

Розанова А. А., канд. филос. наук, доцент кафедры биоэтики Российского национального исследовательского медицинского университета им. Н. И. Пирогова, г. Москва, M9261356531@gmail.com

Ильин А. Б., канд. экон. наук, доцент кафедры теории и практики конкуренции Московского финансово-промышленного университета «Синергия», г. Москва, AI-1988@yandex.ru

Сизова Ю. С., аспирант кафедры предпринимательства и логистики, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 1 Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, г. Москва, ju-si@mail.ru

Предпринимательская этика и дух цифровой экономики

В данной статье рассматриваются вопросы этики и морали современной предпринимательской деятельности в России на стыке перехода от инновационной экономики к цифровой. Авторы рассматривают теоретические подходы к определению понятия предпринимательской этики, исследуют основные категории этики как неотъемлемого атрибута бизнеса и соотносят их с профессиональной сферой деятельности. Также в работе представлено текущее положение дел в вопросах предпринимательской деятельности в мире, в частности, рассматривается разработка нового международного документа MiFID II. Отражены результаты авторского исследования относительно ожиданий соблюдения норм предпринимательской этики поколением Z.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, бизнес, предпринимательская этика, бизнес-процессы, бизнес-коммуникации.

Введение

В связи с переходом от инновационной экономики к цифровой возникают новые разновидности социального и экономического взаимодействия между людьми. Как никогда актуальными становятся морально-нравственные аспекты подобного взаимодействия, поскольку имеет место дифференциация мнений и взглядов на правильность организации хозяйственной деятельности [Давыдов, 2014, с. 64]. Практика показывает, что успешное социально-экономическое взаимодействие субъектов экономики во многом зависит от этичности современного бизнеса.

Связь этики и культуры с управлением собственным бизнесом все более очевидна. Целью культуры в данной области является создание единого языка, универсаль-

ного способа общения в производственной сфере, закрепление форм организационных структур и непосредственно системы управления для воссоединения культурных традиций и ментальности с особенностями рыночной экономики. События последнего времени показывают, что даже развитые общества не застрахованы от серьезных морально-этических катаклизмов. Как уже отмечено выше, Россия постепенно переходит к цифровой экономике, однако процесс трансформации из экономики сырьевой и инновационной существенным образом усложнен отсутствием комплекса морально-этических норм и правил, экосистемы, концепции управления бизнесом в изменяющихся условиях. Эти и иные аспекты организации хозяйства на всех его уровнях (макро-, мезо- и микроуровнях) достаточно важны для установления экономического равновесия.

Генезис предпринимательской этики

Этические нормы и правила в бизнесе все еще находятся в процессе становления, поскольку представляют собой своеобразное соединение устаревших стереотипов поведения, перешедших из эпохи тоталитарной и авторитарной экономики заимствований западной деловой культуры, и не вполне оформившихся «правил игры», еще только складывающихся в процессе перехода к подлинно рыночной экономике.

Роль этических норм и правил в бизнесе трудно переоценить. В настоящее время все больше исследователей понимают взаимосвязь между принципами морали и предпринимательской этики и прибыльностью бизнеса. В отечественной литературе уже обозначился ряд исследователей, занимающихся данными проблемами. Такие авторы, как В. Автономов, Р. Нуреев, В. Радаев, Ю. Осипов, И. Герчикова, П. Шихирев, И. Ткаченко и др., в основном акцентируют внимание именно на прикладном характере предпринимательской этики и рассматривают факторы, влияющие на ее становление.

Д. А. Мещеряков отмечает, что «в отличие от индивидуальной этики предпринимательская этика обращена к обществу, задает ориентиры и обосновывает нравственные принципы функционирования экономики» [Мещеряков, 2016, с. 304]. Данное высказывание подтверждает актуальность исследований по этой тематике, поскольку, очевидно, что экономическое развитие Российской Федерации во многом обусловлено развитием функционирующих на ее территории субъектов, и только высококультурное и нравственное общество способно к дальнейшему развитию и процветанию.

Во многих бизнес-структурах предпринимательская этика часто закреплена в формальных документах, которые имеют рекомендательный характер (кодексы профессиональной этики, кодексы корпо-

ративного поведения и т. п.), но подобные примеры, на взгляд авторов, ограничивают подлинное значение предпринимательской этики. Роль предпринимательской этики намного шире корпоративной культуры поведения. Она включает в себя не только специфику бизнес-процессов, бизнес-коммуникаций, бизнес-результатов, но и особенности национальной предпринимательской культуры, личностные качества бизнесмена, основы законодательства, которые регулируют предпринимательскую деятельность, а также этические нормы и принципы поведения, господствующие в предпринимательской среде. Следует также отметить, что основные принципы предпринимательской этики во многом зависят от модели экономического развития страны, от ее законодательной базы, а также от исторически сформировавшихся мировоззренческих взглядов и позиций определенной нации.

Так, историки свидетельствуют о том, что российским предпринимателям периода X–XIV вв. были свойственны *сочетание расчетливости и фантазии, высокой работоспособности и умения расслабиться, стремление быть самими собой, наличие глубокого и жесткого самоанализа* [Организация предпринимательской деятельности, 2016, с. 50]. Русский экономист, статистик, публицист, редактор, преподаватель политической экономики и финансового права В. П. Безобразов [Безобразов, 1889] выделил ключевые черты менталитета русских предпринимателей XV–XVI веков: *чувство меры, практический расчет, самообладание, трезвость характера, сила воли*.

Русские люди исторически являются милосердными к нищим и нуждающимся. И тому есть множество примеров в русской истории. Меценатство как благотворительное движение возникло в XIX в. Самыми яркими примерами меценатов, активно занимающихся благотворительностью, были С. И. Мамонтов, П. М. Третьяков, К. Т. Солдатёнков, П. П. Рябушинский, М. Ф. Моро-

зова. Они оказывали помощь начинающим художникам и музыкантам, способствуя развитию культуры, и, по сути, внесли неопределимый вклад в развитие духовной и научной областей жизнедеятельности русского общества. На их деньги было построено множество памятников архитектуры и искусства. Например, на средства знаменитого рода промышленников Морозовых были созданы великолепные храмы и церкви.

Помимо этого, меценаты XIX в. помогали бедным, жертвуя многочисленными средствами на развитие здравоохранения. Они строили медицинские учреждения, снабжали их современным оборудованием. Таким образом, можно сказать, что еще в дореволюционной России были заложены основы этического и нравственного ведения бизнеса в целях совершенствования моральных устоев общества. Только за период 1861–1863 гг. было учреждено 357 акционерных обществ, в том числе 53 железнодорожных акционерных общества с капиталом примерно 700 млн руб., 73 акционерных банка с капиталом порядка 230 млн руб. и 163 акционерных промышленных общества с капиталом 130 млн руб. Общее число акционерных и паевых форм предпринимательства достигло к началу XX в. 1300 единиц [Рубин, 2016, с. 398]. Свободные ремесленники и купцы, вышедшие из крепостной зависимости крестьяне, часть дворян-предпринимателей постепенно превращались в субъектов нового русского предпринимательства. Стремительное развитие бизнеса стало одним из главных факторов роста национальной экономики.

В период социалистического строительства вместо полноценного рынка наблюдались «черный рынок», «серый рынок», «розовый рынок». Предпринимательство на таких рынках практически повсеместно превратилось в теневую и недобросовестный бизнес. Его элементами выступали приписки к отчетности предприятий, завышение цен, манипуляции плановыми и отчетными показателями и др.

Современные взгляды исследователей на сущность предпринимательской этики следующие. Так, В. А. Косинов отмечает, что добавление категории честности в описание предпринимательства «представляется излишним в связи с тем, что бизнес — не обман, а обмен. Если учесть, что прибыль при этом возникает естественным образом, когда издержки предпринимательства ниже реализуемой продукции (оказываемых услуг), становится ясным, что ни один признак предпринимательства не связан с необходимостью обмана, нарушения норм морали и нравственности или какого-либо нечестного поведения» [Косинов, 2014, с. 215]. С подобным высказыванием трудно не согласиться. По мнению Д. А. Мещерякова, «предпринимательская этика должна отражать и объяснять связь экономики с моралью, специфику их взаимоотношений...» [Мещеряков, 2015, с. 106]. На взгляд авторов, именно в этом направлении следует развиваться образовательной системе Российской Федерации, поскольку в ее пределах и начинает формироваться будущий бизнесмен.

По мнению авторов, предпринимательская этика — это своего рода система противовесов, которая позволяет выработать наиболее выгодную стратегию поведения, сократить издержки, способствует улучшению имиджа компании в обществе и на рынке. Однако нельзя забывать, что в бизнесе в силу особенностей «правил игры» классические этические законы не всегда работают. Как отмечает В. А. Давыдов, «наше общество потеряло все этические традиции по отношению к деньгам. В результате возникло предельно циничное отношение к хозяйственному праву. Наивысшим благом и единственным идеалом стала прямая денежная выгода без каких-либо этических примесей» [Давыдов, 2014, с. 65]. И это, к сожалению, справедливо, так как моральные требования намного выше правовых ввиду заложенного в них принципа высшей справедливости и морального идеала.

Предпринимательская этика как неотъемлемый атрибут ведения бизнеса

Рассуждая о предпринимательской этике, нельзя не обратиться к знаменитому труду М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма»: «В характере капиталистического предпринимателя часто обнаруживается известная сдержанность и скромность...»; «В самом деле, столь привычное для нас теперь, а по существу отнюдь не само собой разумеющееся представление о профессиональном долге, об обязательствах, которые каждый человек должен ощущать и ощущает по отношению к своей «профессиональной» деятельности, в чем бы она ни заключалась и независимо от того, воспринимается ли она индивидом как использование его рабочей силы или его имущества (в качестве «капитала»), — это представление характерной для «социальной этики» капиталистической культуры, а в известном смысле имеет для нее и конституитивное значение»; «Радость и гордость капиталистического предпринимателя от сознания того, что при его участии многим людям «дана работа», что он содействовал экономическому «процветанию» родного города в том ориентированном на количественный рост населения и торговле смысле, который капитализм вкладывает в понятие процветания, — все это, безусловно, является составной частью той специфической и, несомненно, «идеалистической» радости жизни, которая характеризует представителей современного предпринимательства»; «...для проникновения нового духа в экономическую жизнь сдвиг совершался, как правило, не отважными и беспринципными спекулянтами или авантюристами, которых мы встречаем на протяжении всей экономической истории, не обладателями «больших денег», а людьми, прошедшими суровую жизненную школу, осмотрительными и решительными одновременно, людьми

ми сдержанными, умеренными и упорными по своей природе, полностью преданными своему делу....» [Вебер, 1990].

Собственно, имеет смысл рассмотреть детальное соотношение права и морали. Мораль и право можно представить в виде знаменитых кругов Эйлера. Именно пересекающееся пространство этих кругов и будет сферой предпринимательской этики. Иными словами, правовые нормы фиксируют конкретные нарушения принятых в обществе рамок. Этические законы осуждают любые проявления алчности, нечестности и т. д., а право фиксирует и наказывает только за самые злостные и опасные для общества нарушения.

Именно предпринимательская этика демонстрирует максимальное сближение этики и права как механизмов регулирования отношения между участниками бизнес-процессов. В межличностных отношениях поведение субъектов регулируется нравственными законами, в бизнесе эту роль исполняет договор, в котором прописываются все права и обязанности сторон, а также порядок выполнения прописанных обязанностей. В настоящее время постепенно развивается единая документальная система по вопросам предпринимательской порядочности. В частности, разрабатывается документ MiFID II (Markets in Financial Instruments Directive II), в соответствии с которым будут обеспечиваться более справедливые, безопасные и эффективные условия на экономических рынках. MiFID II будет способствовать большей прозрачности для всех участников экономической сферы. Благодаря новым требованиям к формированию отчетности значительно увеличится объем информации в открытом доступе и сократится количество «темных» операций во внебиржевой торговле. Новыми правилами регламентируется строгий набор организационных требований к инвестиционным фирмам и торговым площадкам, а положения, регулирующие недискриминационный доступ к центральным контрагент

там (ЦКА), торговым площадкам и контрольным точкам, предназначены для повышения конкуренции.

Защита инвесторов усилится за счет внедрения новых требований к управлению и независимой инвестиционной консультации, расширения существующих правил для структурированных депозитов и улучшения требований в нескольких областях, в том числе по вопросам ответственности органов управления.

MiFID II обязывает игроков финансовых рынков максимально информировать о рисках своих клиентов. В случае сокрытия информации, повлекшей убытки клиента, ответственность ложится именно на них. Это совершенно новое явление в бизнесе, новая специфика и ключевое отличие, которое гарантирует свободный выбор личности. Таким образом, предпринимательская этика диктует необходимость этического поведения. Если участник бизнес-процесса не согласен «играть по новым правилам», то он будет исключен из «игры» как не заслуживающий доверия.

Предпринимательскую этику можно рассматривать, с точки зрения авторов, в качестве совокупности нравственных норм, понятий, суждений и способов поведения, характерных для представителей бизнес-сообщества. Она обусловлена спецификой деятельности людей, занятых в данной сфере. Следование нормам профессиональной этики способствует повышению внутрикорпоративной культуры, выстраивает отношения подчиненных и руководителя и делает их более эффективными, улучшает деловые отношения с партнерами и клиентами. Каждая личность и каждый предприниматель обладает определенными убеждениями, интересами, целями, которые он стремится реализовать в сфере своей трудовой деятельности. Несмотря на индивидуальный подход к формированию предпринимательской этики (каждое предприятие уникально), следует учитывать необходимость следования интересам общества. Именно такая

деятельность бизнесмена будет считаться нравственной.

Учитывая направленность предпринимательской этики на оценку структур и институтов общества, можно считать ее социальной. «Социокультурный аспект оказывается в поле зрения исследователей предпринимательства в связи с тем, что ролевая структура этого феномена в его современном состоянии распространилась за пределы социально-экономической системы и охватила в том числе и надстроечную сферу. Предпринимательство воспринимается в современном обществе не только как хозяйственная деятельность, но и как принятие ответственности за текущее состояние и перспективы развития социальной среды» [Дыльнова, 2006, с. 91]. Кроме того, предпринимательская этика призвана решать задачи, которые смогут обеспечить приемлемый уровень социального взаимодействия и являться основой экономической деятельности. В каждом обществе существуют морально-этические нормы, которые создают минимальный уровень доверия в среде экономических отношений. Культурные особенности каждого этноса выявляются в подобного рода характеристике доверия. Успех международных компаний, глобальных компаний и транснациональных корпораций напрямую зависит от готовности разнородных культурных установок и этнических моральных норм к сознательному формированию единой предпринимательской этики и корпоративной культуры.

Современные этические теории, в частности идеи эволюционной этики (Р. Докинз, У. Гамильтон, Р. Триверс) предполагают, что нравственность и альтруизм есть продукт эволюции, благодаря которому человечество научилось жить совместно, разделять труд и выстраивать отношения. Это эффективные механизмы регулирования отношений в социуме, способствующие выживанию видов. Предпринимательская этика как специализированный «продукт»

тоже может рассматриваться в виде инструмента достижения наибольшей выгоды. Именно хорошая репутация, честные сделки, деловой долг, положительный образ компании в обществе и на рынке позволяют сократить издержки. То есть быть порядочным бизнесменом — выгодная стратегия ведения предпринимательской деятельности. В этой связи интересно проследить смысловые изменения некоторых этических категорий предпринимательской этики.

Добро, зло, справедливость, честь, достоинство, совесть, долг, обязанность как ключевые категории предпринимательской этики

Понятие «категория» с древнегреческого языка переводится как утверждение, определенность, признак. В научной терминологии понятием «категория» определяют основные понятия, которые выражают наиболее полные характеристики предмета познания. В рамках этики категории выражают особенности морально-нравственных отношений. Категории начинают работать только тогда, когда образуют единую систему, где за счет них образуются единые понятийные связи. Отсюда следует вывод: если мы желаем взвешенно рассуждать о чем-либо с этической точки зрения, мы должны определить и сформировать систему категориальных определений.

В предпринимательскую этику большинство категорий пришли из классической этики без изменений, для других категорий потребовалась значительная трансформация. Это связано с тем, как полагает Мещеряков, что «предпринимательская этика является видом социальной этики, содержащим нравственные нормы и требования, предъявляемые к участникам экономических отношений» [Мещеряков, 2015, с. 304].

Категории этики позволяют проследить все многообразие человеческих отноше-

ний. Любая деятельность человека всегда имеет нравственный аспект. Категории помогают дать оценку деятельности людей, определить то или иное деяние как доброе или злое, совершенное во благо или нет. Они способствуют нравственному росту человека, стремлению к должному положению вещей в природе, к общественному благу. Если в целом посмотреть на единство категорий в этике, то нетрудно заметить, что их можно систематизировать от более широких и общих, таких как добро, идеал, зло, к более индивидуальным — совесть, стыд. Основными категориями этики являются понятия, отражающие нравственные ценности общества. В состав основных категорий этики включают добро и зло, долг и совесть, честь и достоинство.

Именно категории *добра* и *зла* в этике являются наиболее универсальными. Через них мы рассматриваем и анализируем все остальные этические категории. Благодаря этим понятиям оцениваются поступки человека и вся его деятельность. Под добром принято понимать те явления и действия, которые несут благо человеку. Зло — это то, что препятствует благу, меняет и искажает общественные и личные отношения, препятствует развитию человека и общества.

Этическая категория *справедливости* связана с непосредственным соотношением добра и зла в конкретной ситуации. Эта категория универсальна, поскольку может «работать» на макроуровне — общественные отношения и на микроуровне — межличностные отношения.

Честь является индивидуальной категорией этики, описывающей конкретную личность. Именно через данное понятие человек осознает свое место в обществе, семье, профессии. Это выражается в необходимости человека сохранять свое доброе имя, репутацию. Не зря понятия чести и честности имеют общий корень. Через категорию чести выражается общественная оценка

человека и мера его признания со стороны окружающих. Этические категории чести и достоинства охватывают сферу самосознания личности, ее оценку со стороны общества, самоуважение.

Достоинство — это категория, определяющая форму сознания самого себя. Она выражает необходимость человека в уважении, утверждении своего места и понимании собственной значимости как личности. Человек, обладающий чувством собственного достоинства, всегда будет бережно относиться к другим людям.

Категория *совесть* играет в этической науке особую роль. Именно совесть является внутренним судьей личности. Это такой механизм, который позволяет оценить человеку собственные деяния и мысли независимо от общественного мнения. Так, совесть является сугубо индивидуальным явлением. Мы ощущаем проявления совести через стыд и раскаяние или чувство глубокого удовлетворения от правильно сделанного выбора или поступка. Можно сказать, что данная этическая категория охватывает наиболее интимную сферу самоконтроля и самооценки поведения личности.

Категория *долга* означает моральную необходимость выполнения определенных обязанностей в профессиональной, общественной и личной жизни. Это внутреннее требование, стимулирующее нравственное поведение, причем нравственное поведение во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Так, можно выделить несколько разновидностей долга: родительский, гражданский, семейный, врачебный и т. д.

Долг связан с категорией *обязанности*, охватывающей сферу моральных требований общества к человеку, с одной стороны, и их выполнение человеком, осознание им ответственности за свои поступки, с другой.

Соотнесем рассмотренные выше этические категории с предпринимательской деятельностью и выделим ключевые из них.

Так, справедливость, долг, честь, совесть являются наиболее важными категориями

любой профессиональной этики. Однако в предпринимательской этике необходимо соблюдать внутренний баланс между этическими нормами и прибыльностью деятельности, поскольку излишний нерациональный альтруизм и милосердие существенным образом замедляют развитие предпринимательства.

Ключевой категорией предпринимательской этики является долг, в котором находят свое выражение обязанности работников и бизнесменов. Долг заключается в потребности человека ориентировать свою деятельность на общее развитие организации, стимулирует работников быть более ответственными, стремящимися к всеобщему благу. Профессиональный долг фиксируется не только в негласных правилах поведения сотрудников и руководителей предприятия, но и зачастую документально оформляется в различных кодексах и других внутренних нормативных документах. Данные правила предписывают не только служебные обязанности работников, но и их поведение в различных ситуациях. Именно следование этим предписаниям и соответствующее поведение будут считаться этичными.

Несомненно, специалисты любой сферы должны в идеале соблюдать нравственные требования профессионального долга. Однако для представителей отдельных профессий это особенно принципиально. Например, поверхностное отношение к профессиональному долгу врача, юриста, журналиста может привести к очень тяжелым последствиям.

Категория профессионального долга тесно связана с уровнем культуры и этики предпринимателя. Низкий уровень профессионального долга может препятствовать развитию цивилизованных деловых связей, созданию прочной платформы для политического и экономического реформирования, разработки и внедрения инноваций, эффективного использования человеческого капитала.

Составной частью профессионального долга выступает понятие профессиональной ответственности, которое представляет собой особое социальное и моральное отношение специалиста к другим людям и к обществу и характеризуется выполнением нравственного долга. Профессиональная ответственность определяет способность человека сознательно выполнять нравственные требования и решать стоящие перед ним задачи, совершать правильный моральный выбор, достигать определенного результата. В частности, содержание данного понятия имеет весьма важное значение для руководителей предприятий различного уровня, так как эти люди несут ответственность не только за развитие предприятия, но и за благополучие своего персонала.

С профессиональным долгом также связана категория профессиональной справедливости. Она необходима для анализа эффективности управления персоналом. Отношения в любом коллективе должны выстраиваться справедливо. Это позволит избежать двойных стандартов в оценке работы «удобных» и «неудобных» людей, соратников и противников, что обеспечит благоприятный морально-психологический климат в коллективе. Выстраивание деловых отношений по принципу справедливости способствует росту и процветанию всей организации.

Предпринимательская этика невозможна без категорий профессиональной чести и профессионального достоинства. В них заключено понимание самого себя как личности и оценка со стороны коллег, партнеров, клиентов. Категория профессиональной чести несколько уже категории профессионального долга. Честь носит более индивидуальный, личностный характер и отражает понимание себя в обществе, сфере деятельности. Профессиональная честь отражает понимание и ценность различных профессий в обществе. У русских купцов профессиональная честь имела особый

смысл. Многие сделки заключались без письменных подтверждений, потому что купеческого слова было достаточно. К профессиональной чести во все времена относились с трепетом и тщательно ее оберегли. Первый документ, регулирующий отношения между купцами на Руси, был принят еще в XI в. В нем были закреплены основные положения взаимодействия между торговцами, а также возможность банкротства и неприкосновенность частной собственности.



Осознание социальной значимости своей профессии составляет основу профессионального достоинства. В категории достоинства заключается признание своей ценности, самоуважения. Достоинство как нравственная категория находит свое проявление в авторитете личности в профессиональной среде, в ее решениях и поступках. Профессиональное достоинство не допустит небрежного отношения к работнику, клиенту или партнеру.

Для объективной оценки современного состояния предпринимательской этики авторами был проведен опрос среди студентов 3 курса и магистратуры (в общей сложности 130 чел., опрос проводился в 2017 г. в трех государственных вузах Москвы). Студенты ответили на вопросы о том, насколько возможны различные нарушения правовых и этических норм в бизнесе и возможно ли обойтись без нарушений вообще (табл. 1) [Благоданова, Сизова, 2017].

Результаты исследования среди представителей поколения Z (термин, применяемый в мире для поколения людей, родившихся начиная примерно с 1995 г.; соответствует теории поколений, созданной Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом) отражают ожидаемые предпринимательские действия профессионалов в условиях цифровой экономики. Остается надеяться, что процент положительно настроенных молодых людей на соблюдение категорий предпринимательской этики будет только увели-

Таблица 1. Предпринимательская этика «поколения Z»

Table 1. Business Ethics of 'Generation Z'

Соблюдение категорий предпринимательской этики	Несоблюдение категорий предпринимательской этики
	
46%: «возможно обойтись без нарушения этических норм при осуществлении предпринимательской деятельности»	48,4%: «дача взяток в порядке вещей»
	44,5% допускают «возможность сокрытия доходов и уклонения от уплаты налогов»
	40,6% готовы «переступить через свои моральные принципы»
	38,3%: «вполне этично говорить партнерам неправду ради успеха своего бизнеса»
	34,4% считают возможным «нарушать закон ради увеличения прибыли»
	33,6% готовы «обманывать своих клиентов ради увеличения прибыли»

чиваться. Предпосылками данной надежды является то, что представители поколения Z — это первое по-настоящему цифровое поколение, которое активно использует планшеты, VR- и 3D-реальность, интересуется технологиями (например, предполагается, что многие представители поколения будут заниматься инженерно-техническими вопросами, биомедициной, робототехникой). К тому же поколение Z — первое поколение, полностью родившееся во времена глобализации и постмодернизма. Поколение Z также характеризуется любовью к просмотру сериалов и фильмов вместо социализации со своими сверстниками. Виды экономической деятельности и направления бизнеса будут трансформироваться в интернет-платформы и онлайн-среду, что поднимет вопрос (и уже поднимает) о предпринимательской этике виртуального общения, когда приоритетным становится «обливание грязью» конкурента, нежели очная ставка «на кулаках». Сейчас мы находимся на стыке сырьевой, инновационной и цифровой экономики, командного планирования и рыночной экономики, когда сталкивается культура «цифрового человека» с «живыми свидетелями эры

До-интернета» — последнего поколения, живущего вне эры Интернета, которые являлись свидетелями «бизнеса по-русски» в конце XX в., коррупции, олигархии, криминальных банкротств, офшоров в XXI в. Ю. Б. Рубин справедливо отмечает: «Современное предпринимательство (не только в России, но и во всем мире) содержит пережитки предшествующих эпох развития. При определенных условиях такие отголоски могут воспроизводить тенденции прошлого и влиять на сознание отдельных людей. Игра маленьких детей «в рабов» расценивается как шалость, соответствующая возрасту, но когда в сферу бизнеса проникают люди, исповедующие принципы вседозволенности, это уже социально опасное явление» [Рубин, 2016, с. 417].

Заключение

Выделение основных категорий в содержании предпринимательской этики весьма актуально и необходимо в целях формирования и становления нравственной составляющей личности делового человека в процессе выполнения им профессиональных обязанностей.

Анализ основных категорий предпринимательской этики позволяет акцентировать внимание на ее ключевых особенностях. Так, предпринимательская этика тесно связана с правом, поскольку классические этические подходы и концепции не работают в данной сфере. Однако этика есть этика. Любая человеческая деятельность подчиняется законам нравственности. К тому же предпринимательство характеризуется собственными правилами игры, в которых обосновываются свойственные ему понятия добра и зла, правильного и неправильного.

Тем не менее очевидно одно: современное российское общество не может развиваться обособленно от этических норм и принципов. И предпринимательство, являющееся одним из проявлений социального взаимодействия между людьми, также в своем развитии обязано следовать определенным моральным принципам и установкам. Это шаг к будущей экономической стабильности не только отдельно взятого экономического субъекта Российской Федерации, всей национальной экономики в целом, но и «зеркало» российского бизнеса в глазах международного сообщества.

Список литературы

1. Давыдов В. А. Этика предпринимательской деятельности // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2014. № 3–5. С. 64–72.
2. Косинов В. А. Этика и мораль предпринимательской деятельности // Взаимодействие права и морали / Материалы Международной научной конференции. Под общ. ред. док. юр. наук, проф. Т. А. Сошниковой. 2014. С. 214–217.
3. Мещеряков Д. А. Предпринимательская этика и ее особенности // Стратегия инновационного развития агропромышленного комплекса в условиях глобализации экономики / Материалы международной научно-практической конференции. Сост. сборника: Е. В. Закшевская, В. П. Рябов. 2015. С. 105–109.
4. Мещеряков Д. А. Этика предпринимательской деятельности как институциональная проблема // Власть. 2016. № 3. С. 303–305.
5. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А. Б. Ильин, Л. С. Леонтьева. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. С. 50.
6. Безобразов В. П. Народное хозяйство России. Т. 3. 1889.
7. Рубин Ю. Б. Основы предпринимательства. М.: МФПУ «Синергия», 2016. — 464 с.
8. Вебер М. Избранные произведения. Протестантская этика и дух капитализма. М.: Прогресс, 1990. — 178 с.
9. Дыльнова З. М. Предпринимательство: экономический и социологический взгляд на проблему // Вестник РУДН, серия Социология. 2006. № 1 (9). С. 83–93.
10. Благодравова М. А., Сизова Ю. С. К вопросу об утверждении этических норм в российском бизнесе // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3–1 (80-1). С. 767–773.
11. Докинз Р. Эгоистичный ген = The Selfish Gene / Переводчик Н. Фомина. Corpus, 2013. — 512 с.
12. Докинз Р. Расширенный фенотип: длинная рука гена = The Extended Phenotype: The Long Reach of the Gene / Переводчик А. Голко. Corpus, 2010. — 512 с.
13. Dawkins R. Universal Darwinism // Evolution from Molecules to Men / Bendall, D. S. — Cambridge: Cambridge University Press, 1976. P. 403–425.
14. Dawkins R. Good strategy or evolutionarily stable strategy // Sociobiology: Beyond Nature/Nurture? / Barlow, G. W. and Silverberg, J. Colorado: Westview Press, 1980. P. 331–337.

References

1. Davydov V. A. *Jetika predprinimatel'skoj dejatel'nosti* [Enterprise Ethics]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty sovremennoj nauki*, 2014, no. 3–5, pp. 64–72.
2. Kosinov V. A. *Jetika i moral' predprinimatel'skoj dejatel'nosti* [Ethics and Moral of Business Activity]. *Vzaimodejstvie prava i morali / Materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. Pod obshh. red. dok. jur. nauk, prof. T. A. Sosnikovoj*, 2014, pp. 214–217.
3. Meshherjakov D. A. *Predprinimatel'skaja jetika i ee osobennosti* [Business Ethics and its Features]. *Strategija innovacionnogo razvitija agropromyshlennogo kompleksa v uslovijah globalizacii jekonomiki / Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Sostaviteli sbornika E. V. Zakshevskaja, V. P. Rjabov*. 2015, pp. 105–109.
4. Meshherjakov D. A. *Jetika predprinimatel'skoj dejatel'nosti kak institucional'naja problema* [The Ethics of Entrepreneurship as an Institutional Problem]. *Vlast'*, 2016, no. 3, pp. 303–305.
5. Il'in A. B., Leont'eva L. S. *Organizacija predprinimatel'skoj dejatel'nosti: uchebnik* [Organizing entrepreneurial activity]. Moscow, FGBOU VO «REHU im. G. V. Plekhanova», 2016, p. 50.
6. Bezobrazov V. P. *Narodnoe hozjajstvo Rossii* [National Economy of Russia]. Vol. 3, 1889.
7. Rubin Yu. B. *Osnovy predprinimatel'stva* [Fundamentals of Entrepreneurship]. Moscow, MFPU «Sinergiya», 2016, 464 p.
8. Veber M. *Izbrannye proizvedenija. Protestant'skaja jetika i duh kapitalizma* [Die protestantische Ethik und der «Geist» des Kapitalismus]. *Protestant Ethics and Spirit of Capitalism*. Moscow, Progress, 1990, 178 p.
9. Dyl'nova Z. M. *Predprinimatel'stvo: jekonomicheskij i sociologicheskij vzgljad na problemu* [Entrepreneur-

- ship: Economic and Sociological Focus on the Issue]. *Vestnik RUDN, serija Sociologija*, 2006, no. 1 (9), pp. 83–93.
10. Blagonravova M. A., Sizova Ju. S. *K voprosu ob utverzhenii jeticheskikh norm v rossijskom biznese* [Anent Establishing Ethical Business Practices in Russian Business]. *Jekonomika i predprinimatel'stvo*, 2017, no. 3-1 (80-1), pp. 767–773.
 11. Dokinz R. *Jegoistichnyj gen* [The Selfish Gene]. *Perevodchik N. Fomina*. Corpus, 2013, 512 p.
 12. Dokinz R. *Rasshirennyj fenotip: dlinnaja ruka gena* [The Extended Phenotype: The Long Reach of the Gene]. *Perevodchik A. Gopko*. Corpus, 2010, 512 p.
 13. Dawkins R. *Universal Darwinism. Evolution from Molecules to Men* / Bendall, D. S. Cambridge, Cambridge University Press, 1976, pp. 403–425.
 14. Dawkins R. *Good strategy or evolutionarily stable strategy. Sociobiology: Beyond Nature/Nurture?* / Barlow, G. W. and Silverberg, J. Colorado, Westview Press, 1980, pp. 331–337.

A. Rozanova, Pirogov Russian National Research Medical University (RNRMU) of the Department of Bioethics, Moscow, Russia, M9261356531@gmail.com

A. Ilin, Department of Competition Theory and Practice Moscow University of Finance and Industry «Synergy», Moscow, Russia, AI-1988@yandex.ru

Yu. Sizova, Department of Entrepreneurship and Logistics, Department of Foreign Languages № 1 Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, ju-si@mail.ru

Business Ethics and Digital Economy Spirit

The paper focuses on ethical and moral issues of modern business activity in Russia in the interface between innovative economy and digital. The authors consider theoretical approaches to business ethics, investigate its major categories as an integral attribute of business and correlate them to a professional field of activity emphasizing relevance of research. The historical background is given, the main mental characteristics of Russian entrepreneurs in different epochs are featured and modern research views on business ethics essence are put forward. Such key categories of business ethics as «good», «evil», «justice», «honor», «dignity», «conscience», «obligation», «duty» are debated and it is emphasized that business ethics can be considered to be the instrument for successful business activity performance and reducing costs. Due to the transition from innovative economy to digital new kinds of social and economic interaction between people arise. The paper also represents the current situation in business activity issues all over the world and working out of a new international document MiFID II in particular. The authors' findings on expectations of respect for norms of enterprise ethics by generation of Z are reflected. The authors draw a conclusion that giving accent to the main categories in business ethics subject matter is relevant and necessary for modern entrepreneur model shaping.

Keyword: business activity, business, business ethics, business processes, business communication.

About authors:

A. Rozanova, *PhD in Philosophy, Assistant professor*; A. Ilin, *PhD in Economics, Assistant professor*; Yu. Sizova, *Postgraduate student, Senior Lecturer*

For citation:

Rozanova A., Ilin A., Sizova Yu. Business Ethics and Digital Economy Spirit. *Journal of Modern Competition*, 2018, vol. 12, no. 4(70)–5(71), pp. 122–132 (in Russian, abstr. in English).