

К ПРОБЛЕМЕ МОРАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гориш Ирина Владимировна, старший преподаватель
Полесский государственный университет,
Gorish Irina, Polessky State University, gorish@nextmail.ru

Аннотация. В статье освещены основные вопросы поиска моральных основ хозяйственной деятельности предпринимателя, формирования у него социально ответственной модели поведения.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, добродетель, ценности, моральная мотивация.

Цели и ценности предпринимательства не сводятся только к получению прибыли. Они выходят за рамки материально-экономической сферы, в которой целью предпринимательства действительно будет получение прибыли, материальное благополучие и даже богатство. В социальной сфере целями будут независимость, успех и общественное признание. В социально-психологической плоскости целями предпринимателя могут стать самоутверждение и самореализация. Наконец, в высшей духовно-нравственной сфере таковыми целями предпринимателя будут добродетель, служение общему благу. Это приносит предпринимателю глубокое морально-нравственное удовлетворение, ощущение значимости и полезности своей деятельности, т.е. обеспечивает глубокую духовно-нравственную легитимацию его личности.

Понятно, что не у всех предпринимателей имеет место весь набор названных целей, выступающих одновременно и ценностями, мотивирующими его деятельность. Для кого-то лишь получение прибыли, достижение богатства будут главными ценностями. А для кого-то прибыль, богатство будут лишь целями-средствами для достижения других целей (успех, независимость, общественное признание и т.д.). К сожалению, пока еще очень мало предпринимателей, для которых ценностно-целевые ориентации выходят на служение общему благу. Но только таких предпринимателей и можно назвать цивилизованными, социально

ответственными, патриотически настроенными.

Для достижения отмеченных целей предпринимателю необходимы соответствующие средства: капитал, ресурсы, люди, организация, правовая и экономическая инфраструктура. К числу необходимых средств надо отнести профессиональные деловые качества. Прежде всего соответствующие знания, компетентность, организаторские способности, предприимчивость, инициативность, энергичность, готовность и способность к риску и персональной ответственности, способность к прогнозированию, креативность и т.п.

Обладая соответствующими профессионально-деловыми качествами, имея в своем распоряжении соответствующие материально-финансовые ресурсы, предприниматель для достижения успеха в своем деле (в экономическом и социальном смыслах) должен соблюдать юридические и этические нормы. Цивилизованный предприниматель несет не только юридическую, но также моральную и социальную ответственность. Юридические требования (уплата налогов, соблюдение законодательства, в т.ч. охраны природы и охраны труда) – это абсолютно необходимый минимум норм, регулирующих отношения предпринимателя с государством. За его пределами бизнес становится криминальным.

Одних юридических норм регулирования предпринимательства недостаточно, хотя они необходимы. Одно дело, когда свои правовые обязательства (уплата налогов, выполнение контрактов, долговых обязательств, обеспечение нормальных условий труда, мер экологической безопасности и др.) предприниматель исполняет из-за боязни штрафных санкций или уголовного наказания (хотя некоторых «предпринимателей» и это не останавливает). Совсем другое дело, когда исполнение этих юридических обязательств предпринимателем базируется на моральных основаниях (честь, совесть, долг, справедливость и т.п.), т.е. принимает форму нравственного императива, глубокого внутреннего морального убеждения.

Предприниматель должен руководствоваться и собственно моральными требованиями: уважать власть, партнеров, наемных работников; предоставлять правдивую информацию; вести честную конкуренцию; цивилизованно разрешать споры и конфликты; уважать чужую собственность; отвергать принцип «цель оправдывает средства»; относиться с доверием к партнерам по бизнесу, клиентам, своим работникам; быть социально ответственным. Хотя нарушение отмеченных требований и не влечет за собой гражданско-правовую и уголовную ответственность, но их соблюдение покоится на нравственных качествах предпринимателя как человека (честь, совесть, достоинство, долг, чувство справедливости, скромность, порядочность, сострадательность, доброжелательность и др.).

Только наличие отмеченных профессиональных, морально-деловых качеств, соблюдение юридических и этических норм в бизнесе дает право предпринимателю называться цивилизованным, социально ответственным и обеспечивает ему безупречную деловую и моральную репутацию. Последняя является бесценным капиталом, инвестицией в будущее. Любой предприниматель должен понимать, что иметь безупречную репутацию просто выгодно. Таким моральным требованиям удовлетворяет, конечно, далеко не каждый предприниматель. Но такие нормы должны быть приняты в предпринимательском сообществе как нравственный эталон, к которому нужно стремиться, идеал, который должен становиться нормой для все большего количества предпринимателей.

Однако наряду с отмеченной моральной мотивацией предпринимательской деятельности есть еще более глубокая мотивация – мотивация высшего морального

порядка. Дело в том, что внешне поведение предпринимателя, его отношение к другим людям может быть юридически и нравственно безупречным, а духовно быть порочным. Предприниматель может быть не только законопослушным, но и честным, порядочным, ответственным, обязательным, даже доброжелательным. Но при этом глубокой внутренней основой мотивации его поведения (во всех отношениях похвального в глазах людей) будет гордыня, самомнение, тщеславие, самолюбие, честолюбие, корыстолюбие и т.п. Иными словами, он может делать добрые дела из-за соображений тщеславия, ожидая, что его «доброделание» будет замечено и высоко оценено. Поэтому предприниматель «высшей пробы», обладая высокими моральными качествами в обычном смысле слова, будет руководствоваться такими высшими мотивами, как бескорыстие, любовь, жертвенность, альтруизм. Опору для такой высшей духовно-нравственной мотивации предприниматель может найти только в религиозно-нравственной сфере, в евангельских заповедях. Это «высший пилотаж» предпринимательства, к которому готовы и способны очень не многие.

Понимание значимости религиозного сознания в процессе осуществления экономической (в частности, предпринимательской) деятельности характерно для современной Православной Церкви. В 2004 г. на VIII Всемирном Русском Народном Соборе был принят «Свод нравственных принципов и правил ведения хозяйства» [1, с.46], предназначенный для руководителей предприятий и коммерческих структур, предпринимателей, работников, профсоюзов и других участников экономических процессов и описывающий идеальную модель хозяйствования, к реализации которой следует стремиться. Сформулированные нравственные принципы и правила основываются на десяти заповедях, данных Богом, а также на опыте их усвоения христианством и другими религиями, традиционно исповедуемыми в России и Беларуси, и свидетельствуют о возможности православной этики стать альтернативной основой предпринимательской этики, поскольку православные принципы не противоречат принципам цивилизованного предпринимательства.

Протестантская этика культивировала в предпринимательстве такие положительные моральные качества, как законопослушность, трудолюбие, честность, ответственность. Но она же оправдывала и дух наживы, стяжательство, горделивое самомнение «успешных» предпринимателей об их богоизбранности и жестокое отношение к бедным как якобы отверженным Богом. Православная христианская традиция, на которую опиралось отечественное предпринимательство, оправдывала этику служения, а не стяжания. Характерно, что одним из принципов хозяйствования, вытекающих из основ православного вероучения, был принцип нестрогой прибыльности рыночного обмена (отказ от требований жесткого, а порой жестокого торга с обязательным извлечением прибыли). Получение прибыли любой ценой не было свойственно славянскому менталитету. Доверие к партнеру, верность слову, даже в ущерб собственной выгоде, корректное отношение к конкурентам, благотворительность, помощь обездоленным – вот что было характерно для православных предпринимателей.

Поэтому не следует переносить принципы протестантской этики на восточнославянскую культурно-историческую почву. Рыночной должна быть экономика, но не общество. А сама рыночная экономика должна опираться на более гуманные, человеческие отношения. Предпринимательство в нашей стране должно развиваться на основе учета восточнославянского культурно-исторического субстрата, отечественных религиозных традиций и ценностей. При этом оно может быть

успешным не в смысле роскоши и несметных богатств, а в плане экономических основ достойной человека жизни. Успешность дореволюционного российского предпринимательства, базировавшегося не на протестантских, а на православных ценностях, – яркий тому пример.

Но для этого необходимо раскрыть богатый духовно-нравственный потенциал отечественных культурно-исторических и религиозных традиций и ценностей, актуализировать его в качестве духовно-мировоззренческой основы для построения в нашей стране цивилизованного, социально ответственного и патриотически настроенного предпринимательства.

В Беларуси, на наш взгляд, есть существенные недостатки предпринимательской среды в настоящее время. Моральной мотивации предпринимателей не уделяется должного внимания, т.е. сами предприниматели действуют скорее интуитивно в сфере бизнеса, чем осознанно. Это касается не решений, принимаемых при осуществлении деловых операций, а правил совершения бизнес-сделок, взаимоотношений сторон в ходе последних. Но и принятие этического кодекса ведения бизнеса в Беларуси не является единственным условием формирования цивилизованного предпринимательства, поскольку необходимо его духовно-нравственное обоснование, осмысление и принятие. На практике мы чаще видим, что этическое измерение деловой жизни определяется практическими (меркантильными) соображениями, т.е. преобладает конъюнктурный мотив, а не социальный и творческий. Если соблюдение правил кодекса полезно и выгодно для дела, то он активно реализуется. Если нет – этика остается пустой декларацией. Вот этого и следует избежать. Сегодня необходимо, чтобы социальная ответственность стала философией поведения и концепцией выстраивания предпринимателями своей деятельности, исполняя ряд общественных требований.

Список использованных источников

1. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании. Принято на итоговом пленарном заседании VIII Всемирного Русского Народного Собора // Предпринимательство. – 2004. – №1 (2). – С.46-60.