

**С. А. Сидорова**

*Магистрант,  
sidorova\_s94@mail.ru*

*Департамент экономической теории,  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
Москва, Российская Федерация*

## **Этические основы функционирования малого бизнеса в России**

*Аннотация. В статье отражена необходимость развития малого бизнеса в России, основанная на принципах рынка совершенной конкуренции, с точки зрения формирования этики ведения бизнеса. При этом роль государства должна сводиться к роли «ночного сторожа». Текущая неразвитость малого бизнеса определяется системой ценностей, доставшейся России от СССР.*

*Ключевые слова: малый бизнес, рынок совершенной конкуренции, внешние эффекты, принцип утилитаризма.*

**S. A. Sidorova**

*Masterstudent,  
sidorova\_s94@mail.ru*

*Economic theory department,  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russian Federation*

## **Ethical fundamentals of doing small business in Russia**

*Annotation. The article mentions the need for development of small business in Russia based on the principals of perfect competition market from the point of view of the business ethics development. At the same time, the role of the government is a «night-watchman». Now Russian small business isn't developed because of the system of principles that Russia inherited from the USSR.*

*Keywords: small business, competition market, externalities, utilitarianism.*

Проблема развития малого бизнеса в России вызывает интерес в научных кругах и деловой практике на протяжении многих лет. Нет сомнений в том, что малый бизнес благоприятно влияет на экономическое развитие отдельной страны. Это подтверждает опыт развитых стран, где доля малого бизнеса составляет около 60% ВВП.

В научных кругах проблема развития малого бизнеса в основном рассматривается с двух точек зрения. Во-первых, говорится о сложности привлечения финансирования в малый бизнес, в т. ч. связанной с высокой стоимостью кредитования. Во-вторых, говорится о необходимости государственной поддержки малого бизнеса, поскольку крупному бизнесу она оказывается. Об этике в экономике упоминается очень мало и в общем виде. Однако все же можно выделить яркого представителя, занимающегося вопросами этики ведения бизнеса — это М.Ф. Шведова. По ее мнению, нечестное ведение бизнеса, в особенности малого, становится для компании невыгодным и бесперспективным. Однако не объясняется, почему. Кроме того, был выдвинут достаточно спорный тезис о том, что наличие тесных межличностных отношений компании с деловыми партнерами свидетельствует о незрелости культуры российских собственников-руководителей бизнеса, и как следствие, самого бизнеса<sup>1</sup>. Поэтому представляется, что избранная автором данной статьи тема разработана недостаточно и представляет интерес для дальнейшего исследования.

Цель исследования — отразить необходимость развития малого бизнеса в России с точки зрения формирования этики бизнеса, а также выявить причины, препятствующие этому процессу, в т. ч. связанные с вмешательством государства в экономику.

Метод исследования основан на анализе различных учений в областях экономики, этики и философии, а также периодической отечественной и зарубежной литературы. Методология построена на противопоставлении метафизике исторической диалектики.

Итак, начнем с того, что малый бизнес имеет ряд неоспоримых преимуществ в сравнении с крупным: нет потребности в больших финансовых вложениях; гибкость к быстро изменяющимся рыночным условиям, в т. ч. к спросу; наличие небольшого аппарата управления, что решает проблему бюрократизации бизнес-единицы и т. д. При этом, по мнению автора, в отличие от крупного бизнеса, малый бизнес формирует на рынке конкурентную среду, так как не обладает административной валютой<sup>2</sup> в той же мере, что и крупный. Поэтому малый бизнес вынужден делать акцент на рыночных методах конкурентной борьбы, в частности, тщательно отслеживать малейшие изменения в спросе; откликаться на требования, которые предъявляют покупатели занимае-

---

<sup>1</sup> Шведова М.Ф. Деловая культура управления малым бизнесом // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2010. № 1. С. 81–83.

<sup>2</sup> Кордонский С.Г. Административные рынки СССР и России.

мого сегмента; следить за качеством продукции; формировать тесные взаимоотношения с клиентами, основанные на деловом доверии и взаимном уважении, исключая при этом проблему оппортунистического поведения. В этом смысле, малый бизнес способствует формированию этики бизнеса, основанной на методах конкурентной борьбы рынка совершенной конкуренции. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в данном контексте, малый бизнес более «морален» нежели крупный. Однако, как только малый бизнес начинает получать излишнюю поддержку со стороны государства, не в части формирования конкурентной рыночной среды, а в части получения административной валюты, социальной защиты и гарантий, субсидирования, льготного финансирования и т. д., малый бизнес перестает играть по правилам рынка, соответственно, перестает быть моральным. Кроме того, в случае, если в данном сегменте рынка организации малого бизнеса представлены в небольшом количестве, порождая олигополистический рынок, малый бизнес приобретает черты крупного бизнеса, в т. ч. отрицательные, в первую очередь связанные с менее лояльным отношением к клиентам, поскольку «хозяином» положения становится не покупатель (потребитель экономического блага), а продавец, ибо лучшего продавца клиент не найдет.

По мнению Бокаревой В.Б., развитию малого бизнеса в России будет способствовать внедрение социальных технологий, которое предполагает поддержку малого бизнеса с различных точек зрения: повышения финансовой грамотности населения, создания благоприятного налогового климата, упрощения административных барьеров, льготного бюджетного кредитования и субсидирования и т. д.<sup>3</sup> Однако встает вопрос: «Приведет ли активная поддержка малого бизнеса со стороны государства к тому, что он получит возможность эффективно развиваться, или же такая политика приведет к злоупотреблениям малого бизнеса, в т. ч. к паразитированию на государстве и на обществе, не обеспечивая население экономическими благами должного качества и лояльным отношением?». Автору данной статьи представляется, что второй исход событий наиболее вероятен. Оправданность второго исхода подтверждает функционирование крупного бизнеса в России, основанное на нерыночных принципах. Во избежание этого, государству следует выступать в роли не более чем «ночного сторожа»<sup>4</sup>, который призван охранять

<sup>3</sup> Бокарева В.Б. Отечественный и зарубежный опыт социального управления малым бизнесом // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2012. Т. 12. № 4. С. 39–45.

<sup>4</sup> Скалкин В.В., Бурыкин Е.С. Алексахина Т.В. Парадигма современной рыночной экономики в разрезе развития экономики России/Транспортное дело России. 2015. № 3. С. 34–36.

принципы рынка совершенной конкуренции, а не стимулировать одну экономическую (деловую) активность за счет другой.

Из проблемы государственного регулирования бизнеса вытекает проблема внешних эффектов. Так, Рутгер Глассен выделяет наряду с традиционными экстерналиями имущественные внешние эффекты, которые возникают из-за изменения потребительских предпочтений<sup>5</sup>. Конкурент может предложить потребителям аналогичный товар или товар-заменитель на более выгодных условиях, внедрив в организации какую-либо инновацию, улучшив качество или функциональные особенности экономического блага, снизив цену и т.д. При этом разумно предположить, что покупатели начнут сотрудничать с фирмой-конкурентом, тогда компания, у которого экономическое благо покупалось ранее, может нести крупные финансовые потери, а затем и обанкротиться. В этом случае рынок совершенной конкуренции создает затраты для проигравшего в конкурентной борьбе, которая навязывается ему потребителями или конкурентами. С точки зрения экономического анализа данный внешний эффект не требует интернализации, так как затраты проигравших более чем компенсируются преимуществами выигравших в конкурентной борьбе (потребителей и продавцов-конкурентов). Однако в то же время встает вопрос о справедливости. Проигравшим может быть нанесен серьезный ущерб вплоть до голодания. Аргумент, что они сами по собственной воле согласились играть в игру, может быть неубедителен, поскольку это случай принудительного согласия. Не играть на рынке для многих людей просто не представляется возможным. Поэтому, по мнению Рутгера Глассена, концепция утилитаризма<sup>6</sup> исключает важную часть того, что имеет отношение к морали. Кроме этого, если проигравших на рынке окажется слишком много, это может усилить социальную напряженность в стране, связанную с невозможностью трудоустроиться.

Однако высказанная Рутгером Глассеном точка зрения является очень спорной. Рынок совершенной конкуренции морален в своей основе. Рынок есть моральный императив. Он самодостаточен и не требует дополнительных изысканий морали. Рынок – это добровольный обмен между двумя сущностями (человеком, фирмой, государством) по цене, которую обе стороны считают справедливой. При этом предполагается, что каждая из сторон информированы в равной степени и сво-

---

<sup>5</sup> Claassen R. Externalities as a basis for regulation: a philosophical view // Journal of Institutional Economics, 2016.

<sup>6</sup> Милль Д. О свободе, 1859.

бодны в своем выборе <sup>7</sup>. Другими словами, покупатели вольны в своих предпочтениях и выборе, а производители и продавцы – в усовершенствовании своей деятельности, отвечающей требованиям потребителей. Проигравшим в конкурентной борьбе необходимо найти, а впоследствии и занять свою нишу, где уже они будут конкурентоспособны в удовлетворении потребностей покупателей. Таким образом, ресурсы будут затрачены эффективно, а экономические блага найдут своего потребителя.

Вместе с тем следует отметить, что в российской предпринимательской среде и в обществе в целом не возлагается больших надежд на методы конкурентной борьбы, и как следствие, на малый бизнес, поскольку считается, что наличие административной валюты быстрее поможет предприятию в достижении устойчивого развития. В этом видятся отголоски системы ценностей, доставшейся России от СССР <sup>8</sup>. Россия перешла на «рыночные рельсы», однако ценности остались неизменны. Кроме того, повсеместно происходит подмена понятий. Например, эгоизм, который присущ бизнесмену-предпринимателю, в извлечении выгоды от деловой активности воспринимается как нечто, приносящее пользу только собственнику бизнесу, при этом нанося вред обществу. Однако, согласно А. Смиту, эгоизм приводит к большему общественному благу, поскольку рынок свободной конкуренции не терпит бесчестного отношения к деловым партнерам, покупателям и сотрудникам <sup>9</sup>. Указанные лица станут сотрудничать с фирмами-конкурентами. Вместе с тем деловая активность предпринимателя позволяет создавать рабочие места, снимая социальную напряженность в обществе, обеспечивать население экономическими благами для удовлетворения их потребностей. Тем не менее, общество не верит в такой сценарий развития, и уповает на поддержку государства. Поэтому в отличие от развитых стран доля малого бизнеса в России составляет около 20% ВВП. Хотя именно развитие малого бизнеса позволило бы обществу приблизиться к утопической идее рынка совершенной конкуренции, при условии невмешательства государства в экономику.

<sup>7</sup> Скалкин В.В. Курс лекций. Введение в институциональный анализ. Основные принципы институциональной рыночной экономики. Москва. 2016 г.

<sup>8</sup> Сидорова С.А. Анализ динамики изменения ценностей в России по мере обучения рыночной экономике // В сборнике: Современное состояние российской экономики: задачи и перспективы Сборник материалов всероссийской студенческой конференции. Электронное издание. 2017. С. 284–288.

<sup>9</sup> Смит А. Теория нравственных чувств, 1759.

Основные выводы: неразвитость малого бизнеса в России обусловлена несоответствием системы ценностей, господствующей в деловой среде и обществе в целом, основанной на рынке административного торга, доставшейся от СССР, фактическому (революционному) переходу страны на «рыночные рельсы» развития, согласно Конституции РФ. При этом необходимость развития малого бизнеса очевидна всем. Однако нельзя допустить, чтобы это развитие произошло за счет поддержки государства. Роль государства должна ограничиться ролью «ночного сторожа», который охраняет частную собственность и следит за тем, чтобы участники рынка не нарушали принципы совершенной конкуренции. Развитие малого бизнеса на конкурентной основе может сформировать в России деловую этику бизнеса, основанную на честном и справедливом обмене двух участников рынка. Однако, в случае, если государство не уйдет с рынка, малый бизнес может повторить судьбу крупного бизнеса, что автоматически отбросит Россию еще дальше от утопической идеи рынка совершенной конкуренции. И в настоящий момент негативные последствия уже наблюдаются: они имеют место, где доля организаций малого бизнеса в определенном сегменте рынка очень мала, что порождает олигополии, то есть фактическое отсутствие рынка.

В соответствии с вышесказанным, статья имеет теоретический характер, но в то же время дает практические рекомендации, которые могут быть полезны обществу, государству, деловой среде.

#### **Список литературы**

1. Бокарева В.Б. Отечественный и зарубежный опыт социального управления малым бизнесом // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2012. Т. 12. № 4. С. 39–45.
2. Кордонский С.Г. Административные рынки СССР и России
3. Милль Д. О свободе, 1859.
4. Сидорова С.А. Анализ динамики изменения ценностей в России по мере обучения рыночной экономике // В сборнике: Современное состояние российской экономики: задачи и перспективы Сборник материалов всероссийской студенческой конференции. Электронное издание. 2017. С. 284–288.
5. Скалкин В.В. Курс лекций. Введение в институциональный анализ. Основные принципы институциональной рыночной экономики. Москва. 2016 г.

6. Скалкин В.В., Бурькин Е.С. Алексашина Т.В. Парадигма современной рыночной экономики в разрезе развития экономики России/ Транспортное дело России. 2015. № 3. С. 34–36.
7. Смит А. Теория нравственных чувств, 1759.
8. Шведова М.Ф. Деловая культура управления малым бизнесом // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2010. № 1. С. 81–83.
9. Claassen R. Externalities as a basis for regulation: a philosophical view // Journal of Institutional Economics, 2016.

#### References

1. Bokareva V.B. Otechestvennyi i zarubezhnyi opyt sotsial'nogo upravleniya malym biznesom // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya. 2012. T. 12. № 4. S. 39–45.
2. Kordonskii S.G. Administrativnye rynki SSSR i Rossii.
3. Mill' D. O svobode, 1859.
4. Sidorova S.A. Analiz dinamiki izmeneniya tsennosti v Rossii po mere obucheniya rynochnoi ekonomike // V sbornike: Sovremennoe sostoyanie rossiiskoi ekonomiki: zadachi i perspektivy Sbornik materialov vserossiiskoi studencheskoi konferentsii. Elektronnoe izdanie. 2017. S. 284–288.
5. Skalkin V.V. Kurs lektsii. Vvedenie v institutsional'nyi analiz. Osnovnye printsipy institutsional'noi rynochnoi ekonomiki. Moskva. 2016 g.
6. Skalkin V.V., Burykin E.S. Aleksashina T.V. Paradigma sovremennoi rynochnoi ekonomiki v razreze razvitiya ekonomiki Rossii/Transportnoe delo Rossii. 2015. № 3. S. 34–36.
7. Smit A. Teoriya nravstvennykh chuvstv, 1759.
8. Shvedova M.F. Delovaya kul'tura upravleniya malym biznesom // Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Sotsiologiya. Ekonomika. Politika. 2010. № 1. S. 81–83.
9. Claassen R. Externalities as a basis for regulation: a philosophical view // Journal of Institutional Economics, 2016.