

## ЭТИКА БИЗНЕСА

Эдвин М. Эпштайн

### ЭТИКА БИЗНЕСА КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ (АНАЛИЗ АМЕРИКАНСКОГО ОПЫТА)\*

В статье рассматривается история становления и развития этики бизнеса как научной дисциплины в США. Подробно анализируются этапы углубления академического интереса к проблемам этики бизнеса в их взаимосвязи с этапами развития американского общества в целом. Прослеживается взаимосвязь развития научных дисциплин и соответственно учебных курсов «Бизнес и общество» и «Этика бизнеса». Основные тенденции современного развития проблемного поля этики бизнеса рассмотрены сквозь призму «морального содружества» как важнейшей предпосылки построения мирного и процветающего глобального сообщества.

**Предпосылки.** Этика бизнеса (Business Ethics) как научная дисциплина появилась в Соединенных Штатах сравнительно недавно, по самым смелым подсчетам, не более четырех десятилетий тому назад. Однако хронология писанных и неписанных правил, касающихся поведения оптовых и розничных торговцев, ремесленников, земледельцев и мореплавателей — всех персонажей, вовлеченных в деятельность, ныне определяемую как «бизнес», — уходит в глубь тысячелетий, к истокам документированной истории стран Востока и Запада. На Западе «Кодекс царя Хаммурапи» включал в себя многочисленные предписания, относящиеся к ведению экономической жизни, предписания, отражающие и формализующие нормы, господствовавшие в Вавилоне в VIII в. до н. э. Подробную информацию об этичном управлении предприятием в экономике содержит «Никомахова этика» Аристотеля, особенно ее пятая книга [Aristotle, 1962, р. 111–145].

\* В данной статье использованы материалы двух ранее опубликованных работ, посвященных развитию этики бизнеса как научной дисциплины в Соединенных Штатах Америки (см.: [Collins and Wartrick, 1995; DeGeorge, 1987]).

© Э. М. Эпштайн, 2002

© Ю. Е. Благов, перевод с англ., 2002

Все три монотеистические религии Запада наполнены учениями, касающимися этических аспектов экономической деятельности. В иудаизме это, прежде всего, галаха (дословно «дорога», «тропа» или «путь»), берущая свое начало в Древнееврейской Библии. Данное учение может быть представлено как своего рода «кодифицированная этика» или «легализованная мораль», изобилующая предписаниями, относящимися к «иудейскому экономическому человеку». «В час, когда человек предстает перед судом небесным для последнего приговора, спрашивают его: Честно ли вел ты дела свои?» — гласит, например, Вавилонский Талмуд [Freedman, 1938, р. 142]. Благодаря современным авторам, таким, как Меир Тамари (Meir Tamari) и Мозес Пава (Moses Pava), широкий круг читателей не только открыл для себя богатство иудейских источников в сфере этики бизнеса, но осознал уместность их использования и в сегодняшней жизни (см., напр.: [Tamari, 1987; Pava, 1997]).

Христианство во всех своих формах внесло значительный вклад в наше понимание этичной экономики. Евангельские тексты, учения отцов церкви и средневековых схоластов содержат детальные заповеди, касающиеся того образа действий, которого христиане должны придерживаться в деловой сфере. В своей недавно опубликованной статье Дэниел Врен (Daniel Wren) предложил рассматривать трактат *De Contractibus Mercatorium*, написанный монахом-доминиканцем Йоханнесом Нислером (Johannes Nisler) в середине XV в., в качестве первого труда в области этики бизнеса — «морального руководства для торговцев» [Wren, 2000]. Во времена же, к нам более близкие, папские энциклики, послания епископов и иные источники социальных учений католицизма зачастую обращались к таким ключевым проблемам современной экономической жизни, как роль труда, производство и распределение богатства в постиндустриальном обществе, моральная природа глобального экономического порядка.

Протестантские теологи заинтересовались этическими аспектами зарождающегося капитализма еще со времен начала реформации. Как показывает Макс Вебер (Max Weber) в своей классической работе «Протестантская этика и дух капитализма», протестантские богословы, чьи учения вдохновляли начала капитализма (что, кстати, спорно), были весьма озабочены парадоксальным воздействием капиталистического стяжательства на их религиозные и моральные устои [Weber, 1958, р. 175]. Протестантские теологи от Вальтера Раушенбаха (Walter Rauschenbusch) до Рейнгольда Нибура (Reinhold Niebuhr) и более поздних авторов постоянно критиковали своих современников, обращаясь к этическим проблемам, порожденным процветающим промышленным капитализмом (см.: [Rauschenbusch, 1968; Niebuhr, 1960]).

Шариат — свод законов ислама — осуждает рибу, необоснованную прибыль, которая преимущественно рассматривается как эквивалент рос-

товщического процента. Один из экспертов в данной области напоминает нам, что, говоря словами пророка, «самый правдивый и честный торговец стоит рядом с пророком, правдолюбцами и мучениками» [Bassiouni, 1993, р. 121]. Другой, в свою очередь, указывает, что «ислам разрешает любую торговлю, если она не подразумевает несправедливости, нечестности, неэтических действий, таких, как получение за чай-то счет чрезмерной прибыли либо поддержку чего-либо, запрещенного религией» [Ahmed, 1996, р. 9]. Подобно Древнееврейской Библии и христианским проповедям, Коран насыщен запретами, налагаемыми на нечестную экономическую деятельность.

**Пробуждение академического интереса.** Академический интерес, проявляемый в США к этике организаций в бизнесе и их лидеров, может быть прослежен с конца XIX в., когда индустриальная американская экономика начала принимать свою современную корпоративную форму. Акцент в этот ранний период делался не столько на том, что сегодня может быть названо индивидуальной, или персональной, этикой бизнеса, сколько на том, что позднее стало известным как социальная ответственность предприятий в бизнесе. Иными словами, был поставлен вопрос о задачах и обязательствах как отдельных фирм, так и более широко трактуемого бизнес-сообщества, выходящих за рамки максимизации дохода акционеров.

В первом томе *American Journal of Sociology*, опубликованном в 1895 г., Альбион Смолл (Albion W. Small) — одна из ведущих фигур ранней американской социологии, бросил символический вызов «Эпохе предпринимательства», отметив, что «не только государственные учреждения, но и частный бизнес находятся в доверительном владении общества» [Small, 1895, р. 282]. Мало кто из его современников, особенно среди бизнесменов, был готов согласиться со столь всеобъемлющей и спорной трактовкой ответственности бизнеса. Те, кто был воспитан в атмосфере капитализма свободной конкуренции — причудливой смеси классической экономической теории, неокальвинизма, социального дарванизма, политической философии Локка и немалой доли антиэтатизма, — не могли воспринять новые отношения между бизнесом и обществом. Тем не менее работа Смолла отразила глубокую озабоченность интеллектуалов, да и общества в целом, по поводу появления крупного промышленного предприятия — своего рода «мегакорпорации». Эта озабоченность обусловливалаась как боязнью стремительно распространяющегося экономического, политического и социального влияния подобных гигантских организаций, так и потребностью сделать эти организации подотчетными обществу.

Интересно, что именно в рассматриваемый период были созданы первые американские школы бизнеса. Коммерческий колледж Калифорнийского университета в г. Беркли — предшественник современной Школы бизнеса им. Хааса — был основан в 1898 г. Лишь несколькими годами

раньше Пенсильванский университет учредил ныне всемирно почитаемую Уортонскую школу. Важно отметить, что среди учебных курсов, перечисленных в самом первом анонсе Коммерческого колледжа в г. Беркли, числился курс «Философские науки: история и принципы коммерческой этики» [University... 1898, p. 1]. Ныне неясно, был ли этот курс в действительности предложен студентам и каково было его содержание. Тем не менее весьма существенно, что связь этики с «научными исследованиями в области коммерции» была отмечена с самого начала проникновения университетов в новую для себя область — область бизнес-образования.

Вскоре после окончания Первой мировой войны Калифорнийский университет в г. Беркли получил пожертвование от владельца одного из крупных универсальных магазинов, направленное на материальную поддержку чтения лекций по моральным аспектам торговли. Лекции должны были быть подготовлены «учеными и деловыми людьми, связанными с различными аспектами морального закона, относящимися к деловой жизни в условиях нового экономического порядка» (см.: [Filene, 1935]). Как правило, эти лекции концентрировались на проблемах метаэтики, касающихся роли бизнеса в обществе и его социальной ответственности.

Строго говоря, лекции, читаемые в г. Беркли, не были единственным источником образования в области этики бизнеса в межвоенный период. Время от времени появлялись книги, посвященные данному предмету. В их ряду весьма интересной представляется работа Эдгара Хеерманса (Edgar L. Heermance) «Этика бизнеса: изучение современных стандартов», изданная в 1926 г. [Heermance, 1926]. Данная работа была посвящена и ныне весьма актуальной теме — этическим кодексам в бизнесе как средству продвижения более этичного делового поведения.

Глубокое воздействие на последующее развитие теории в области социальной политики корпораций оказала работа Адольфа Берли (Adolf A. Berle, Jr.) и Гардинера Минза (Gardiner C. Means) «Современная корпорация и частная собственность» [Berle, Means, 1932], не относящаяся непосредственно к области этики бизнеса. Берли и Минз документально подтвердили отделение собственности (акционеров) от контроля (менеджмента) в современной крупной корпорации и сформулировали вопрос о том, кто ответствен за деятельность корпорации и лидерство в ней, а также на каких правовых и общественных нормах эта ответственность основывается. Как мы увидим в дальнейшем, этот вопрос остается без ответа до настоящего времени и лежит в основе многих текущих дискуссий, касающихся социально-ориентированной деятельности корпораций и этических обязательств менеджмента перед различными заинтересованными сторонами, — обязательств, обусловливаемых политикой и практикой корпораций, а также проходящими в ней процессами.

На проходившей в 1948 г. ежегодной конференции Ассоциации выпускников Гарвардской школы бизнеса, посвященной теме «Ответственность в управлении бизнесом», представительная группа ведущих руководителей корпораций и государственных учреждений сделала попытку определить «ответственность бизнесмена перед каждой из многочисленных групп, подверженных влиянию его деятельности». К этим группам (заинтересованным сторонам) были отнесены «население как таковое, наемные работники, правительство, потребители, акционеры, а также весь мир за пределами национальных границ» [The Responsibilities... 1949, p. v]. В предисловии издателя, открывающем сборник материалов конференции, весьма точно подмечены некоторые мотивы, обусловившие столь расширенную концепцию ответственности бизнеса. «Было время, когда единственной ответственностью бизнесмена считали (в некоторых случаях так считали все) получение прибыли. Эта ответственность была преимущественно личной ответственностью бизнесмена либо ответственностью небольшой группы лиц, ассоциированных с ним. Таким образом, как бизнес, так и бизнесмен могли существовать сами для себя. Подобное представление, однако, давно себя исчерпало. На смену ему пришло другое — гораздо более подходящее для сложного и многообещающего мира 1948 г. Новая концепция заключается, конечно же, в том, что ответственность бизнесменов простирается далеко за пределы их самих и их ближайших компаний. Руководители бизнеса фактически существуют не для самих себя, а для других, для тех многочисленных групп, на которых их решения и поступки оказывают какое-либо воздействие... Проблема, стоящая перед людьми, управляющими бизнесом, весьма проста: или бизнесмены берут на себя соответствующую ответственность, либо эта ответственность перейдет к какой-нибудь другой группе, а бизнесмены и свободное предпринимательство попросту сойдут со сцены» [The Responsibilities... 1949, p. vi].

Несмотря на то, что негативное послание «быть ответственным, а иначе...» является скорее предостерегающим, чем позитивно сфокусированным на достоинствах ответственного бизнеса, автор весьма дальновидно предвосхитил ожидания, связанные с поведением в бизнесе. Подобным ожиданиям позднее были посвящены многократно разгоравшиеся дискуссии о природе и границах социальной ответственности корпораций, а также о направлениях развития этичности поведения в бизнесе. Более того, эти ожидания были во многом материализованы в правовых нормах второй половины XX в. Подходящими примерами могут служить существенно повышенные правовые и этические стандарты, касающиеся защиты окружающей среды, условий труда и безопасности рабочих мест в промышленности, политики занятости в отношении женщин, расовых и этнических меньшинств, инвалидов и т. д.

**«Этика в бизнесе»: 1950-е годы.** Несмотря на указанные события, на протяжении большей части 1950-х годов не прослеживалось сколь-либо существенного интереса к этике бизнеса и корпоративной ответственности ни в деловых кругах, ни среди преподавателей управленческих дисциплин. Появилось, правда, несколько работ, авторы которых пытались обратиться к запутанным проблемам социальной роли фирмы. Важнейшими из них были книги Адольфа Берли «Капиталистическая революция XX века» [Berle, 1954] и «Власть без собственности: новое направление в американской политической экономии» [Berle, 1959], работы Говарда Боуена (Howard R. Bowen) «Социальная ответственность бизнесмена» [Bowen, 1953], Френсиса Сэттона (Francis X. Sutton) с соавторами «Кредо американского бизнеса» [Sutton, Harris, Kaysen, Tobin, 1962], а также работа «Корпорация в современном обществе», вышедшая под редакцией Эдварда Мэсона (Edward S. Mason) [The Corporation... 1959]. Вышла даже работа, посвященная исключительно этике бизнеса — «Этика в обществе бизнеса», написанная Маркусом Чилдсом (Marques W. Childs) и Дугласом Катером (Douglas Cater) [Childs, Cater, 1954]. Тем не менее 1950-е годы в США были периодом своеобразного застоя, в котором наслаждение эрой «мира и процветания», ассоциируемой с президентством Д. Эйзенхауэра, занимало внимание большинства американцев в гораздо большей степени, чем раздражающая забота об этике бизнеса и социальной ответственности корпораций. Исключение составляли лишь некоторые интеллектуалы и общественные деятели, обеспокоенные появляющимися социальными, экономическими и политическими проблемами, преимущественно игнорируемыми в тот период руководителями страны. Что же касается собственно этики бизнеса, то Ричард Деджордж (Richard T. DeGeorge) — выдающийся специалист в рассматриваемой области — охарактеризовал эпоху, предшествующую 1960-м, как стадию «этики в бизнесе». Он отмечал, что «основная активность в течение этого долгого и неопределенного периода была преимущественно теологической и религиозной» [DeGeorge, 1987, р. 201]. Эта активность исходила из папских социальных энцикликов, касающихся прав наемных рабочих и справедливой заработной платы, а также из произведений влиятельных протестантских теологов, таких, как Рейнгольд Ниебур. Деджордж, однако, обращает внимание, что в течение периода «этики в бизнесе» интерес к этике распространился как на бизнес, так и на другие сферы жизни и, безусловно, очертил специфическое проблемное поле.

Хотя 1950-е годы обычно рассматриваются как декада «торжествующего бизнеса», в которой Америка стремилась преодолеть травму военных лет и предшествующей им Великой депрессии 1930-х годов, беспокойство по поводу системы ценностей «общества корпораций» начало проявляться именно в этот период. Такие работы, как книги Райта Миллза

(C. Wright Mills) «Белый воротничок» [Mills, 1956], Уильяма Уайта (William Whyte) «Организационный человек» [Whyte, 1956], Дэвида Ризмана (David Riesman) с соавторами «Однокая толпа» [Riesman, Denney, Glazer, 1950], Слоуна Уильсона (Sloan Wilson) «Человек в сером фланелевом костюме» [Wilson, 1955], равно как футуристическое произведение Джорджа Оруэлла (George Orwell) «1984» [Orwell, 1949] и роман Артура Миллера (Arthur Miller) «Смерть коммивояжера» [Miller, 1949], поставили трудные вопросы о морали в бизнес-культуре, которая все больше противопоставляла человека организации. В целом, однако, в течение рассматриваемого периода вышло весьма незначительное количество книг, которые могут быть непосредственно отнесены к сфере этики бизнеса, да и то с большой натяжкой. Среди них особо заметны уже упомянутая работа Чилдса и Катера, а также книга Бенджамина Селекмана (Benjamin M. Selekman) «Моральная философия менеджмента» [Selekman, 1959].

**Переходные 1960-е годы.** Изменения, однако, были неизбежны. С началом 1960-х годов множество факторов усилило интерес деловых, академических и общественных кругов к широкой проблемной области, получившей известность как «бизнес и общество» (Business and Society). К этим факторам можно отнести:

- ◆ обеспокоенность по поводу эффективности рыночной конкуренции, ведущей к быстрому росту все более крупных компаний в результате слияний и поглощений;
- ◆ движение за гражданские права 1960-х годов, которое глубоко изменило ожидания и социальные роли как цветных, так и белых американцев (особенно женщин);
- ◆ холодная война и космическая гонка, приведшие к беспрецедентному (за исключением военного времени) сращиванию государства с бизнесом и порожденная этим тревога по поводу явления, определенного президентом Дуайтом Эйзенхауэром в его прощальном послании как «военно-промышленный комплекс»;
- ◆ идеалистические настроения среди молодежи, порожденные эрой Кеннеди и Джонсона, зовущей американцев к достижению «новых рубежей» и построению «Великого общества». Обобщая, можно сказать, что «контркультура эпохи Водолея» подвергла сомнению всю систему норм и ценностей дремлющих 1950-х;
- ◆ разительные изменения в средствах массовой информации, транспорте и технологиях связи, сделавшие человеческое сообщество более взаимоувязанным, образованным и сложным.

Внимательно взглянув на развитие управленческого образования в США конца 1950-х — начала 1960-х годов, мы и здесь можем выделить несколько ключевых факторов, в конечном счете положивших начало возрастающему

значению вопросов этики и социальной политики корпораций в учебных планах. В течение десятилетия, последовавшего за окончанием Второй мировой войны, в данной образовательной сфере произошел настоящий взрыв, особенно на уровне подготовки магистров, а к концу 1950-х годов — и на уровне аспирантских программ. Два американских благотворительных фонда (Форда и Карнеги) оказали финансовую поддержку проведению крупных исследований в области высшего бизнес-образования в США. Как результат, в 1959 г. были опубликованы работы Роберта Гордона (Robert A. Gordon) и Джеймса Хауэлла (James E. Howell) «Высшее образование для бизнеса» [Gordon, Howell, 1959] и Френсиса Пирсона (Francis C. Pierson) «Образование американских бизнесменов» [Pierson, 1959]. В обоих отчетах подчеркивалось, что будущие «профессионалы» в сфере бизнеса должны быть информированы о природе «нерыночной» или «внешней» среды, о ее воздействии на их управленческие функции и ответственность. Как отмечали Гордон и Хауэлл, «возрастающая сложность внешней среды фирм постоянно добавляла новые управленческие задачи... Социальная ответственность бизнесменов ныне является большей и более сложной, чем ранее. Менеджер в бизнесе, особенно в относительно крупных фирмах, обладает огромной властью приносить добро или наносить ущерб, и общественное мнение требует, чтобы эта власть была использована ответственно, даже если цели, которые должны быть достигнуты, не всегда ясно различимы или определены лишь в целом... Для решения этой задачи требуются люди с широкими знаниями и чутким восприятием, с хорошо развитыми философией и системой этических ценностей, а также с полной готовностью принять на себя ответственность, связанную с обладанием властью» [Gordon, Howell, p. 15–16].

В качестве неотъемлемой части современного бизнес-образования как на преддипломном, так и на магистерском уровнях Гордон и Хауэлл предлагали чтение курсов, вырабатывающих «широку взглядов, чувство исторической перспективы и гибкость мышления», дающих «точную и комплексную оценку» взаимодействию между бизнесом и его средой, а также той роли, которую бизнес играет и может играть в постоянно изменяющемся обществе. Важность понимания особенностей взаимодействия бизнеса и общества для высокообразованного бизнесмена отмечалась также и в отчете Пирсона. Интересно отметить, что ни в одном из отчетов не было прямого упоминания «Этики» или «Этики бизнеса» как предметов, включаемых в учебные планы подготовки менеджеров. Это событие, как мы увидим, должно было дождаться прихода следующего десятилетия.

К концу 1950-х годов ряд ведущих школ бизнеса США, включая школы Гарвардского, Колумбийского, Калифорнийского (г. Беркли), Корнельского, Карнеги-Меллон и Северо-Западного университетов начали предлагать обязательные курсы по предмету, трактуемому как «Бизнес и общество».

Несмотря на то, что количество подобных курсов было невелико, а число заинтересованных школ весьма ограничено, было положено начало включению анализа нерыночной среды бизнеса (социальной, политической и этической) в образовательную проблематику менеджмента. Практически все школы уже предлагали к тому времени курсы «Делового права», но Гордон и Хаузл предложили сменить существующий «технический» подход на более широкое исследование «правовых основ бизнеса».

Своего рода переломным периодом в становлении управленческого образования в сферах этики бизнеса и социальной политики корпораций стали 1960-е годы. Некоторые из ранее отмеченных факторов непосредственно трансформировались в возрастающие общественные ожидания, связанные с деятельностью бизнеса. Работ, непосредственно посвященных этике бизнеса, выходило, впрочем, по-прежнему немного. Среди них стоит отметить опубликованную в 1961 г. статью Реймонда Баумхарта (Raymond C. Baumhart) «Насколько этичны бизнесмены?» [Baumhart, 1961] и им же написанную книгу «Этика в бизнесе» [Baumhart, 1968]. В тот же период, однако, начали разгораться активные дискуссии о социальной ответственности корпораций и их лидеров. В этих дискуссиях были подняты острые вопросы, относящиеся к ответственности бизнеса перед природной средой, потребителями, группами, подвергшимися дискриминации или терпевшими иные виды ущерба; вопросы, касающиеся здоровья и безопасности работников и местных сообществ, упадка городов, государственной системы образования, а также состояния общества в целом. Такие работы, как книги Ричарда Иллса (Richard Eells) и Кларенса Уолтона (Clarence C. Walton) «Концептуальные основы бизнеса» [Eells, Walton, 1961], «Корпорация в современном обществе», вышедшая под редакцией Эдварда Мейсона (Edward S. Mason) [The Corporation... 1959], и «Основы бизнеса», вышедшая под редакцией Эрла Чайта (Earl F. Cheit) [The business... 1964], формулировали и исследовали проблемы власти корпораций, их легитимности и ответственности, природы частной собственности и отношений бизнеса с государством в смешанной экономике.

Строго говоря, многие из указанных вопросов не отличались новизной. Тем не менее в рассматриваемый период они ставились уже не только социальными активистами и отдельными интеллектуалами, но и должностными лицами и широкими общественными кругами. Лидеры бизнеса были обязаны реагировать на эти вопросы с быстротой и энергией, редко встречавшимися прежде. Принципиальным отличием большей части 1960-х годов стало то, что Федеральное правительство и правительства отдельных штатов более не могли препятствовать принятию законов, так или иначе претворяющих ожидания общества по поводу ответственности бизнеса. Это было время большого оптимизма и позитивных социальных изменений,

характеризующихся становлением новых взаимоотношений бизнеса и других составляющих общественной системы.

**«Бизнес и общество» в 1970-е годы.** 1970-е годы стали декадой, в которую проблемная область, охватывающая отношения бизнеса и общества, поистине достигла своего совершенолетия в качестве научной дисциплины, а этика бизнеса начала превращаться в значимый объект исследований. Для оценки данного развития можно использовать различные критерии. Профессор Токийского университета (Мейдзи) Мицуо Накамура (Mizuho Nakamura), работавший в США в начале 1990-х годов, проводя обзор литературы, подсчитал, что в период 1950–1960-х годов в США были опубликованы лишь восемнадцать книг, связанных с проблематикой курсов «Этики бизнеса», «Бизнеса и общества», а также «Социальной ответственности корпораций». Только в 1970-е годы таких книг вышло уже пятьдесят. Этот существенный прогресс засвидетельствован профессором Накамурой в ряде статей, опубликованных в Бюллетене факультета коммерции университета Мейдзи в 1994–1995 гг. (см., напр.: [Nakamura, 1994a; Nakamura, 1994b]).

В начале 1970-х годов несколько ведущих университетов США, включая Калифорнийский (Беркли), Колумбийский, Питтсбургский и Вашингтонский, открыли авторские программы курсов «Бизнес и общество» аспирантского уровня. Соответственно впервые были опубликованы учебники и монографии, призванные поддержать и оформить новую проблемную область. Более того, несколько издательств выступили с инициативами публикаций целых серий книг по этой проблематике. Начали выходить новые журналы, в том числе *Business and Society Review*, появилась важная серия монографий, посвященных социальной деятельности и социальной политике корпораций. Научные журналы, такие, как *The Academy of Management Review*, *Business Horizons*, *California Management Review* и *Harvard Business Review*, стали часто печатать статьи, связанные с проблемами взаимоотношений бизнеса и общества. Университеты по всей территории Соединенных Штатов вводили курсы «Бизнес и общество» в свои бакалаврские программы и программы МВА, а число преподавателей, читающих такие курсы и проводящих соответствующие исследования, быстро возрастало. Где-то к середине десятилетия большая часть американских школ бизнеса ввела обязательные курсы по рассматриваемой проблематике, чему в немалой степени способствовали аккредитационные требования, объявленные Американской Ассамблей университетских школ бизнеса (American Assembly of Collegiate Schools of Business — AACSB). В 1976 г. AACSB указала на необходимость обязательного включения в учебные планы школ бизнеса не менее одного года подготовки в области «экономической и правовой среды, относящейся к прибыльным и/или неприбыльным организациям, а также

соображений этического порядка, общественных и политических сил, воздействующих на такие организации» [American... 1995, IV b].

В 1971 г. в Академии менеджмента было создано Отделение социальных проблем менеджмента, поддерживающее постоянную связь с учеными, работающими в данной области. Благотворительный фонд компании «Дженерал Электрик» (General Electric) совместно с AACSB стимулировал развитие рассматриваемой проблематики, спонсируя проведение летних семинаров для преподавателей.

Как свидетельствует ДеДжордж, 1970-е годы демонстрировали также становление этики бизнеса как специфической научной дисциплины. Действительно, в течение рассматриваемого десятилетия ряд весьма уважаемых философов и теологов, включая Нормана Боуи (Norman Bowie), Геральда Кавана (Gerald Cavanagh), самого Ричарда ДеДжорджа (Richard DeGeorge), Томаса Дональдсона (Thomas Donaldson), Чарльза Маккоя (Charles McCoy), Роберта Соломона (Robert Solomon) и Патрицию Верхейн (Patricia Werhane), переключили свое внимание на этику бизнеса и начали развивать плодотворное сотрудничество со своими коллегами из школ бизнеса. Была учреждена Ассоциация этики бизнеса (Society for Business Ethics). Развивался плодотворный обмен идеями между американскими и европейскими специалистами как в уже традиционно трактуемой области отношений бизнеса и общества, так и по проблемам этики бизнеса как таковой. По сути, впервые стало формироваться международное сообщество ученых, интересующихся этикой бизнеса. Хотя характеристики этой «сдвоенной» области исследований оставались весьма подвижными и вызывали постоянный скептицизм среди коллег, работающих в традиционных бизнес-дисциплинах, проблематика отношений бизнеса и общества продолжала институализироваться. Как отмечал в этой связи ДеДжордж, этика бизнеса «перестала провоцировать шутки, представляющие ее оксюмороном\* ... Тем не менее продолжались дискуссии по поводу отнесения этики бизнеса к мимолетному увлечению или к самостоятельной области знаний» [DeGeorge, 1987, p.203].

**1980-е годы: этика бизнеса достигает совершеннолетия.** В течение 1980-х годов этика бизнеса утвердилась как научная дисциплина. В этой связи полезно еще раз обратиться к обзору литературы, проведенному профессором Накамурой. Если в течение 1970-х годов лишь 10 из 50 книг, опубликованных в рамках широко трактуемой области отношений бизнеса и общества, были конкретно посвящены этике бизнеса, то в течение 1980-х

---

\* Оксюморон — стилистический оборот, в котором сочетаются семантически контрастные слова, создающие неожиданное смысловое единство, например «живой труп» (прим. перев.).

годов баланс существенно изменился: 37 из 59 книг, опубликованных в этот период и посвященных социальным проблемам бизнеса, были ориентированы на этическую проблематику. Такая же тенденция сохранилась и в начале 1990-х годов. По данным профессора Накамуры, этическим аспектам бизнеса были посвящены 21 из 28 книг, изданных в 1990–1992 годах (см.: [Nakamura, 1994a; Nakamura, 1994b]).

Возросшему интересу к этике способствовало несколько факторов. Первым из них стало то, что действующие на территории Соединенных Штатов аккредитационные стандарты AACSB, начиная с 1980-х годов, уже однозначно трактовали «соображения этического порядка», наряду с «общественными и политическими силами», как часть «совокупности знаний», которой, как ожидалось, должны были овладеть студенты школ бизнеса. Вторым фактором, действовавшим в США, да и не только в них, стало осознание широкой общественностью серьезности эрозии этических устоев практически всех сфер жизни, причем бизнес (наряду с политикой) особо выделялся на фоне этой прискорбной тенденции. Заголовок статьи, вынесенной на обложку журнала «Тайм» 25 мая 1987 г., вопрошал — «Что же случилось с этикой?» [What... 1987, May 25], а в самой статье отмечалось, что «оскорбленная скандалами и притворством Америка ищет моральные опоры». Действительно, коллапс ведущих финансовых институтов, разоблачения манипуляций с ценными бумагами и незаконного использования инсайдерской информации со стороны ведущих инвестиционных компаний США и крупнейших финансистов; преднамеренное завышение расходов по государственным заказам подрядчиками в оборонной промышленности; продажа за рубеж опасных для жизни продуктов, запрещенных к реализации в Соединенных Штатах; раскрытие вопиющих нарушений корпорациями экологических стандартов защиты здоровья и безопасности; полемика, окружающая операции и инвестиции американских фирм в Южной Африке времен апартеида; рост числа закрываемых и перемещаемых заводов вместе с сопутствующей этому безработицей в экономически депрессивных частях страны; данные о взятках и сомнительных операциях, практикуемых корпорациями за рубежом, — все это усиливало беспокойство по поводу этических стандартов американского бизнеса. Книги и фильмы этого периода еще более раздували пламя общественной озабоченности. Заслуживает внимания, что к тому времени этика бизнеса как область знаний достигла своей зрелости в Европе, начала складываться в Японии, а граждане многих других государств начали в большей степени осознавать этическую проблематичность действий бизнеса и проявлять соответствующее беспокойство.

Критика бизнеса с этических позиций развернулась по трем направлениям: этические стандарты и мораль отдельных индивидуумов, занимаю-

щихся бизнесом; этичное управление организациями в бизнесе; а также мораль корпоративной культуры Запада (включая Японию) и цивилизации, основанной на бизнесе, в целом. Этика определено признавалась как предметом, затрагивающим индивидуума, фирму и общество, так и ключевым элементом организационной стратегии [Freeman, Gilbert, 1988]. В результате расширяющейся критики в рамках бизнес-сообщества в Соединенных Штатах значительно возросла потребность (часто стимулируемая, впрочем, требованиями Федерального правительства) в разработке и принятии кодексов поведения компаний, инициировании этических тренингов, назначении в компаниях специальных инспекторов по этике, а также учреждении комитетов по этике на уровне высшего менеджмента или Совета директоров. В 1988 г. Круглый стол бизнеса, представленный топ-менеджерами ведущих корпораций, подготовил отчет «Корпоративная этика: важнейший актив бизнеса» [Business... 1988]. Этот отчет подробно описал программы этического развития 10 крупнейших корпораций США. Круглый стол предпринял столь специфические усилия, поскольку «вопрос этики ведения бизнеса превратился в одну из наиболее насущных проблем, с которой пришлось в наше время столкнуться корпоративному сообществу» [Business... 1988, р. 4]. Корporации и индивидуальные спонсоры финансировали ставки профессоров в области этики бизнеса, учреждали ценные исследовательские центры в ведущих американских университетах. Впрочем, строго говоря, после нескольких лет подчеркнутого внимания к проблемам этики бизнеса, достигшего своей высшей точки в конце 1980-х годов, ситуация стала более спокойной. Интенсивная конкуренция на внутреннем и международном рынках, давление которой испытывали многие американские компании, равно как и общее ухудшение экономической ситуации в Соединенных Штатах начала 1990-х годов, способствовали развитию менталитета выживания, связанного в своей основе лишь с наиболее злободневными экономическими интересами.

Период этот, впрочем, минул, и к середине десятилетия как фирмы, так и их руководители столкнулись с необходимостью учета этических аспектов реструктуризации компаний, а также проблем лояльности, доверия и секретности, связанных с управлением персоналом. Не менее важными в этот период стали для них вопросы конфиденциальности работников и потребителей, порождаемые информационными технологиями, посягающими на права личности. Все более острый характер принимали конфликты, связанные с практикой компенсации услуг высших менеджеров, политикой распределения прибыли корпораций, необходимостью защиты работников от сексуальных домогательств. Требовали своего решения проблемы следования духу и букве равных стандартов при реализации работниками своих возможностей, проблемы применения сомнительных маркетинг-

говых инструментов на потребительском рынке, особенно направленных на привлечение несовершеннолетних и представителей этнических меньшинств к сигаретам, пиву, дорогому спортивному инвентарю и другим товарам такого рода, а также этические проблемы производства и потребления, порождаемые передовыми биотехнологиями. Заслуживает внимания тот факт, что большинство из вышеуказанных проблем носили преимущественно «внутренний» характер, будучи связаны с основными заинтересованными сторонами предприятия в бизнесе — наемными работниками, потребителями и акционерами.

Что же касается академических кругов, то в конце 1980-х и в течение 1990-х годов шел быстрый рост числа научных организаций, конференций и журналов, посвященных преимущественно вопросам этики бизнеса. Такие организации, как Международное общество бизнеса, экономики и этики (International Society of Business, Economics and Ethics), Европейская ассоциация этики бизнеса (European Business Ethics Network), Общество этики бизнеса (Society for Business Ethics), финансировали проведение международных конференций, на которых этике бизнеса уделялось основное внимание. Международное сообщество ученых, работающих в области этики бизнеса, которое включало в себя преимущественно философов, преподавателей менеджмента, правоведов и теологов, распространилось на академические круги (и иногда на практиков бизнеса) Северной и Латинской Америки, Азии, Западной Европы и даже стран бывшего советского блока. Анализ заинтересованных сторон, теория агентских отношений и концепции социального контракта, «этика добродетелей», корпоративная ответственность, социальная деятельность и социальная политика корпораций, а также этика международного бизнеса стали основными темами, развивающимися в этот период.

**Середина 1990-х годов и вступление в новое тысячелетие.** В последнее десятилетие XX в. проблемное поле этики бизнеса характеризовалось четырьмя основными изменениями:

- ◆ ярко выраженной глобальной ориентацией;
- ◆ интересом к этическим учениям, следующим различным религиозным традициям;
- ◆ акцентом на разработку аналитических подходов и концептуальных моделей, направленных на исследование как текущих этических проблем, порождаемых политикой и практикой бизнеса, так и множества этических вопросов, встроенных в глобальную политическую экономию XXI века;
- ◆ исследованием обостряющихся этических проблем, возникающих с развитием сложных современных технологий в сферах информатики и бизнеса.

Рассмотрим кратко каждое из указанных изменений.

*Глобализация.* «Как же мал этот мир» — название этого весьма популярного в Диснейленде аттракциона выражает важную идею, не прошедшую мимо внимания ученых, работающих в области этики бизнеса. Было отмечено, что мы живем в «мире дальних встреч, но мгновенной связи» [Yergin, Stanislaw, 1998, р. 369]. Несмотря на демонстрации против экономической глобализации, организованные во время недавних форумов Всемирной Торговой Организации (ВТО) и министров стран «большой восьмерки», связанность национальных и региональных экономик в неразрывную и взаимообусловленную глобальную экономику является фактом сегодняшней жизни. Крупнейшие корпорации ведут свои операции транснационально, и от таких корпораций ждут следования общепринятым нормам и этическим стандартам, где бы они не действовали. Это ожидание создает для менеджеров настоящую головоломку, поскольку нормы и стандарты существенно различаются между странами и могут разительно конфликтовать с теми, которые приняты «дома». Проблема особенно остра в отношениях между ТНК северного полушария и развивающимися странами.

Исследователи этики бизнеса в течение последнего десятилетия осознали влияние глобализации и отреагировали на него несколькими путями. Литература в рассматриваемой области сфокусировалась на рассмотрении этических аспектов бизнеса с позиций отдельного менеджера, фирмы и «бизнес-системы». Примерами такого изменения могут служить книги Ричарда ДеДжорджа (Richard DeGeorge) [DeGeorge, 1993], Томаса Дональдсона (Thomas Donaldson) [Donaldson, 1989], Пракаша Сети (S. Prakash Sethi) и Оливера Уильямса (Oliver Williams) [Sethi and Williams, 2000], Стивена Вартрика и Донны Вуд [Wartrick, Wood, 1999]. Подход к разработке и описанию конкретных ситуаций в бизнесе также принял определенно международный характер — его неотъемлемой частью стал сравнительный анализ этических ожиданий и стандартов в различных обществах. Проблемы, касающиеся воздействия бизнеса на окружающую природную среду, взяточничества и коррупции, прав рабочих и отношения бизнеса к местным сообществам, представили для кейсов более чем обильный материал.

Эффект от интернационализации в области этики бизнеса проявился, впрочем, еще в двух взаимосвязанных направлениях. Начиная с 1990-х годов сложилось подлинно интернациональное научное сообщество, проводящее международные конференции по всему миру и все более вовлекаемое в совместные исследования. В результате этика бизнеса как научная дисциплина быстро теряет свой «местечковый», северо-американский характер, а материалы, кейсы и актуальные проблемы, продуцируемые весьма разнообразными культурами, все серьезнее корректируют основные тенденции развития научного сообщества. Еще одним проявлением ин-

тернационализации стало формирование исследовательских групп в Европе, Азии и Латинской Америке, объединяющих ученых конкретного региона для концентрации усилий на путях разрешения его специфических проблем.

*Религиозные традиции.* Вторым изменением, осознанным нами в последнее десятилетие, стал возрастающий интерес как ученых, так и практиков бизнеса к вкладу религиозной традиции в этику бизнеса. Хотя два последних десятилетия, прошедших с начала современного этапа развития этики бизнеса, ученые из религиозных институтов (как правило, католических) играли в нем ведущую роль, до последнего времени, как это ни парадоксально, влияние идей и материалов, почерпнутых из религиозных источников, было весьма незначительным. Хотя это и спорно, но на этапе становления, видимо, имело место беспокойство по поводу возможного ущерба от чрезмерного внимания к этике, основанной на религии. Считалось, что это внимание способно повредить как формированию, так и академической приемлемости молодой области знаний, отстаивающей свою легитимность. В последующие годы конференции ведущих организаций в области этики бизнеса, публикации ведущих деловых журналов стали все чаще обращаться к проблематике религиозно-аргументированной этики бизнеса (см., напр.: [Business Ethics Quarterly. 1997. Vol. 7. Issue 1; Journal of Business Ethics. 1993. N 12]). Представляется, что стимулирующую роль в возобновлении интереса к религиозным источникам, по крайней мере в Соединенных Штатах, сыграла публикация двух важнейших документов Католической церкви — Послания национальной конференции католических епископов США «Экономическая справедливость для всех: католическое социальное учение и американская экономика» в 1986 г., и Энциклики Папы Иоанна Павла II «Centesimus Annus» в 1991 г. (указанные документы см. в [Catholic Social Thought: The Documentary Heritage, 1992]). Оба этих документа, посвященные природе труда, достоинству работника, богатству и его распределению в современном обществе, стали частью стандартной программы по курсу «Этика бизнеса» не только в католических учебных заведениях, но и в светских колледжах и университетах как США, так и других стран. Иудейские учения, относящиеся к этике и экономике, стали составной частью общей тенденции развития научной мысли с публикацией работ уже упоминавшихся Меира Тамари и Мозеса Павы. И наконец, как следствие рассмотренной выше интернационализации в области этики бизнеса, перед традиционным западным сознанием начали открываться новые перспективы, связанные с буддизмом, конфуцианством и исламом.

Концепции этичности действий, основанные на религиозных учениях, предоставили в распоряжение исследователей полезные образцы оценки смысла и методов ведения бизнеса. В недавно опубликованной статье «Возв-

ращение религиозного пророчества в этику бизнеса» Мартин Калкинс (Martin Calkins, S. J.) приводит убедительный аргумент в поддержку важности вклада, привносимого религиозными учениями в этику бизнеса. Он отмечает, что религии предлагают особый подход к моральному суждению, отличающийся от философской этики двумя основными аспектами. «Во-первых, — пишет Калкинс, — религиозная этика не придает значения мотивам, волонтизму и автономии индивидуума, последствиям и правилам в той степени, в которой это делает современная философская этика... Религиозная этика предполагает, что вера действует в гармонии с людскими мотивами, черпаемыми из Священного писания или иных основополагающих источников в виде ясных заповедей и сюжетов, которые управляют деятельностью человека и ведут к определенным последствиям. Следовать идеалам любви и понимать других. Во-вторых, религиозная этика или поддерживает особый взгляд на мир, или умирает» [Calkins, 2000, p. 347].

*От этической теории к управленческим приложениям.* Третье изменение в современной этики бизнеса касается ее практической применимости. В условиях ускоренного созревания этики бизнеса как научной дисциплины в течение последнего десятилетия проявилось острое желание части ученых разработать более убедительные теории и концепции, которые могли бы привести к позитивным сдвигам в практике реального бизнеса. Я согласен с замечанием Ричарда Деджорджа, что «если претензии этики бизнеса на право быть областью знаний обоснованы, то вопрос о том, изменяла ли до сих пор проделанная в этой области работа практику бизнеса, является, отчасти, не имеющим смысла» [DeGeorge, 1987, p. 205]. В то же время я полагаю, что ключевым словом в этой фразе является «отчасти». Как и в любой сфере прикладной этики, своего рода «лакмусовой бумагой», определяющей пригодность аналитических конструкций и концептуальных подходов, разработанных за последние несколько лет, является их способность помочь менеджерам в решении реальных этических проблем, с которыми они сталкиваются в своей повседневной деятельности. Так, например, исследование «триумфа и трагедии» так называемых принципов Салливана, разработанных для управления операциями американских компаний в Южной Африке времен апартеида, проведенное Сети (Sethi) и Вильямсом (Williams) [Sethi, Williams, 2000], содержит важные выводы для транснациональных корпораций и содействует разработке международных этических кодексов.

Много работ посвящено вопросу, можно ли вообще научить этике бизнеса (см., напр.: [Piper et al., 1993]), а если да, то смогут ли приобретенные знания реально воплотиться в более этичном поведении на индивидуальном и организационном уровнях. Конечно, большинство специалистов в области этики бизнеса стремятся реально улучшить этический

климат в бизнесе и воздействовать на те способы, которыми менеджеры и организации выполняют свои функции путем преподавания, проведения исследовательских и консалтинговых работ. Все еще не ясно, однако, реализуется ли это стремление, а если да, то в какой степени. Тенденция распространения этических кодексов и проведения этических тренингов, проявившаяся в последнее время среди ведущих компаний, особенно в Северной Америке и Европе, дала серьезный толчок совместной работе теоретиков и практиков бизнеса. В Соединенных Штатах имели место случаи, когда университетские ученые оставляли академическую карьеру, становясь сотрудниками ведущих консалтинговых фирм, специализирующимися в области этики, или нанимаясь в крупные корпорации на должности этических инспекторов. Оставляя в стороне финансовые стимулы, мотивирующим фактором для индивидуумов, переживших подобное превращение, явилось желание «почувствовать разницу», стимулируя и способствуя внедрению этичного бизнеса. Параллельно с феноменом академического «пересечения» прослеживается рост профессионализма практиков, решающих вопросы этики бизнеса на уровне компаний. Характерно, что данный процесс обеспечивается через создание таких объединений, как Ассоциация инспекторов по этике (Ethics Officers Association), получающая серьезную поддержку со стороны Центра этики бизнеса Бентли Колледжа (Bently College). Я вполне разделяю мнение ДедЖорджа, что развитие тесных связей между академическими исследователями (и, я бы добавил, преподавателями — прим. автора) и практиками бизнеса крайне необходимо. «Если бы исследователи (и, добавим, преподаватели — прим. автора) могли продемонстрировать фирмам уместность и полезность изучения этики бизнеса, то они встретили бы более живой, нежели сегодня, отклик со стороны деловых кругов» [DeGeorge, 1987, р. 208].

Направление, потенциально полезное для проведения практически-ориентированных исследований, развивает проблемный подход к этике бизнеса. Этот подход, недавно намеченный Джорджесом Эндерли (Georges Enderle), характеризуется приоритетом практики перед теорией, интеллектуальной и практической кооперацией этики и экономики, ориентацией на проблему и действие, а также частичным консенсусом между этическими нормами и ценностями, берущими свое начало из разных источников [Enderle, 1996]. Действительно, проведение «актуальных», «полезных», «ориентированных на проблему и действие» исследований (равно как и соответствующие обучение) является важнейшей проблемой, стоящей перед учеными в области этики бизнеса. Поиски путей решения этой проблемы открывают перед ними, впрочем, широкие возможности. Примером творческой разработки концептуально оформленной и практически по-

лезной модели, позволяющей менеджерам успешнее решать сложные этические проблемы, может служить подход к этике бизнеса с позиций «общественного договора», предложенный Томасом Дональдсоном (Thomas Donaldson) и Томасом Данфи (Thomas Dunfee). Их концепция направлена на поиск специфических норм ведения бизнеса для конкретных групп заинтересованных сторон, затронутых действиями организации [Donaldson, Dunfee, 1999].

*Развитие технологий и этика бизнеса.* И наконец, революция, произошедшая в 1990-х годах в информатике и биологии, способствовала привлечению внимания ученых в области этики бизнеса к соответствующим сферам высоких технологий. Проблемы конфиденциальности и защищенности информации, порождаемые использованием компьютеров, генетический отбор и медицинский контроль стали главными причинами для беспокойства работников, потребителей, врачей и их пациентов, юристов и судей, а также общества в целом. Новые возможности поиска и сбора точной персональной информации с помощью изощренных компьютерных программ, доступ к которым получили бизнесмены и государственные чиновники, подрывают право граждан на неприкосновенность личной жизни. Наряду с воистину удивительными возможностями снижения риска заболеваний или медикаментозного лечения, предоставляемыми открытиями в биомедицине, встают вопросы об этических аспектах «генной инженерии» и риска возврата к «евгенике». Обеспокоенность международной общественности вызывает воздействие новых технологий, вторгающихся в окружающую среду, на состояние глобальной экологии. Ярким примером этому представляется глобальное потепление — результат способности человека к производству и использованию энергетических ресурсов во все возрастающих объемах. Недальновидность, проявляемая человечеством при внедрении всех новых технологий, не обходится даром для жителей планеты Земля.

С точки зрения этики бизнеса в сфере информационных технологий обостряются проблемы, касающиеся коммерциализации информации в целях, для которых она не была исходно предназначена. Так, например, медицинская информация используется как критерий пригодности при приеме человека на работу. Что же касается биотехнологий, то, как показывает продолжающаяся полемика вокруг стволовой клетки и достоинств клонирования, существуют проблемы, во многом затрагивающие терапевтическое использование стволовых клеток. Актуальным для бизнеса представляется также вопрос прибыльной реализации партий стволовых клеток, выращенных частными фирмами. Все эти примеры наводят на мысль о множестве проблем, порождаемых технологиями, — проблем, обильно поставляющих «зерно» на интеллектуальные «мельницы» ученых в области

этики бизнеса. Угроза здоровью работников, потребителей и простых граждан, порождаемая как старыми, так и новыми технологиями, является, к примеру, постоянно воспроизводимой.

Развитие вышеупомянутых технологий, как и научно-технический прогресс в целом, стимулировали создание новых организаций, таких, как Институт бизнеса, технологии и этики (Institute for Business, Technology and Ethics) (см. издаваемый институтом журнал Ethix). Кроме того, это развитие подтолкнуло традиционные группы, исследующие этику бизнеса, к расширению сферы их интересов в сторону этических аспектов использования данных технологий. Существенно активизировался интерес академических, деловых и популярных журналов к публикации материалов, посвященных киберэтике, компьютерной этике и, конечно, биоэтике.

В своей недавней книге Уильям Фредерик (William C. Frederick) напоминает нам, что технология — нейтральный феномен, как таковая она не является ни хорошей, ни плохой. Этические проблемы порождает те способы, которыми люди эти технологии используют. «Внутренний смысл и логика развития технологий, — утверждает Фредерик, — состоят в выборе способа, помогающего разрешить конфликты и противоречия между экономичностью, ростом производительности и экологичностью» [Frederick, 1995, р. 169]. В последующие годы этические проблемы, порождаемые как старыми, так и новыми технологиями, будут, по-видимому, претендовать на еще большее внимание ученых. Что же касается отдельных руководителей бизнеса и их организаций, то обращение к подобным проблемам потребует от них таких методов принятия управленческих решений, которые смогут объединить моральное воображение с практикой морального рассуждения. Весьма полезную концепцию морального воображения предложила Патриция Верхейн (Patricia H. Werhane). «Развитое моральное воображение, — пишет Верхейн, — предоставляет менеджерам способ освобождения от ограничений сиюминутности, от их роли, от господствующей концептуальной схемы. Моральное воображение дает им возможность оценить ситуацию, взвесить имеющиеся возможности и представить новые, принять решения, которые не встроены в локально-ограниченный контекст или не ограничены определенной точкой зрения» [Werhane, 1999, р. 13]. Однако Верхейн предупреждает, что моральное воображение должно быть соединено с практическим моральным рассуждением, начинающимся с рассмотрения конкретных специфических ситуаций, но принимающим во внимание и этическую теорию, причем не абстрактно. Она заключает, что «принятие управленческих решений должно соответственно быть контекстуальным и рациональным. Оно должно начинаться с особенного, но не останавливаться на нем, дабы избежать очевидных ошибок при вынесении суждения» [Werhane, 1999, р. 14].

**Заключение.** Этика бизнеса утвердила себя в Соединенных Штатах и как научная дисциплина, и как управлеченческая потребность. Хотя быстрый рост интереса, характеризовавший ее взросление в конце 1970-х и в течение 1980-х годов, пошел на убыль, устойчивый процесс институциализации этики бизнеса как в теории, так и в реальной экономике продолжается. Тем не менее посвятившие себя обоим направлением этики бизнеса не могут почивать на лаврах. Эндерли отмечает, что, несмотря на впечатляющее развитие в последние два десятилетия, «этика бизнеса все еще не кажется сложившейся академической дисциплиной» [Enderle, 1996, p. 42], особенно в Европе с ее устойчивыми интеллектуальными традициями. Впрочем, хотя и в меньшей степени, это характерно и для США. Вплоть до сегодняшнего дня курсы «Этики бизнеса» остаются «рискованным предприятием» для учебных планов по менеджменту во многих высших учебных заведениях.

В периоды таких экономических спадов, какие мы наблюдаем с приходом нового тысячелетия, в бизнесе неизбежно возникает соблазн минимизации издержек путем понижения статуса этических программ или их полной ликвидации (если для этого существует легальная возможность), а также путем следования тем бизнес-стратегиям, которые представляются менее затратными и иногда менее этичными. Кроме того, как в академической, так и в бизнес-среде существует насущная потребность увеличения числа соответствующим образом подготовленных специалистов, способных разрабатывать и применять новые аналитические подходы для решения актуальных проблем международного и национального уровня, свойственных нашему сложному глобальному сообществу. И в рамках фирм, и в сознании отдельных менеджеров необходима институционализация таких механизмов принятия решений, которые вносили бы вклад в развитие подлинно «этичных» политик, процессов и практик организаций. Указанная потребность связана с базовой посылкой Аристотеля (см.: [Aristotle, 1962]) о том, что подобно всем общественным институтам бизнес существует для реализации целей общества, а содействие «общему благу» или со общству (у Аристотеля — полису) является главным обоснованием для его продолжающегося существования. В конечном счете этика бизнеса может рассматриваться как «этика служения обществу», посредством которой отдельные бизнесмены, их организации да и вся расширяющаяся глобальная система бизнеса вносят вклад в то, что Филипп Селзник (Philip Selznick) назвал «моральным содружеством» [Selznick, 1992]. Это «моральное содружество», в свою очередь, может способствовать учреждению такого общественного порядка, который был бы разумен и цивилизован, служил бы условием развития мирного и процветающего глобального сообщества, способствующего триумфу гуманизма и в Соединенных Штатах, и во всем мире.

Сходная позиция была недавно сформулирована на одной из международных конференций выдающимся лидером современного японского бизнеса Ризабуро Каку (Ryuzaiburo Kaku), бывшим Председателем совета директоров корпорации Canon. Он говорил о философской концепции Киосей, исповедуемой корпорацией, — «совместная жизнь и труд на общее благо; совместная жизнь и труд всех людей, невзирая на расовые, религиозные или культурные различия; рост и развитие корпорации как вклад в глобальное процветание и благосостояние человечества» [Kaku, 1995; 1997].

Концепция Киосей выражает надежду на мировой порядок, который все мы — ученые и преподаватели, готовящие будущих лидеров делового мира, а также придерживающиеся моральных принципов бизнесмены сегодняшнего дня — должны поддержать и помочь воплотиться в жизнь нашими индивидуальными и коллективными усилиями в области этики бизнеса.

### Литература

- Ahmed B.* Religious Beliefs Direct Business Conduct // Ethics in Economics. Council for Ethics in Economics. Columbus, 1996. 1–3.
- American Assembly of Collegiate Schools of Business, Standards for Accreditation.* St. Louis, 1995.
- Aristotle.* Nicomachean Ethics. Book five. Englewood Cliffs, 1962.
- Bassiouni M. Ch.* Business Ethics in Islam // The Ethics of Business in a Global Economy / Ed. by P.M. Minus. Boston, 1993.
- Baumhart R.C.* How Ethical are Businessmen? // Harvard Business Review. 1961. July-August.
- Baumhart R.C.* Ethics in Business. New York, 1968.
- Berle A. A., Means G.* The Modern Corporation and Private Property. New York, 1932.
- Berle A. A.* The 20th Century Capitalist Revolution. New York, 1954.
- Berle A. A.* Power Without Property: A New Development in American Political Economy. New York, 1959.
- Bowen H. R.* Social Responsibilities of the Businessman. New York, 1953.
- Business Ethics Quarterly.* 1997. Vol. 7. Issue 1.
- Business Roundtable, Corporate Ethics: A Prime Business Asset.* New York, 1988.
- Calkins M.* Recovering Religion's Prophetic Voice for Business Ethics // Journal of Business Ethics. 2000. N 4.
- Catholic Social Thought: The Documentary Heritage* / Ed. by D. J.O'Brien and T. A. Shannon. Mary Knoll, 1992.
- Childs M. W., Cater D.* Ethics in a Business Society. New York, 1954.
- Collins D., Wartick S. L.* Business and Society/Business Ethics Courses // Business and Society. 1995. Vol. 34. N 1.
- DeGeorge R. T.* The Status of Business Ethics: Past and Future // Journal of Business Ethics. 1987. N 6.
- DeGeorge R. T.* Competing with Integrity in International Business. New York, 1993.
- Donaldson T.* The Ethics of International Business. New York, 1989.

- Donaldson T., Dunfee T.* Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics. Boston, 1999.
- Eells R., Walton C.* Conceptual Foundations of Business. Homewood, 1961.
- Enderle G.* Toward Business Ethics as an Academic Discipline // *Business Ethics Quarterly*. 1996. Vol.6. Issue 1.
- Ethix* (The Bulletin of the Institute for Business, Technology and Ethics). 1998. October -, monthly.
- Filene E. A.* Morals in Business. Berkeley, 1935.
- Frederick W. C.* Values, Nature, and Culture in the American Corporation. New York, 1995.
- Freedman H.* Sabbath. London, 1938.
- Freeman R. E., Gilbert D.R., Jr.* Corporate Strategy and the Search for Ethics. Englewood Cliffs, 1988.
- Gordon R. A., Howell J.E.* Higher Education for Business. New York, 1959.
- Heermance E. L.* The Ethics of Business: A Study of Current Standards. New York, 1926.
- Journal of Business Ethics*. 1993. N 11.
- Kaku R.* Kyosei—A Concept That Will Lead the 21st Century // A Paper Presented at Second International Conference, Council for Ethics in Economics. Columbus, 1995.
- Kaku R.* The Path of Kyosei // *Harvard Business Review*. 1997. July–August.
- Miller A.* Death of a Salesman. New York, 1949.
- Mills C. W.* White Collar. New York, 1956.
- Nakamura M.* Development of the Study of Business Ethics in the United States // *Bulletin of the Faculty of Commerce*, Meiji University. 1994a. Vol.76. N 1.
- Nakamura M.* Business and Society and Business Ethics // *Bulletin of the Faculty of Commerce*, Meiji University. 1994b. Vol.77. N 1.
- Niebuhr R.* Moral Man and Immoral Society: a Study in Ethics and Politics. New York, 1960.
- Orwell G.* 1984. New York, 1949.
- Pava M. L.* Business Ethics: A Jewish Perspective. New York, 1997.
- Pierson F. C.* The Education of American Businessmen. New York, 1959.
- Piper T. R., Gentile M. C., Parks S. D.* Can Ethics Be Taught? Boston, 1993.
- Rauschenbusch W.* The Righteousness of the Kingdom. New York, 1968.
- Riesman D., Denny R., Glazer N.* The Lonely Crowd. New Haven, 1950.
- Selekman B. M.*, A Moral Philosophy for Management. New York, 1959.
- Selznick Ph.* The Moral Commonwealth: Social Theory and the Promise of Community. Berkeley and Los Angeles, 1992.
- Sethi S. P., Williams O. F.* Economic Imperatives and Ethical Values in Global Business. Norwell, 2000.
- Small A.* Private Business is a Public Trust // *American Journal of Sociology*. 1895. N 1.
- Sutton F. X., Harris S.E., Kaysen C., Tobin J.* The American Business Creed. New York, 1962.
- Tamari M.* With All Your Possessions: Jewish Ethics and Economic Life. New York, 1987.
- The Business Establishment* / Ed. by E. F.Cheit. New York, 1964.
- The Corporation in Modern Society* / Ed. by E.S.Mason. Cambridge, 1959.
- The Responsibilities of Business Leadership* / Ed. by H.F. Merrill. Cambridge, 1949.
- University of California.* Announcement Concerning the College of Commerce. 1898, June 11.
- Wartick S. L., Wood D.J.* International Business and Society. Malden, 1999.

- Weber M.* The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. New York, 1958.
- Werhane P. H.* Moral Imagination and Management Decision-making. New York, 1999.
- What Ever Happened to Business Ethics? // Time.* 1987, May 25.
- Whyte W. H., Jr.* The Organization Man. New York, 1956.
- Wilson S.* The Man in the Grey Flannel Suite. New York, 1955.
- Wren D. A.* Medieval or Modern? A Scholastic's View of Business Ethics, circa 1430 // Journal of Business Ethics. 2000. N 2.
- Yergin D., Stanislaw, J.* Commanding Heights. New York, 1998.

## **Об авторе**

Эдвин М. Эпштайн — известный ученый и педагог, сыгравший видную роль в становлении и развитии этики бизнеса как научной дисциплины, признанной мировым академическим сообществом. Получив образование в ведущих университетах США — Пенсильванском (В.А., Политические науки, 1958 г.), Йельском (LL.B., Право, 1961 г.) и Калифорнийском в г. Беркли (M.A., Политические науки, 1966 г.), он связал свою судьбу со знаменитой Школой бизнеса им. У. А. Хааса. На протяжении всей академической карьеры Эдвин Эпштайн — активный участник работы Группы исследования проблем бизнеса и общественной политики (Business and Public Policy Group), ее руководитель в период 1978–1984 гг. Именно в эти годы, во многом благодаря усилиям группы, интерес к проблемам этики бизнеса в США существенно возрос. Эдвин Эпштайн является автором множества научных работ. Его статьи опубликованы в таких ведущих журналах, как *Business and Society*, *Global Focus*, *Business Ethics Quarterly*, *Journal of Business Ethics*, *American Business Law Journal*, *California Management Review*. Статья «Корпоративная социальная политика как процесс: за рамками этики бизнеса, социальной ответственности и социальной восприимчивости» [*California Management Review*. 1987. Vol. 29. N 3] и монография «Корпорация в американской политике» [Prentice-Hall. Englewood Cliffs, 1969] заслуженно считаются классическими. Эдвин Эпштайн читал лекции в ведущих университетах и школах бизнеса Австралии, Италии, Израиля, Индонезии, Японии. Он сыграл огромную роль в становлении курсов «Бизнес и общество» и «Этика бизнеса» на факультете менеджмента СПбГУ. Проработав в 1994–2001 гг. деканом Школы экономики и управления бизнесом Калифорнийского Колледжа Святой Марии, в 2002 г. Эдвин Эпштайн вернулся в Калифорнийский университет в г. Беркли, возглавив Группу изучения мировых конфликтов программы международных и региональных исследований.

*Ю. Е. Благов*

Статья рекомендована к печати проф. Н. В. Расковым, проф. А. А. Семеновым.

Статья поступила в редакцию 14 июня 2002 г.