

УДК 338.2:174

**РОССИЙСКАЯ ЭТИКА БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ
НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ**

Н.В. Черепанова

Томский политехнический университет

E-mail: Cherepanova_natalia@tpu.ru

Черепанова Наталья Владимировна, канд. филос. наук, доцент кафедры менеджмента Института социально-гуманитарных технологий ТПУ.
E-mail: cherepanova_natalia@tpu.ru
Область научных интересов: этические аспекты современного управления, бизнес этика, развитие этической философии управления.

Анализируются основные элементы бизнес этики, позволяющие утверждать, что этические воззрения не могут носить универсальный характер, поскольку в основе лежат принципиальные культурные различия. Установлены элементы, указывающие на отличия в бизнес этике России, США и европейских государств. Сделаны выводы о культурных предпосылках, которые позволяют увидеть причину, по которой бизнесмены России и США будут по-разному реагировать на аналогичную этическую дилемму.

Ключевые слова:

Этика, организационное поведение, национальная бизнес этика, Россия, национальная культура, национальные ценности, этическое поведение.

Этика бизнеса – один из наиболее спорных элементов современного управления организацией. С одной стороны, зарубежные организации, например в США, не представляют своего существования без этического регулирования. С другой стороны, во многих странах с нестабильной экономикой этика бизнеса остается не обязательной для управленческих решений. Например, в России этика и бизнес до сих пор рассматриваются многими как взаимоисключающие понятия. При этом опыт зарубежных стран не всегда расценивается как образец для подражания, поскольку особенности российского менталитета не позволяют оценить сущность конкретной этической дилеммы. В традиции российских организаций, доставшейся в наследство с периода командной экономики, например, «покрывать» провинившихся. Это считается этичным и правильным. Вместе с тем, скрывая ошибки сотрудников, организации теряют возможность их устранения и гарантию, что подобные ошибки не повторятся в будущем.

Большинство зарубежных управленцев создает в рамках организационной культуры атмосферу одобряющую доносительство на своих коллег любого уровня. Если сотрудник американской компании замечает, что его коллега допустил ошибку – его первое действие сообщить руководству. Здесь важно отметить один факт: цель «доносчика» не поймать нерадивого сотрудника за руку «на месте преступления» и проследить, чтобы тот получил наказание, а зафиксировать ошибку, которую допускает коллега по пока неизвестной причине. Отчет о проступке фиксируется руководством и рассматривается. При этом если у допустившего ошибку не было злого умысла, то наказания он не понесет. При необходимости его отправят на курсы повышения квалификации. Допущенная им ошибка больше не будет повторена ни кем из его коллег, так как ее причины обнаружат и устранят прежде, чем ошибка станет системной. Из сказанного выше можно сделать вывод, что национальные (культурные) особенности накладывают отпечаток на оценку этичного или неэтичного поступка.

Таким образом, мы можем обозначить следующие цели данной статьи: *во-первых*, выделить элементы, позволяющие указать на особенности национальной деловой этики; *во-вторых*, указать на культурные различия, влияющие на бизнес этику. Оговоримся, что мы будем анализировать этику организаций США, России и европейских стран.

Итак, *первый элемент*, характеризующий национальные особенности деловой этики, – это *лицо, ответственное за этическое поведение*. В США данная ответственность возложена на каждого индивида конкретной организации. Иными словами, индивидуалистская культура, которая господствует в Соединенных Штатах, предполагает единоличную ответственность каждого сотрудника в организации за свое поведение. Для этого разрабатываются этические кодексы

сы, позволяющие сотрудникам принимать этически верные решения, проводятся тренинги, позволяющие распознать ситуацию, требующую этического выбора. В Европейских странах принято считать, что человек не может отвечать за этическое поведение организации, поскольку она работает в рамках, устанавливаемых обществом в целом и отдельным государством в частности, поэтому и ответственность за этическое поведение лежит на социуме [1].

Для отечественного бизнеса характерен особый подход к определению ответственных за этическое поведение. Поскольку в российских компаниях чрезвычайно важна иерархия и менеджер демонстрирует патернализм в отношении подчиненных, они находятся в состоянии ограниченного выбора альтернатив поведения. В подавляющем большинстве случаев поведение сотрудников отражает этические воззрения руководства, даже если это противоречит этическим нормам самого подчиненного. Таким образом, в российских организациях за этическое поведение в организации отвечает руководитель.

Вторым элементом, отражающим национальные особенности бизнес этики, являются *нормативы этического поведения*. Для США таким нормативом являются этические кодексы, разрабатываемые для каждой организации. Необходимо отметить, что нормы этического поведения в США продиктованы не государством, а бизнес сообществом. Дело в том, что неэтичное поведение сотрудников может иметь для американских компаний весьма печальные последствия: обращение потерпевших в суд и выплаты штрафов – весьма распространенная практика. В Европе основными нормативами для этического поведения являются нормы закона. При этом основные вопросы, относящиеся к сфере бизнеса – это взаимоотношения между компанией и сотрудниками. Для российского бизнеса основным источником этических норм является усмотрение руководителя. Иными словами, объективные потребности бизнеса и государственное регулирование являются второстепенными по отношению к мнению руководителя [2].

Третьим элементом является *ключевая проблема*, затрагиваемая бизнес этикой той или иной страны. Начнем рассмотрение с организаций в США. Для этой бизнес культуры особую важность этика имеет там, где совершается проступок. Причем важен не проступок, совершенный организацией в целом, а нарушение норм конкретным сотрудником. Практически все исследования бизнес этики в США касаются исправления морального облика сотрудника, предоставления ему ключевой информации о правильном, этическом поведении, которое ожидается от него.

Для европейских организаций основной проблемой, регулируемой деловой этикой являются социальные аспекты в рамках бизнеса. Для России основной этической проблемой является управление организацией. Как правило, сюда включают как непосредственно поведение менеджеров, практикующих злоупотребление властью, так и социальную ответственность компаний, которая находится в России на самой ранней стадии развития.

Четвертой основой для различий являются *участники бизнес процессов*. В США главным участником любого бизнес процесса, в том числе и этического регулирования, является корпорация. Государственное вмешательство в данный процесс минимально. Примечательно, что этическое поведение в организации редко регулируется законодательно, этика выступает в качестве жеста доброй воли, когда сотруднику рекомендуется вести себя тем или иным способом, который выгоден для бизнес сообщества в целом.

Для Европы, напротив, характерно активное вмешательство государства в бизнес процессы. Именно оно, наравне с организационными объединениями и профсоюзами, является участником бизнес процесса, регулирующего этику в организации. Для Европейских компаний традиционно характерны проблемы социальной сферы, которые невозможно решить без государственного вмешательства, а иногда без давления, оказываемого профсоюзами.

Для бизнес-процессов, происходящих в России, типичны следующие участники: государство и корпорации (организации). Важно отметить, что оба участника в качестве приоритета ставят собственные интересы, что, в итоге, отражается на результатах, достигаемых организациями [3].

Для удобства сведем данные, характеризующие национальные особенности бизнес этики, в таблицу.

Итак, рассматривая элементы бизнес этики, которые демонстрируют культурные различия в ее использовании, мы можем сказать, что деловая этика в организации – понятие *не* универсальное. Для США этика бизнеса, в первую очередь, включает анализ и корректировку индивидуального поведения. Каждый сотрудник обладает автономностью в принятии решений.

Для европейских компаний характерна ориентация на социальные проблемы, а вопросы бизнес этики регулируют недоработки государства в области социальной политики и корпоративной социальной ответственности.

Таблица. Элементы, характеризующие национальные особенности бизнес этики

Элемент/Регион	США	Европа	Россия
Лицо, ответственное за этическое поведение	Индивид	Социум	Руководитель
Нормативы этического поведения	Этический кодекс	Нормы закона	Воззрения руководителя
Ключевая проблема бизнес этики	Проступок конкретного сотрудника	Социальные аспекты в рамках бизнеса	Нарушения в управлении организацией
Участники бизнес-процессов	Корпорации	Государство, профсоюзы	Государство, корпорации

Российский бизнес и отечественная бизнес этика являются уникальным явлением по сравнению с опытом американских и европейских организаций [4, 5]. Это позволяет утверждать, что между этической реакцией на события в деловой сфере российских и зарубежных бизнесменов существует «пропасть» [5]. Например, малоэффективно создание этического кодекса для российской организации, поскольку чаще всего они создаются для сотрудников, а не для топ-менеджмента. При этом управленцы нарушают создаваемые правила, считая свое поведение выше регулирования. Сотрудники, видя подобное отношение, сами начинают игнорировать правила, зафиксированные в кодексе.

Представители зарубежного бизнеса убеждены, что деловая практика в России сопряжена со многими трудностями и даже опасностями [5]. Для выяснения причин, по которым российский бизнес кажется непривычным с точки зрения бизнес этики для иностранных партнеров, зарубежные исследователи рекомендуют опираться на модель культур Хофстеде [5].

Модель Хофстеде позволяет установить связь между национальными ценностями и экономической эффективностью той или иной страны. Основные элементы модели Хофстеде включают полярные индивидуализм/коллективизм, маскулинность/фемининность, а так же дистанцию власти, избегание неопределенности. Позже, в 2010 г., Хофстеде добавил пятое измерение – временной горизонт, подразумевая долгосрочный либо краткосрочный временной ориентир [6]. Причем подчеркивается, что Россия отличается, например, от США по всем четырем основным параметрам, но особенно эта разница заметна на таких элементах как *индивидуализм/коллективизм* и *дистанция власти*. Позволим себе напомнить основные положения, описывающие различия, лежащие между двумя такими непохожими культурами как Россия и США с точки зрения Хофстеде.

Несмотря на то, что исследования Хофстеде проводил в конце двадцатого века, Россия до сих пор считается страной, ориентированной на коллективное поведение, где принятие человека группой гораздо важнее, нежели собственное мнение или достижение. При этом в большинстве своем члены группы, в том числе и рабочей, проявляют заботу друг к другу. Так же принято считать, что в коллективистских культурах лояльность к строю является залогом успешность человека и ответной заботы со стороны организации. Принадлежность России к коллективистским культурам принято считать наследием коммунистического режима, когда основное значение имели коллективный труд и результаты, а индивидуализм и отход от коллективных ценностей осуждались. В действительности, коллективизм в России – явление, которое было усилено коммунистическим режимом, а не привнесено им.

Если рассматривать факторы, которые имеют непосредственное отношение к организационным аспектам, то можно увидеть, что для стран с коллективистской культурой характерна ответственность организаций за своих подчиненных, что влечет моральную «включенность» сотрудника [6]. Это представляет особый интерес в рамках нашего исследования.

В отличие от коллективистских культур, культуры, ориентированные на индивидуализм, предполагают ориентацию на индивидуальные интересы. В странах, относящихся к ин-

дивидуалистическим, например США, сотрудники организации отвечают за свои действия самостоятельно, а их взаимоотношение с работодателем построено на трезвом расчете, а не на основе моральных обязательств. Таким образом, сотрудник остается в большой степени эмоционально независимым от организации и от коллег. Немаловажным представляется факт, что индивидуализм подразумевает универсальность предъявляемых требований ко всем членам организации.

Следующий параметр, служащий для описания различий в культурах – дистанция власти. Он представляет собой совокупность отношений между обладающими властью людьми и людьми таковой не обладающими. Для культур с низким индексом дистанции власти характерны плоские организационные структуры, меньшая концентрация власти, участие в принятии управленческих решений на всех уровнях. Управленцы в странах с низкой дистанцией власти полагаются в работе не только на свой опыт, но и на опыт своих подчиненных, признавая его одинаково ценным. К странам с низкой дистанцией власти относят США.

Для стран с высокой дистанцией власти характерны высокие иерархические структуры, четкая вертикаль властных полномочий. Огромное значение имеют авторитет вышестоящих лиц, их решения в подавляющем большинстве случаев сомнению не подвергаются. Российская сфера бизнеса, относящаяся к культуре с высокой дистанцией власти, представляет собой абсолютно четкую иерархию, основанную на распределении властных полномочий. Характерной чертой такой культуры так же является терпимость к несправедливости в распределении власти и ответственности в организации [5].

Итак, опираясь на модель Хофстеде, были обозначены основные различия между культурами США и России. Вместе с тем, правомерно задать вопрос: каким образом теория Хофстеде может прояснить различия во взглядах именно на бизнес этику в России и в США? По мнению группы американских исследователей, различия в культуре могут повлечь за собой три типа конфликтов [5]:

1. *Характеристика моральных ценностей той или иной культуры может привести к диаметрально противоположным взглядам на то, что является правильным и неправильным.* Например, если сотрудник американской компании заметит, что его начальник поступает в ущерб интересов компании, его долгом как сотрудника будет сообщить о ненадлежащем поведении начальника. Если такая же ситуация произойдет в российской компании, ее сотрудник обязательно промолчит, так как авторитет начальника является непоколебимым и, в конечном итоге, наказали бы того самого сотрудника, который пожаловался на своего руководителя. Из данного примера явно видно как различия в дистанции власти и принадлежность к коллективистской или индивидуалистской культуре влияют на поведение при столкновении с моральной дилеммой. В индивидуалистской культуре США сотрудник чувствует ответственность за *свое* поведение и реакцию на данную ситуацию, а низкая дистанция власти позволяет ему указать на ошибку даже руководителю. В то время как в российской компании инициатива сотрудника подавлена высокой дистанцией власти и коллективистской культурой. Поэтому для него поведение руководителя выглядит абсолютно приемлемым.

2. *Для представителя одной культуры моральная дилемма может иметь повышенное значение, в то время как для другой это будет выглядеть не стоящим внимания поступком.* Например, в СССР, а потом и в России считалось не зазорным унести с работы какую-нибудь мелочь: ручку, папку и т. д. Это даже не рассматривалось, да и не рассматривается как воровство. В то время как в США каждый такой проступок является сигналом, на который существует определенная реакция: разбирательство, выговор и т. д. В данной ситуации снова актуализируется аспект коллективизма-индивидуализма, поскольку собственность компании в России воспринимается как «всеобщая», а, следовательно, ничья. Кроме того, в Российских компаниях «несуны» – дело привычное и ненаказуемое [7]. В индивидуалистической культуре акцент ставится на личной ответственности, поэтому даже распространенность негативного поведения не является оправданием для совершения проступка.

3. *Решение одной и той же проблемы может представляться для лиц, принимающих решение, различным.* Например, обвинение в сексуальном домогательстве в американской компании с большой долей вероятности повлечет судебное разбирательство и увольнение сотрудника. В то время как в отечественной организации сотрудник обойдется беседой с руководителем или выговором.

Таким образом, очевидна связь между культурными различиями и реакцией на этическую дилемму. Сотрудники зарубежных организаций, в частности американских, с ярко выраженной ориентацией на индивидуализм и низкой дистанцией власти будут отстаивать свое независимое мнение и справедливое отношение в общепринятом смысле. Для российского человека, существующего в условиях коллективистской культуры, справедливость предлагается воспринимать такой, какой ее принято считать в данной конкретной организации. При этом индивидуальное восприятие моральных ценностей, по большому счету, значения не имеет.

Необходимо уточнить, что выводы, сделанные на основе модели Хофстеде, не противоречат выводам относительно национальных особенностей этики, которые мы рассматривали ранее в таблице. Например, индивидуалистская культура США находит отражение в том, что именно конкретный индивид ответственен за свое этическое поведение. А следовательно, именно этический кодекс будет являться средством, регулирующим поведение человека. При этом эффективное применение этического кодекса основывается и на низкой дистанции власти, так как предполагает универсальность прописанных правил.

С уверенностью мы можем утверждать, что и выводы относительно российской действительности перекликаются с заключениями, сделанными на основе теории культур Хофстеде. *Во-первых*, принадлежность к коллективистской культуре не позволяет отдельному сотруднику нести ответственность за этический выбор в организации. *Во-вторых*, высокая дистанция власти делает руководителя единственным источником этических правил, которые могут различаться от организации к организации.

Итак, подводя итог, мы можем сделать следующие выводы:

Во-первых, этика бизнеса – понятие *не* универсальное. Восприятие бизнес дилемм действительно зависит от страны, в которой находится организация.

Во-вторых, существует ряд элементов, таких как лицо, ответственное за поведение в организации; нормативы поведения; ключевые проблемы бизнес этики и участники бизнес процессов, указывающие на особенности бизнес этики в той или иной стране.

В-третьих, на примере двух стран США и России были обозначены основные причины, которые обуславливают различные подходы к бизнес этике. В частности, указано, что Россия и США, являясь, согласно теории культур Хофстеде, практически противоположностями в своем восприятии власти и коллективизма/индивидуализма, будут по-разному реагировать на, казалось бы, схожие этические дилеммы.

В-четвертых, находясь в процессе становления, российская бизнес этика, тем не менее, не может перенимать опыт зарубежных организаций, поскольку имеет иные ключевые проблемы, иных участников процессов, а так же отличные культурные традиции, лежащие в основе поведения участников.

Иными словами, для того, чтобы бизнес этика для России приобрела ту же важность, которую она заслуженно имеет в зарубежных компаниях, она должна внедряться с постоянной ориентацией на культурные особенности нашей страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Koehn D. What can Eastern philosophy teach us about business ethics? // Journal of business ethics. – 1999. – № 19. – P. 71–79.
2. Vogel D. Is US business obsessed with ethics? // Across the board. – 1998, November–December. – P. 31–33.
3. Lennic D., Keil F. Moral intelligence. – New Jersey: Pearson Education Inc., 2005. – 300 p.
4. Sandbu M. Just business. Arguments in business ethics. – New Jersey: Prentice Hall, 2011. – 206 p.
5. Beekun R., Stedham Y., Yamamura J. Comparing business ethics in Russia and the US // International journal of HRM. – 2003. – № 14:8. – P. 1333–1349.
6. Hofstede G. Hofstede on culture // Greet Hofstede and Gert Jan Hofstede. 2013. URL: <http://www.geerthofstede.nl/> (дата обращения: 20.01.2013).
7. Черепанова Н.В. Этическое основание российского менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 6. – С. 3–11

Поступила 08.02.2013 г.