «побудительными мотивами», встроенными в рыночную экономику. Как подчеркивает профессор Университета штата Мэриленд (США) М. Олсон, «здоровая система стимулов с необходимостью (обусловленной личной выгодой) заставляет индивидов вести себя таким образом, чтобы положительно влиять на функционирование общества и качество жизни. Другими словами, нравственность и побудительные мотивы не антагонистичны друг другу, а скорее являются равноправными «партнерами», «совместная работа» которых необходима, если мы хотим иметь здоровую общественную систему» (15, с. 28).

Для эффективной экономики нужны в качестве необходимых условий – желание и умение трудиться (мотивация + профессионализм) участников хозяйственных процессов. По словам А. Смита, благосостояние народа определяется «искусством, умением и сообразительностью, с какими, в общем и целом, применяется его труд» (16, с. 17). Сегодня нетрудно перечислить еще множество факторов и условий, но в конечном счете они, по-прежнему, сводятся к свойствам человека, конечно оснащенного огромным арсеналом материальных и неосознаваемых факторов производства, но умеющего и стремящегося к достижению цели.

Трудовое и в целом экономическое поведение человека определяется далеко не только сегодняшней мотивацией, а, возможно, в еще большей степени сложившимися установками, традиционными представлениями, общей культурой<sup>1</sup>. Значит, в соревновании за

---

<sup>1</sup> Вот свидетельство внимательного и тонкого наблюдателя. Ф.М. Достоевский, заключая свои впечатления о Германии, ее курортах, гостиницах и т.п., всего того, что мы теперь назвали бы сферой услуг, пишет: «Нет, у нас так не работают; у нас ни одна служанка не пойдет на такую каторгу, даже за какую угодно плату... Но труд все-таки прельщает, труд установившийся, веками сложившийся, с обозначившимся методом и приемом, достающимся каждому чуть не со дня



эффективность выигрывает та *культура*, которая содержит элементы положительной обратной связи между производительным трудом, его качественными, профессиональными (в том числе этическими и эстетическими) характеристиками, с одной стороны, и не только материальным вознаграждением, но и личным удовлетворением от труда и его общественным признанием – с другой.

Значит, мотивация к труду заключена в самом труде, при условии, что в нем присутствуют элементы, способные служить факторами мотивации, и отсутствуют элементы, деструктивные по отношению к мотивации. Для работника такими факторами мотивации к труду являются: во-первых, желание приобрести определенный набор благ, соответствующий сложившимся на данный момент и в данной культурной среде представлениям и установкам; во-вторых, статус, положение в обществе, обеспечивающее определенный уровень престижа и уважительного отношения со стороны других членов общества; в-третьих, стремление к реализации собственного потенциала (в этом последнем пункте сходство с предпринимателем). Без этих факторов мотивации труд не может быть эффективным.

Здесь, кроме того, необходимо обратить внимание также на культурный элемент мотивации, поскольку именно он определяет исторически сложившийся *целевой набор благ*, а точнее, представления о них, запросы потребителя, ту «планку», к которой направлены стимулы экономического агента.

Значение морального состояния и мотивации работника возросло и продолжает еще более возрастать в связи с изменениями структуры занятости, увеличением доли специалистов, работников умственного труда. Современным работникам, как пишет известный теоретик менеджмента П. Друкер, «требуется такой стиль руководства, как если бы они работали *добровольно*. ...В современных условиях взаимоотношения “начальника” и “подчиненных” больше напоминают взаимоотношения дирижера оркестра и музыканта, а не традиционную схему “я начальник, ты дурак”» (7, с. 38). Последние 50 лет со всей определенностью показали, что деньги не являются единственным стимулом к труду. Напоминая, что еще 40 лет назад Ф. Херцберг в исследовании, посвященном проблемам мотивации, сказал, что достойный уровень оплаты может считаться

---

рождения, а потому каждый умеет подойти к своему делу и овладеть им вполне» (6, с. 279). Достоевский, таким образом, видит стимул к труду – в самом труде, в освоении мастерства.

лишь «фактором гигиены», П. Друкер продолжает: «Что же стимулирует работников, в особенности специалистов высокого класса? Оказывается, то же самое, что стимулирует добровольцев... Прежде всего им нужно видеть задачу, проблему, требующую решения. Они должны знать миссию организации и верить в нее. Им необходимо постоянное повышение квалификации. Они должны видеть результат» (7, с. 39).

С точки зрения этической экономики в реальной деловой жизни, в отличие от абстрактных моделей, решения не являются чисто экономическими, а зависят также от моральных принципов, систем ценностей (как личных, так и принятых в организации). Это связано с возможностью постановки различных целей или выработки различной приоритетности целей, а также с возможностью достижения одной и той же цели (например, получения прибыли) различными путями. П. Друкер приводит по этому поводу пример, связанный с выбором ориентации на ближайшие и отдаленные интересы компании. При любом противоречии между ними одни компании принимают решение в пользу первых, а другие – в пользу вторых. И дело здесь не в экономике, считает П. Друкер, а в фундаментальном противоречии разных систем ценностей и разных взглядов на роль бизнеса и ответственность руководства. Так, решение фармацевтической компании относительно того, как она намеревается добиваться результата – постоянным улучшением уже существующих препаратов или реализацией дорогостоящих и рискованных проектов для достижения «прорыва» и создания принципиально новых лекарственных средств, не является исключительно экономическим. «Результаты реализации обеих стратегий, – пишет П. Друкер – могут, в конечном итоге, привести к совершенно одинаковому финалу. Но в данном случае мы имеем дело с противоположными системами ценностей: при одной системе ценностей компания видит свой долг в оказании содействия преуспевающим врачам в уже применяемых ими методах лечения, при другой – деятельность компании ориентирована на “науку”» (7, с. 236). Таким образом, заключает П. Друкер, организация обязана иметь систему ценностей, как люди – моральные принципы. При этом чтобы служащий эффективно работал в организации, его моральные принципы должны соответствовать системе ценностей организации. Кроме того, необходимо также соответствие между моральными принципами работника и его способностями. В любом случае

«система ценностей есть и всегда должна быть решающим тестом» (7, с. 239).

Еще одно необходимое следствие рассматриваемых принципов – связь эффективности с отношениями *между* людьми, необходимость учета моральных принципов и способностей каждого работника в процессе функционирования организаций, что и составляет, в сущности, внутриорганизационную проблему доверия (которая присутствует и на макроуровне). Только зная моральные принципы, стремления к самореализации, возможности и умения друг друга можно добиться эффективной работы коллектива сотрудников. Сегодня работа организации должна строиться не на принуждении, а на взаимопонимании и доверии, означаящем, что «все могут положиться друг на друга. Поэтому абсолютно необходимо, чтобы каждый работник осознавал свою ответственность за налаживание взаимоотношений с коллегами, подчиненными и руководством» (7, с. 250).

### **Условия эффективности хозяйствования**

На одном мотиве денег невозможно построить взаимоотношения людей и общество рухнет, если в нем нет цементирующей основы нравственности и взаимопомощи. Общество не может существовать без участия факторов сопереживания, солидарности и взаимопомощи, составляющих основу морали (абсолютной, т.е. не религиозной и не вытекающей из какого бы то ни было учения, а естественной морали).

Очевидно также, что проявления, наносящие ущерб общественной нравственности и мотивации, являются вычетом из потенциального объема общественных благ, т.е. издержками. Разница двух результатов общественного функционирования – с положительными и отрицательными связями – составляют моральные (этические) издержки, которые проявляются в состоянии общества, элементами которого (состояния) являются многочисленные отношения и упомянутые выше связи – производственные, трудовые, агентские, гражданские и т.д. *Моральные издержки* представляют собой разницу между конечным экономическим результатом действия, совершенного при данном этическом, морально-психологическом состоянии общества и действующих в нем взаимосвязей, и неким максимальным по данному критерию результатом, достиг-

нутым при идеальном уровне этих отношений (что-то вроде временных издержек по фактору этики).

Моральные издержки можно определить как разницу в моральных установках, убеждениях и ценностях, определяющих человеческое поведение, которая оказывает ощутимое влияние на результат функционирования экономической системы в сторону его снижения.

Важную роль в сфере экономики играет фактор доверия, будучи элементом морального состояния общества и социального капитала. Это особенно остро проявляется в настоящее время в банковской и финансовой сферах, хотя, по существу, без доверия невозможны всякие контрактные отношения. Отсутствие доверия непосредственно отражается на стоимости банковских услуг как фактор риска, требующий возмещения (проявления – ссудный процент, обеспечение кредита, секьюритизация и т.д.), и может привести к системному кризису. Все последствия, связанные с отсутствием доверия, в том числе доверия к власти, представляют собой моральные издержки, включая потери, связанные с ухудшением инвестиционного климата. Отсюда также следует, что вложения в социальный капитал снижают моральные издержки.

Здесь прослеживается сходство и пересечение моральных издержек с трансакционными издержками. Так, современная экономическая наука связывает экономический эффект доверия со снижением трансакционных издержек в отношениях между экономическими агентами (см.: 12; 20). Связь между вложениями в социальный капитал и снижением трансакционных издержек подчеркивал Ф. Фукуяма. Иначе говоря, издержки, связанные с доверием, вернее, его отсутствием, могут быть квалифицированы и как моральные, и как трансакционные<sup>1</sup>. Это касается как отношений физических и юридических лиц и отношений между ними, так и отношений между этими двумя и государством.

Иллюстрация воздействия этого фактора на эффективность – государственная политика реформ в отношении энергетики, ЖКХ

---

<sup>1</sup> Вот что пишет по этому поводу Я. Корнай: «Помимо наличия контракта между покупателем и продавцом требуется еще их честное поведение. Именно здесь и необходимо доверие... Чем честнее стороны, тем глубже доверие между ними и ниже трансакционные издержки... В определенной мере частота и интенсивность нарушений контрактов могут служить отражением степени доверия и честности, присущих конкретному рынку (и обществу в целом)». (12, с. 5). В этой работе описаны некоторые инструменты укрепления доверия.

и т.д., препятствием для реализации которой является отсутствие доверия, подорванного предыдущей политикой, в частности политикой приватизации. Каковы были ее *этико-экономические последствия*? Наверное, колоссальные моральные издержки, или вычет из социального капитала.

Отсутствие доверия бьет, прежде всего, по частному сектору, частному инвестору, естественным образом обуславливая возрастание уровня воспринимаемого риска и, таким образом, вызывает объективную необходимость в увеличении присутствия государства в экономике. Важно, что речь идет даже не о доверии к тем или иным конкретным учреждениям или институтам, а о *культуре доверия* в целом. Это обстоятельство, безусловно, внесло свой вклад и в недавние решения о создании государственных холдингов в ряде важнейших отраслей российской промышленности, находящихся в застойном, если не кризисном состоянии (авиационная промышленность, судостроение, станкостроение).

Выше уже отмечались исторические черты российского менталитета, связанные с отношением к собственности. Можно отметить и традиционно столь же пренебрежительное отношение к затратам, к любым ресурсам, в том числе времени, укоренившееся в сознании стремление к достижению цели «любой ценой». И сегодня нам зачастую нужны значительные усилия для достижения незначительных результатов, а порой и просто для выполнения рутинных задач. Подобные потери по существу являются моральными издержками, поскольку вызваны ущербной моральной установкой.

Проницательные люди давно заметили, что в любом деле существуют скрытые, незаметные на первый взгляд факторы, которые подчас действуют сильнее, чем те, которые хорошо известны или лежат на поверхности. В управленческой теории известен так называемый фактор X – некий дополнительный неопределенный и неквантифицируемый фактор, оказывающий, однако, влияние на результат. Его значение может быть X-эффективностью, или X-неэффективностью (29; 30). Эксперты отмечают, что этот параметр, представляющий собой отклонения от предельного уровня эффективности, еще мало исследован, хотя является важным фактором эффективности, отражающим различия в способности менеджмента максимизировать доходы или контролировать издержки. Согласно общему мнению исследователей, различия в X-эффективности в такой сфере, как банковское дело, играют более существенную роль, чем фактор экономии на масштабе. Так, по мнению экспер-

тов, в банковской сфере потери, связанные с отрицательными значениями X-эффективности (т.е. с X-неэффективностью), выражаются в суммах, составляющих не менее 20% совокупных издержек (31, с. 164). Основная трудность оценки этого параметра заключается в выборе соответствующего эконометрического метода анализа.

Следует обратить внимание на то, что в приведенных выше примерах каждая последующая фаза процесса изменения (следствие) может превышать по своим масштабам предыдущую (причину). То есть воздействие и изменение протекают по принципу сигнала (как в случае, когда легкое движение пальца вызывает выстрел, убивающий человека, или взрыв, разрушающий здание), при этом не происходит никакого нарушения закона сохранения энергии, так как процесс заимствует энергию из других источников (скажем, энергию пороха). В рассматриваемой области, определяемой всеобщностью психолого-мотивационных связей, это выливается в мультипликацию фактора X таким образом, что конечный результат достигать значительных масштабов, намного превышающих первичный импульс. Сюда же добавляются сетевые эффекты.

В случае потерь это достаточно очевидно. Очевидно также, что подобные издержки могут быть оценены экспертным путем. Согласно социологическому опросу, проведенному в Германии, ежегодные народнохозяйственные убытки, возникающие в связи с недостатками мотивации и отношений с работодателями, оцениваются в 234–245 млрд. евро (28).

Российский академик И. Янжул в брошюре, изданной в 1912 г. метко назвал нравственность четвертым фактором производства (сегодня мы назвали бы ее пятым фактором, так как место четвертого уже занимает информация, в том числе интеллектуальный продукт). «Какую сторону... мы не взяли бы в русском хозяйстве и быте, мы всегда видим одно и то же: воровство, обман и желание поживиться чужою собственностью, притом чуть ли не с общего одобрения. Если коснуться, например, железных дорог, но нельзя не вспомнить одного нашего больного места – безбилетных пассажиров... Примеры можно было бы увеличить легко хоть до тысячи и удивляться только находчивости русского человека к обману и несоблюдению чужих прав, как будто отсюда никто ничего не теряет...» (21, с. 13–14). Последнее замечание очень важно, ибо теряют далеко не только те, кого непосредственно обокрали или обманули. Всеобщность как материальных хозяйственных, так и психолого-мотивационных связей ведет к цепной реакции потерь,

сказывающихся далеко за пределами данного мошеннического акта или обманной сделки.

И. Янжул цитирует А.И. Чупрова, который еще в начале XX в. сделал очень ценное наблюдение. Подчеркивая экономическое значение нравственности, Чупров высказывает идею о том, что об уровне нравственности можно судить по величине издержек. «Величина издержек по надзору представляет собою, так сказать, реальный масштаб для экономической оценки этого фактора в производстве. Другая область, где имеется подобный же масштаб, это – кредит. Высота страховой премии, как составной части дохода на капитал, прямо изменяется в зависимости от нравственных качеств населения. ...Банковская организация кредита становится возможной лишь с той поры, когда люди привыкают аккуратно относиться к исполнению обязательств, вследствие чего страховая премия опускается до известного, сравнительно невысокого, размера... В этом отношении любопытна статистика просроченных долгов в связи с высотой ссудного процента». Далее Чупров приводит данные из доступной тогда итальянской статистики народных банков, которая ясно показывает, «насколько велика разница в коммерческой честности на высоко-культурном севере и полудиком юге Италии. В связи с нею находится и высота ссудного процента» (21, с. 21–22).

Эти соображения в полной мере сохраняют свою силу и сегодня. При получении банковского кредита величина процентной ставки зависит в том числе от объема и качества предоставляемой заемщиком информации, от его кредитной истории, что вполне справедливо, поскольку доверие не может быть беспочвенным, оно основано на знании и проверяется опытом. Это относится как к физическим, так и к юридическим лицам. Любой банк или компания обязаны соблюдать требования к предоставлению информации, устанавливаемые соответствующими органами регулирования или правилами биржевого листинга. Такая информация, а значит и, в конечном счете, степень доверия к эмитенту, влияют на поведение инвесторов и на динамику курсов акций.

А что делает нравственная культура с принципом экономической выгоды, окупаемости вложений? В России (далеко не только современной, что служит еще одной иллюстрацией стойкости социокультурных феноменов) масштабы воровства таковы, что в пору к традиционной триаде критериев инвестиционной привлекательности (доходность, рискованность, ликвидность) доба-

вить еще один, специфический показатель – *воруемость*, который, безусловно, присутствует при принятии многих инвестиционных решений. Представляется, что вор�емость инвестиции (контракта, проекта, строительства и т.д.) здесь учитывается нередко наряду с критериями риска и доходности.

В действительности вор�емость представляет собой слагаемое *социальной энтропии*, означающей интенсивность саморазрушения систем при отсутствии организующего и сохраняющего воздействия, т.е. отрицательная величина по отношению к устойчивости. Очевидно, что в России она достигает внушительных размеров<sup>1</sup>. Очевидно также, что показатели (коэффициенты) вор�емости могут быть получены, так же как показатели коррупции, экспертным путем. По масштабам вор�емости можно сравнивать не только отдельные проекты, но и сектора и отрасли экономики. Например, высоким уровнем вор�емости, по всей видимости, отличаются не только сырьевые отрасли, но и строительство, банковское дело. Это, может быть, и объясняет строительный бум (и в этой связи высокую активность олимпийского движения), буйный расцвет банковской сферы в начале «рыночных преобразований». Вор�емость, очевидно, прямо пропорциональна ресурсоемкости. Действительно, чем больше масса ресурсов (материалоемкость, фондоемкость, сметная стоимость), – реальная или фиктивная – тем больше возможность присвоения ее части. А наиболее низкий уровень вор�емости – в отраслях высокой технологии, где высока наукоемкость, поэтому они и не отличаются инвестиционной привлекательностью. Кому нужна наука, если там нечего воровать, кроме идей, а это штучный товар и его еще нужно суметь продать, что значительно труднее, чем нефть или цемент.

Выше речь шла об официальной, «белой» экономике. При более широком подходе к определению вор�емости (включении в понятие воровства также и мошенничества) сюда же можно отнести все виды производств и услуг, открывающие возможности для мошенничества и фальсификации продукта, т.е. теневую экономику – производство вино-водочных изделий, лекарств, торговлю бензином и т.д. Как общий, так и специфический (отраслевой) уровень вор�емости зависит от законодательства и практики правоприменения.

---

<sup>1</sup> Воруют всё, даже не сознавая последствий с точки зрения прямой, а не только экономической угрозы. Сегодня на железной дороге воруют кабель светофорной сигнализации, как воровали гайки крепления рельсов во времена А.П. Чехова.



менения<sup>1</sup>. Например, принятие закона, содержащего ужесточение наказания за торговлю некачественным бензином, понизит уровень воруемости в этой сфере, разумеется, при условии его активного применения.

Здесь, возможно, следует отметить, что речь идет не об этическом трудовом поведении в узком смысле (в организации, на рабочем месте), а скорее о морально-этическом состоянии общества, которое выражается в конкретном повседневном поведении человека. Также имеется в виду не определенная модель этического поведения, доминирующая, свойственная или навязываемая тому или иному обществу на том или ином этапе (не «дух капиталистического предпринимательства» и не «дух социалистического соревнования»), а совокупность (вечных и непреходящих) этических норм и принципов, этических максим человеческого бытия, служащих в качестве мотивов человеческой деятельности. Эти нормы и принципы, на наш взгляд, концентрируются вокруг общих, не связанных с религией или какой-либо идеологией, норм и принципов морали, коренящихся в «духе» общественной солидарности, взаимопомощи и сопереживания, свойственных человеку по отношению к другому человеку.

Никоим образом не подвергая сомнению роль духа предпринимательства и экспериментаторства в становлении того, что сегодня мы называем развитой рыночной экономикой, хочется обратить внимание на иной аспект, подчеркнуть, что сегодня важна не только и не столько трудовая этика или этика в ее конкретном проявлении, определившая предпринимательский и продуктивный «дух» современного западного капитализма (по Веберу)<sup>2</sup>, а общечеловеческие ценности, определяющие взаимоотношения между людьми и соответствующую мотивацию.

Важно обратить внимание и на роль эстетики, поскольку эстетические представления и позиции, как в абстрактном, философском, так и в материальном виде, воплощенные в продуктах

---

<sup>1</sup> Например, в России до настоящего времени не существует практики правоприменения в области ответственности за использование фирм-однодневок, невозврат кредитов, фальсификацию отчетности.

<sup>2</sup> Макс Вебер говорил о специфическом «строении мышления», который он определял как «этос» или «дух капитализма», в котором капиталистическое предприятие обрело «адекватную духовную движущую силу» и для которого «характерно систематическое и рациональное стремление к законной прибыли в рамках своей профессии» (1, с. 85).

человеческой деятельности, также представляют важный компонент культуры. В рассматриваемом контексте эстетический фактор, по-видимому, играет роль, аналогичную нравственному (именно в этом смысле можно интерпретировать слова Достоевского о том, что красота спасет мир). Эстетическое чувство значимо не только в научном познании, что широко признано, прежде всего, самими выдающимися учеными, в творческой деятельности, в работе конструктора, но и в сфере производства. Можно работать красиво, красиво класть кирпичи, прибивать планки, собирать автомобиль, можно некрасиво. Нет сомнения в том, что человек, скажем, кладущий кирпичи или занимающийся любой другой деятельностью (от пошива одежды до сборки сложной техники), будет делать это лучше, если обладает определенным эстетическим чувством, которое не позволит ему делать это неаккуратно, недобросовестно, т.е. нарушая эстетическую составляющую своего труда и целостность его результата. Здесь имеют место издержки, которые можно называть эстетическими. Это тоже фактор X, который частично объясняет такие явления как, например, высокое качество промышленных изделий японского производства<sup>1</sup>. *Эстетические издержки* представляют собой разницу между конечным экономическим результатом действия, совершенного при данном эстетическом уровне производства и труда, и максимальным по данному критерию результатом при некоем его идеальном уровне (вмененные издержки по данному фактору).

На Западе признание связи эстетики с научно-техническим прогрессом и с экономическим развитием имеет уже давнюю историю, применение ее принципов в конструировании изделий стало обычной практикой промышленности, когда примерно с начала 30-х годов прошлого века под влиянием индустриализации настоятельной потребностью стало развитие технической культуры. В отечественную науку и практику принципы технической эстетики проникли со значительным опозданием. Однако в 60–70-е годы XX в. исследователи обратили внимание на теоретическую и практическую связь эстетической деятельности с производством, нача-

---

<sup>1</sup> Возможно, здесь играет роль природно-климатический фактор. Скудость природы заставляет ценить всякие проявления ее красоты. Для японца несколько живописных камней – уже сад. Эстетическое начало присутствует в жизни каждого народа. Что касается Руси, в этом можно сегодня убедиться в краеведческих музеях (еще сохранившихся) на примерах древнего эстетического отношения к труду, жилищу и предметам обихода.

лось бурное развитие технической эстетики как теоретической основы дизайна (13, с. 302).

Моральные издержки связаны с поведением человека, отсутствием или деформацией надлежащей мотивации, поэтому они могут быть названы поведенческими (или бихевиористскими) издержками. Моральные издержки могут накапливаться, обладают кумулятивным эффектом (например, недоверие) и трудно устранимы.

Эти издержки в нашей стране, очевидно, достигают огромных величин, что отчасти и объясняет, почему мифическое «богатство» страны на деле оборачивается бедностью. Высокие моральные издержки, препятствуя накоплению, означают низкий уровень социального капитала. Можно представить, какое значение приобретает этот фактор в условиях, когда общество незнакомо с правилами рынка и при отсутствии рыночной дисциплины.

Существует и еще один аспект этой проблемы. Дело в том, что, по всей видимости, существует некое пороговое значение моральных издержек, после которого гангрена достигает такой степени, при которой спасти весь организм уже невозможно<sup>1</sup>.

Из всего этого следует вывод, что в определенной мере аморальность общества представляет весьма существенный фактор экономической неэффективности, или эффективность обеспечивается благодаря господствующей в обществе этике и культуре, слагающимся из ценностей и установок большинства его членов.

Эстетические издержки имеют не меньшее значение, поскольку также связаны с деформацией поведения. В определенном смысле, все что уродливо, неэффективно. Все, что оскорбляет эстетическое чувство человека, наносит ущерб производительности. Безобразное не может быть эффективным, так же как алчность не может быть продуктивной. Разрушенные церкви, заброшенные памятники архитектуры, непригодные для жилья дома, ржавые конструкции, неточно обработанные, грубо собранные, а значит и дефектные изделия, – все это может быть отнесено на счет эстетических издержек. По-видимому, эстетика и качество труда – это очень тесно связанные вещи. Отсюда важность эстетического воспитания, музеев, культуры вообще. Эстетическое воспитание способствует мотивации к труду, повышению его качества и производительности, т.е. снижению эстетических издержек. Соответ-

---

<sup>1</sup> Примерно так, как происходит банкротство при потере платежеспособности. Однако восстановить балансовую ликвидность, очевидно, все же легче, чем восстановить общественную нравственность.

ствующие затраты следует рассматривать как долгосрочные вложения в будущую эффективность. Они есть элемент человеческого и социального капитала. Эстетическое воспитание способствует мотивации к труду, повышению его качества и производительности, т.е. снижению эстетических издержек.

Эти выводы не так бесполезны, как могло бы показаться на первый взгляд. Они дают теоретическое обоснование достаточно известным фактам. Они означают, что хозяйственная политика и практика должны быть направлены на минимизацию этих издержек на всех уровнях: на макроэкономическом уровне (промышленная политика, политика в сфере образования, культуры) и на микроэкономическом уровне (производственная политика, управление человеческими ресурсами).

Этическая экономика указывает на роль телевидения, кино, литературы, искусства в целом (роль их воспитующей и оглуляющей мощи). Из нее вытекает, например, что человек, живущий в более качественной с эстетической точки зрения среде, будет более производительным (при прочих равных условиях). В связи с этим в каждом учебнике важно не только содержание, но и качество его оформления. Поэтому и так называемое эстетическое воспитание — это не прихоть и не благое пожелание, а фактор будущей производительности. Бесспорно, что воспитание и культура являются важнейшим вкладом в социальный капитал.

Подобно тому, как правовое воспитание и обучение, представляющие собой передачу правовой культуры, опыта, идеалов, соответствующее информирование населения, служат развитию индивидуального и общественного правосознания и регулирования поведения членов общества, так этическое и эстетическое воспитание и обучение также являются важнейшим вкладом в человеческий и социальный капитал, увеличивающий, в конечном счете, общественное богатство.

Один из выводов исследования проблем честности и доверия в экономике, организованного международным научным институтом «Коллегиум Будапешт» (23), состоит в важности воспитания. «Члены общества должны быть достаточно социализированными, чтобы их поведение соответствовало нормам морали» (12, с. 14). Нельзя, отмечает Я. Корнай, «просто ждать, пока время не расставит все по своим местам, и пассивно смотреть на то, как в обществе распространяются бесчестность и угнетающая неуверенность. Главные задачи — воспитание и образование населения — надо решать в семьях,

школах и институтах. Много пользы (но и вреда) могут принести пресса и телевидение. На поведение людей влияют слова и поступки любой публичной фигуры и руководителя на работе» (12, с. 17).

### **Свобода как категория этической экономики**

Значение этики, свободы, демократии для эффективности экономической деятельности было известно давно, может быть еще с древних Афин. От них выигрывают и люди, и организации. «Когда люди вовлечены в разрешение проблем, затрагивающих их лично и как коллективное целое, высвобождаются энергии, повышающие вероятность создания изобретательных решений и успешных стратегий. ...Участие в политической и общественной жизни подрывает пассивность и повышает всеобщее благоденствие», – писал Дж.С. Милль в XIX в. Он был убежден, что именно соединение свободы и демократии создает наилучшие возможности для «человеческого совершенства» (цит. по: 5, с. 51). В организации, поддерживающей демократические принципы, каждый ее член приобретает важнейшие стимулы, смысл своей деятельности, возможность отдавать свои способности и получать достойное вознаграждение. В атмосфере свободы он чувствует себя более заинтересованным, более воодушевленным и энергичным. «Заинтересованные и преданные делу служащие чрезвычайно важны для успешной работы и долговечности организации. Эти сотрудники подготовлены к тому, чтобы показывать результаты, превышающие норму» (5, с. 40).

Таким образом, рассматривая с позиций этической экономики категорию свободы (и, что важно, в качестве противовеса либеральной трактовке этой категории), нужно показать, что более свободный человек, т.е. человек, имеющий более широкий выбор решений и больше возможностей для их реализации, будет более продуктивным (при прочих равных условиях). Так, как показывают опросы предпринимателей на Западе, главный мотив их предпринимательской инициативы составляет возможность самореализации. Это – одна сторона вопроса. Другая заключается в том, что свобода – источник и воспитатель ответственности, а значит и нравственности, т.е. этических принципов, позволяющих человеку жить в обществе, делающих из него «общественное животное».

Свобода – непереносимое условие формирования в обществе ответственности, честности и добросовестности и на их основе свойства саморегулирования (самоуправления), без которого, как

известно, любая система нежизнеспособна. Надо переболеть безответственностью и вседозволенностью, чтобы получить иммунитет, а вакцины против них нет<sup>1</sup>. Это, безусловно, болезненная процедура. Но результат *выкристаллизуется*, поскольку общество обладает свойством самоорганизации подобно тому, как кристаллическое вещество формирует собственную структуру. Значит сначала свобода, а потом ответственность. Так создается ответственное и саморегулируемое гражданское общество.

Ответственность возникает при двух условиях: во-первых, когда налицо индивидуальная склонность брать на себя ответственность, и такое поведение соответствует сложившимся нормам и ценностным установкам; во-вторых, когда внешняя среда, организация, членом которой является индивид, общество ценят такое поведение, поддерживают потребность в независимости, создают необходимую информационную обеспеченность, альтернативы, позволяющие сделать разумный выбор, условия, благоприятные для проявления заинтересованности и ответственности. Наличие этих условий и, следовательно, факторов мотивации эффективности связано с социокультурной средой, в которой присутствуют неотъемлемые элементы свободы и ответственности.

Речь идет не о свободе экономического поведения в трактовке доктрины либерализма, а о свободе как мотиваторе человеческого поведения в той мере, в какой человек свободен принимать всякие решения и определять свое поведение. В трактовке Локка и Монтескье – идейных вдохновителей всех деклараций прав человека, свобода есть возможность делать то, что нужно делать (т.е. то, что соответствует личным и общественным интересам), и отсутствие принуждения делать то, что делать не нужно (т.е. то, что противоречит тем или другим). Свобода, тем самым, связывается с общественной необходимостью и целесообразностью.

Таким образом, можно сделать вывод, что свобода через свободное развитие человека, его этических начал, и применение этических принципов ведет к снижению соответствующих издержек, т.е. выгодна обществу. В этой связи представляется, что свободу применительно к набору факторов мотивации и возможности самореализации и ее оборотную сторону – ответственность можно также рассматривать как элементы социального капитала.

---

<sup>1</sup> М. Горький, а он, очевидно, знал, о чем писал: «...Следовало бы помнить о том, как слабо развито в русском народе чувство личной ответственности» (4, с. 26).

К сожалению, в России слишком часто, в том числе в периоды реформ, народ не имел свободы и не мог действовать в соответствии с собственными интересами. И наоборот, возможно именно в отсутствии свободы, воспитавшем инертность, непривычку к инициативе, лежит причина того, что все реформы проводились «сверху». Историк Г.П. Федотов отмечал, что «свобода для москвитянина – понятие отрицательное: синоним распущенности, “наказанности”, безобразия... Воля есть прежде всего возможность жить, или пожить, по своей воле, не стесняясь никакими социальными узами, не только цепями... Воля торжествует или в уходе из общества, на степном просторе, или во власти над обществом, в насилии над людьми... Так как воля, подобно анархии, невозможна в культурном общежитии, то русский идеал воли находит себе выражение в культуре пустыни, дикой природы, кочевого быта, цыганщины...» (19, с. 286; цит. по: 13, с. 176). «Такое представление о свободе помимо всего присуще и отроческому сознанию вообще, в этом смысле каждый человек так или иначе проходит через понимание свободы как воли, в смысле оторванности от внешнего контроля, предоставленности самому себе» (13, с. 178). Следует лишь добавить, что подобный извращенный феномен свободы характерен для тиранического общества, где подлинная свобода отсутствует во всей его иерархической пирамиде.

Один из главных вопросов состоит в том, какое место занимает свобода в системе культурных ценностей. Несмотря на то, что на протяжении веков после Августина Блаженного в Европе господствовала церковная доктрина предопределенности, т.е. отсутствия свободы воли, последующая вековая дискуссия, составившая один из основных предметов философской мысли, не могла не оставить свой след на культуре поколений.

Дело здесь не в последнюю очередь в том, что, по всей видимости, как показывает исторический опыт, развитие принципов морали невыгодно, противоречит интересам не только тиранической и авторитарной власти, но и всякой власти в той мере, в какой она противостоит обществу<sup>1</sup>. В условиях авторитаризма нет

---

<sup>1</sup> Гельвеций следующим образом объяснял неразвитость этики: «...злодеи различного рода, принужденные своей личной выгодой устанавливать законы, противные общему благу, прекрасно понимали, что их могущество основывалось только на невежестве и тупости людей; поэтому они всегда заставляли молчать тех, кто, раскрыв людям истинные принципы этики, тем самым указал бы им на все страдания и все их права и вооружил бы их против несправедливости» (3, с. 128).

места как для свободы, так и для нравственности. Авторитарный режим, требуя подчинения, уничтожает человеческое достоинство, ответственность, следовательно, нравственность и творческий потенциал (креативность). Но вместе с тем власть, ищущая себе опору в низших с этой точки зрения слоях, и игнорирующая интересы интеллектуальной элиты, творческой интеллигенции, отдаляет последнюю, углубляет пропасть и лишает себя истинной опоры.

Еще раз подчеркнем, что для максимизации конечного результата нужно лишь, чтобы каждый человек на своем месте хотел и умел работать. Причем второй фактор, в общем, сводится к первому. Иначе говоря, главный фактор производительности – внутренняя мотивация, которая зависит от трех факторов: творческий потенциал (желание, самореализация), вознаграждение за труд, в том числе моральное, и свобода. Творчество в широком смысле, не только в художественном, творение (или то, что называют challenge, вызов) – самый мощный драйвер. Мотивация лежит в основе всякой инновации, которая, безусловно, представляет собой творческий процесс. Свободу же можно представить как необходимое условие любой самореализации, любого творчества, а также и морального удовлетворения от результата.

Сегодня ни для кого, в том числе для сторонников экономического либерализма, не секрет, что свободная экономика с частным рынком не является гарантией гражданской, личной и политической свободы. Поэтому правомерной является постановка вопроса не об экономической, а, прежде всего, о личной свободе.

Общество имеет палитру интересов, оно социально неоднородно. Каждый человек имеет палитру интересов и может входить в различные группы интересов: как производитель, потребитель, инвестор, собственник, работник, автомобилист, демократ или любитель пива и т.д., т.е. является «мультистейкхолдером» – одновременным участником различных социальных сетей и носителем различных социальных интересов. Мультистейкхолдером является каждый экономический агент, т.е. каждый член общества, который вступает в тысячи связей, или сетей, становится участником тысяч интересов.

Сетевой характер моральных издержек означает ухудшение морального состояния, уровня доверия в обществе, снижение мотивационного потенциала, что в конечном счете приводит к мотивационно-психологическому обеднению общества, в результате производственный потенциал общества также снижается. В этом



взаимодействии также проявляется характер социального капитала как фактора экономической эффективности. «В результате накопления коллективного опыта выясняется, что действия каждого с учетом интересов остальных приносят выгоду всем» (22, с. 63).

Если по параметрам социального капитала и моральных издержек Россия отстает от передовых стран, в чем, по всей видимости, не приходится сомневаться, это обстоятельство неизбежно будет являться крупнейшим препятствием для необходимого подъема инновационности экономики, ее эффективности и конкурентоспособности.

С точки зрения осмысления XX в. нашей истории со всеми его взлетами и падениями можно заметить, что успехи связаны с мощным подключением нематериальных факторов мотивации, провалы – с мощным тормозом отрицательной (консервативной и «крепостнической») культуры, уничтожающей свободу и мотивацию.

Задача власти, очевидно, не в том, чтобы править «как надо» по собственному усмотрению и исходя из собственных (идеологических) представлений и целей, пусть даже обосновываемых интересами народа, общества, а в том, чтобы находить компромиссы между множественными интересами, имеющими место в обществе. В этом суть демократии и принципа представительства. Представлены ли определенные интересы в соответствующих ветвях власти или нет? Человек, знающий, что его интересы, так или иначе, представлены, по-другому относится и к самой власти. Представительство и свобода выражения интереса – это мощнейший фактор мотивации человека.

Как отмечает Я. Корнай, государственные и общественные институты должны быть устроены таким образом, чтобы реалистично учитывать негативные стороны поведения политиков и бюрократов. «Самое важное, чтобы институт представительной демократии – парламент – работал эффективно и между партиями, поддерживающими правительство и находящимися в оппозиции, существовало политическое соперничество. ...В постсоциалистических странах нет специальных законов, обеспечивающих участие общественности в процессе подготовки законодательства. Здесь все отдается на усмотрение правительства и соответствующих ведомств. Поэтому требуется принятие закона, направленного на учет общественного мнения (хотя бы в минимальной степени), определяющего формы такого учета и устанавливающего обязан-

ность информирования представителей групп специальных интересов и обсуждения их позиций» (12, с. 9, 10).

Существует мнение, что государству нельзя доверять некоторые функции, так как оно не умеет их выполнять эффективно. Доверять эти функции частному сектору при отсутствии необходимых институциональных условий не менее опасно.

Посмотрим на дискуссию о путях экономического развития России. Да, говорят люди, склоняющиеся к государственнической позиции, восстановление в полную силу и рост ключевых отраслей, выход на мировой уровень невозможны без государственной поддержки, усиления роли госсектора, без целенаправленной научно-технической и промышленной политики. Так было в свое время в Японии, Южной Корее, в азиатских «тиграх», совершивших экономический скачок, в странах, которые нельзя заподозрить в отсутствии рыночной экономики и конкурентного подхода. Это тем более необходимо в странах с формирующимся рынком. Но, говорят международные финансовые организации и представители либеральной позиции, госсектор неэффективен, неповоротлив, он представляет собой главную кормушку, рассадник коррупции, объект хищений и т.п. Проблема в том, что верно и то, и другое. Что же делать – отказаться от государственной политики по причине отсутствия честности у государственных чиновников или расширять ее масштабы, игнорируя одновременное разрастание потерь? Значит, проблема экономического роста – это не в последнюю очередь нравственная проблема. Где взять людей, которые будут делать дело, проводить государственную политику без коррупции и воровства? Значит инновационность, характер и темпы экономического роста имеют связь с нравственным состоянием общества, развитием этических норм и принципов. А они не возникают и не развиваются сами по себе, или этот процесс растягивается на века.

И государство вынуждено заботиться о соблюдении честности, зачастую с помощью весьма жестких административных и законодательных мер. На это, например, направлены меры, принятые в США вслед за вскрытием скандальных фактов мошенничества в ряде крупных корпораций, выразившиеся в совершенствовании отчетности и ужесточении санкций (закон Сарбейнса–Оксли). Международное банковское сообщество предпринимает энергичные меры, также направленные на повышение качества, полноты раскрытия, достоверности информации и прозрачности функционирования кредитных учреждений.

Другой пример. Можно спорить о том, какая форма организации сельскохозяйственного производства эффективнее – индивидуальная (фермерство) или коллективная (колхозы). Можно согласиться с теми, кто утверждает преимущество коллективного хозяйства (и не только в условиях России), но с одним важным дополнением: при условии свободы выбора. В Испании кооператив «Мондрагон» превратился из сельскохозяйственного в крупнейшее многоотраслевое предприятие. Кооперативы (снабженческая и сбытовая кооперация) играют значительную роль в сельскохозяйственном производстве европейских стран (Великобритания, Италия, Испания и др.). В ряде стран с развитой финансовой системой получили распространение также кооперативные формы учреждений банковского обслуживания. Можно с достаточной уверенностью утверждать, что человек, желающий работать в частном хозяйстве (фермер) и реализующий такую возможность будет эффективнее, чем тот, кого заставили работать в коллективе. И наоборот, люди, *добровольно* создавшие коллективное хозяйство, будут эффективнее, чем вынужденный частник. Свобода рождает возможность выбора<sup>1</sup>, совпадение желаний и возможностей рождает результат.

Л. Грэттон утверждает, что Дж.С. Милль и К. Маркс имели в высшей степени оптимистический взгляд на человеческую историю, связанный с прогрессом, способностью людей расширять свои возможности, сотрудничать и развивать формы саморегулирования. В отличие от них многие исследователи индустриальных обществ конца XIX – начала XX в. придерживались более скептического взгляда. М. Вебер и Дж. Шумпетер дали ограничительное определение демократии с центральными демократическими принципами избрания лиц, принимающих решения. Вебер выделил ключевую роль разрастающейся бюрократии, Шумпетер – политических элит в партиях и государственных учреждениях. Иерархия и бюрократия, четкие роли руководителя как начальника и надзирателя и работника как подчиненного, которые продолжают определять облик многих современных компаний, в том числе на Западе, уходят корнями в этот взгляд на демократию. Как отмечает Л. Грэттон, опираясь на работу Д. Макгрегора, с точки зрения современной терминологии эта позиция следует теории X, утверждающей механистическую концепцию власти, в противоположность теории

---

<sup>1</sup> Интересно, что, как отмечает В.А. Канке, подобный вывод вытекает из так называемой теоремы невозможности К. Эрроу (9, с. 280–282).

У, утверждающей демократические принципы управления и подчеркивающей значение человеческих отношений (5, с. 54; 32). Конец XX – начало XXI в. все же предоставили основания для большего оптимизма, можно утверждать, что демократия, свобода и права человека (в том числе демократия на производстве, свобода инициативы и предпринимательства, право участия в принятии экономических решений) существуют.

\* \* \*

Таким образом, исследования показывают, что культура это не только существенный фактор экономики, но и фундаментальный фактор, определяющий характер гражданского общества, правовой системы, отношений экономических агентов и т.д. Учет социокультурных и социоэтических факторов, следовательно, указывает на возможные будущие траектории развития и особенности политики, необходимой для коррекции этих траекторий.

Можно отметить следующие аспекты взаимного переплетения культуры (этики) и экономики:

- культура оказывает воздействие на процессы, определяющие динамику экономического роста, присутствует в анализе его неравномерности, ее параметры (элементы) являются реальными факторами ускорения или замедления экономического развития;
- экономическое, деловое поведение связано с моралью и деловой этикой, компоненты культуры, обычаи, традиции, ценности, целевые установки и т.д. определяют мотивацию, отношение к труду и, в конечном счете, наряду с другими факторами, его продуктивность;
- приемлемы и оправданы лишь такие действия и формы поведения экономических агентов (деловые операции, коммерческие сделки и т.д.), которые направлены исключительно на этически непротиворечивый и морально полезный результат (этическая экология).

Эффективность, в конечном счете, зависит от отдачи от каждой единицы затраченной каждым человеком умственной и физической энергии, от его отношения к своему делу, т.е. от культуры – культуры честности, культуры добросовестности, культуры компетентности и т.д. Моральные издержки – это не фигура речи, а реальная величина, замедляющая экономический рост, снижающая производительность труда и конечный продукт, т.е. оказывающая

негативное влияние по многим направлениям. Вероятно, одна из задач состоит в том, чтобы с помощью экономико-математических методов (возможно, корреляционного анализа, производственной функции) попытаться определить эту величину.

Приходится признать, что состояние культуры в России, несмотря на все положительные изменения, во многих ее аспектах (в отношении к переменам, внешнему влиянию, предприимчивости, доверия) и высокий уровень моральных издержек являются факторами, в перспективе неблагоприятными для инновационности экономики и, следовательно, для экономического роста. Современное состояние морали и деградация социального капитала объясняются не только историческим наследием и уничтожением лучших носителей морали в результате всех потрясений XX в., но и сравнительно недавними событиями: реформами, вызвавшими резкое расслоение общества и ставшими тяжелым испытанием для большинства, коррупцией и т.п. С точки зрения перспектив экономической эффективности и инновационности, вывод однозначен: чтобы исправить сложившееся положение нужно приложить громадные усилия в области образования и науки. Между тем ни для кого не секрет, что сами эти сферы нуждаются в коренном улучшении, что в свою очередь должно стать важным источником формирования новой нравственности.

Т. Веблен полагал, пишет Ч. Кларк, что материальные условия, создавшие и поддерживавшие этику капитализма, перестают существовать, и если «идеалы соперничества и статуса» не возьмут верх, то «христианский принцип братства должен логически продолжать завоевывать позиции за счет преследующей материальные интересы морали конкурентного бизнеса» (24, с. 273). Сегодня ясно, что доминируют, безусловно, именно «идеалы соперничества и статуса». Причиной этого является рынок как социальный институт, стимулирующий этику личной выгоды за счет иных этических ценностей. Рынки не формируют индивидов, обладающих качествами самоконтроля, необходимых для эффективного функционирования этих рынков, что требует все большего вмешательства и регулирования для достижения требуемого результата.

Современная капиталистическая экономика приводится в движение не только мотивом личной выгоды, большинство успешных бизнесов основано на принципах обслуживания, а не наживы. Рынки являются социальными институтами и поддаются воздействию. Возможно и необходимо, чтобы социальная этика способст-

вовала выработке принципов организации рынков, воздействовала и на средства, и на цели экономики (24, с. 273).

«Приведенные факты, – заканчивает свою брошюру И. Янжул, – вместе с отзывами и мнениями авторитетных ученых, как иностранных, так и наших, русских, убеждают в том, что в интересах чистого материального благосостояния народов необходимо возможно широкое развитие нравственности и специально – честности во всеобъемлющем значении этого слова. И тот народ, который честен, тем самым силен *не только нравственно, но и экономически*. ... Таким образом, лишь единовременное воздействие *развития образования и улучшения нравственности* и специально честности может значительно поднять и поставить всю настоящую культуру на твердые основания и сделать ее прочной и долговечной. В этом будут заключаться цель и назначение будущей науки народного хозяйства в истинном смысле этого слова» (курсив автора. – И.М.) (21, с. 25, 27).

Дальнейшее развитие по пути подъема эффективности и инновационности экономики требует не только существенных институциональных изменений, но и изменений в сфере культуры и этики. Необходимо укрепление доверия, улучшение общественного климата, формирование отношений а главное направление решения этой задачи – честность в ее тотальном смысле – между людьми, между экономическими агентами, между обществом и государством. Отсюда еще раз следует, что ключевой источник экономического роста и благосостояния заключен в фундаментальных ценностях и мотивации каждого человека и общества в целом при активной роли общественных институтов и государства.

### Список литературы

1. Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990. – 808 с.
2. Веблен Т. Теория делового предприятия. – М.: Дело, 2007. – 288 с.
3. Гельвеций К.А. Об уме. – М.: Соцэкгиз, 1938. – IV, 395 с.
4. Горький М. Несвоевременные мысли // Хронограф-90: Сб. – М., Моск. рабочий, 1991. – С. 25–44.
5. Грэттон Л. Демократическое предприятие. – СПб.: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 282 с.
6. Достоевский Ф.М. Дневник писателя: Избранные страницы. – М.: Современник, 1989. – 557 с.

7. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. – М. и др.: Вильямс, 2007. – 276 с.
8. Друкер П. Управление в обществе будущего. – М. и др.: Вильямс, 2007. – 306 с.
9. Канке В.А. Современная этика: Учебник. – М.: Омега-Л, 2007. – 394 с.
10. Козловски П. Принципы этической экономики. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – 344 с.
11. Кораццари Г. Этика и экономика: Вопрос открыт // Вопросы экономики. – М., 1993. – № 8. – С. 17–27.
12. Корнаи Я. Честность и доверие в переходной экономике // Вопросы экономики. – М., 2003. – № 9. – С. 4–17. – Режим доступа: <http://rusref.nm.ru/kornai1.htm>
13. Культурология: Учеб. для вузов / Под ред. Эренграсс Б.А. – М.: Оникс, 2007. – 479 с.
14. Макашева Н. Этика и экономическая теория // Общественные науки и современность. – М., 1992. – № 3. – С. 12–26.
15. Олсон М. Роль нравственности и побудительных мотивов в обществе // Вопросы экономики. – М., 1993. – № 8. – С. 28–31.
16. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
17. Смит А. Теория нравственных чувств. – М.: Республика, 1997. – 351 с.
18. Стиглиц Дж. Куда ведут реформы? // Вопр. экономики. – М., 1999. – № 7. – С. 4–30.
19. Федотов Г.П. Судьба и грехи России. – СПб.: София, 1992. – Т. 2. – 349 с.
20. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, Ермак, 2004. – 733 с.
21. Янжул И. Экономическое значение честности. – М., 1912. – 27 с.
22. Ясин Е.Г. Модернизация и общество: К VIII Междунар. науч. конф. «Модернизация экономики и обществ. развитие», 3–5 апр. 2007 г., Москва / Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2007. – 114 с.
23. Building a trustworthy state in post-socialist transition; Creating social trust in post-socialist transition. – N.Y.: Palgrave Macmillan, 2004. – Режим доступа: [www.colbud.hu/honesty-trust](http://www.colbud.hu/honesty-trust)
24. Clark Ch.M.A. Christian morals and the competitive system revisited // JEI: J. of econ. iss. – Lincoln (Neb.), 2006. – Vol. 40, N 2. – P. 261–275.
25. Coleman J.S. Social capital in the creation of human capital // American j. of sociology. – Chicago, 1988. – Vol. 94, N 395. – P. 95–120.
26. Galavielle J.-P. De l'éthique économique à l'éthique des affaires // Problemes econom. – P., 2003. – № 2811. – P. 6–15.
27. Kautonen T. Trust as a governance mechanism in inter-firm relations: Conceptual considerations // Evolutionary a. institutional economics rev. – Tokyo, 2006. – Vol. 3, N 1. – P. 89–108.

28. Kielsing S., Kielsing H. Das Gerechtigkeitsphänomen: Fair führen // Bank. – Köln, 2005. – N 8. – S. 76–81.
29. Leibenstein H. X-efficiency: From concept to theory // Challenge. – Armonk, 1979. – Vol. 22, N 4. – P. 13–22.
30. Leibenstein H. Allocative efficiency vs. «X-efficiency» // American econ. rev. – Nashville, 1966. – Vol. 56, N 3. – P. 392–415.
31. Lewis A., Pescetto G. EU and US banking in the 1990s. – L.: Academic press, 1996. – XIV, 213 p.
32. McGregor D. The human side of enterprise. – N.Y.: McGraw-Hill, 1985. – 256 p.
33. Putnam R. Bowling alone: The collapse and revival of American community. – N.Y.: Simon and Schuster, 2000. – 384 p.
34. Putnam R., Gross K.A. Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society. – Oxford: Oxford univ. press, 2002. – 516 p.
35. Sen A.K. On ethics and economics. – Oxford: Basil Blackwell, 1987. – 131 p.
36. Wielens H. Ethik – Elixier für Unternehmung und Industriegesellschaft // Bank. – Köln, 2004. – N 3. – S. 168–175.