

# ЭТИКА БИЗНЕСА И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

## ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ: ИССЛЕДОВАНИЕ НА ПРИМЕРЕ КУПЕЧЕСТВА И ВНЕДРЕНИЕ В СОВРЕМЕННОСТЬ

Кречетова А.А.<sup>22</sup>

Исследование посвящено изучению этических принципов ведения бизнеса в дореволюционной России. Анализируются нравственные ценности и нормы поведения, которыми руководствовались предприниматели и купцы того времени. Особое внимание уделяется уникальным этическим принципам, характерным для данного исторического этапа, и их влиянию на формирование бизнес-практик и общественного мнения о роли предпринимателей в развитии страны. Выявление и осмысление этих нравственных ценностей может способствовать внедрению этических стандартов в современное предпринимательство и дальнейшему экономическому развитию страны.

### Ключевые слова:

*духовно-нравственные ценности, этика ведения бизнеса дореволюционной России, купеческий кодекс, предпринимательские принципы*

---

<sup>22</sup> Кречетова Анастасия Александровна - студентка 3 курса бакалавриата по направлению 38.03.01 «Экономика» ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский Федеральный Университет», [anastasiakrecetova592@gmail.com](mailto:anastasiakrecetova592@gmail.com)

Научный руководитель: Золотова Елена Алексеевна - канд. эк. наук., доцент кафедры «Финансы и кредит», ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский Федеральный Университет», [ezolotova@ncfu.ru](mailto:ezolotova@ncfu.ru)

## Введение

Изучение этики ведения бизнеса в дореволюционной России имеет значимость не только для лучшего понимания истории развития бизнескультуры в стране, но и для понимания принципов, которыми руководствовались предприниматели того времени. Уникальные нравственные принципы и ценности, присущие этому историческому периоду, не только определяли характер бизнес-практик, но также влияли на общественное мнение о предпринимателях и их роли в развитии страны. Данные принципы могут помочь выявить важные нравственные ценности, которые могут быть применены в современном предпринимательстве для дальнейшего продвижения экономического развития страны в целом.

Степень изученности проблемы в научной литературе невысока, так как специализированные работы, посвященные исключительно этике ведения бизнеса в этот период, ограничены и требует дальнейших исследований. Например, Ю.Ю. Петрунин и В.К. Борисов описывают только становление этики бизнеса в своей книге «Этика бизнеса», М.Л. Лучко в книге «Этика бизнеса – фактор успеха» отвечает на вопросы деловых отношений фирмы, а А. Смит, М. Фридмен, П. Друкер, Г. Кэсси в своих исследованиях подняли вопрос этического ведения бизнеса только в свое время.

Объектом исследования является этика ведения бизнеса дореволюционной России, а предметом исследования принципы, нормы ведения бизнеса и духовно-нравственные ценности предпринимателей этого периода. Цель данной работы заключается в формировании осознанного понятия этики ведения бизнеса и изучения возможностей внедрения исторической этики в современное предпринимательство. Задачи исследования заключаются в следующем:

- 1) сравнить этические нормы и духовно-нравственные ценности, регулировавшие деловую практику в дореволюционной и современной России;
- 2) рассмотреть принципы этики ведения бизнеса на практике через исторические личности: Игната Иудовича Волобуева и Тамамшева Гавриила Ивановича;
- 3) провести анализ возможностей внедрения принципов дореволюционной России в современное предпринимательство.

Методология исследования предполагает использование исторического анализа, социологического и сравнительного анализа источников, компаративного исследования, контент-анализа и интерпретации источников из дореволюционного периода, таких как документы, публикации, мемуары и другие исторические материалы, связанные с предпринимательством в дореволюционной России.

## Сравнительный анализ этических норм и духовно-нравственных ценностей, регулировавших деловую практику в дореволюционной и современной России

В дореволюционной России, эпохе этика ведения бизнеса занимала значительное место в общественном сознании и практике предпринимательства. На современном этапе экономического развития этические нормы предпринимательства значительно изменились по отношению к дореволюционным принципам ведения бизнеса. Стоит отметить неоднозначный характер оценки экспертов к данному изменению. Парадокс возник из-за разной трактовки понятия «купеческая этика» и «предпринимательская этика», поэтому для успешной реализации исследования важно выявить дефиницию данных понятий.

Понятие «этика» трактовалось по-разному в исторических рамках. По словам Франсиса Бекона, этика – это своего рода нравственная философия, которая изучает

поведение людей в обществе и обосновывает моральные нормы. Артур Шопенгауэр трактовал этику как науку о нравственной деятельности, определяющую нормы и ценности, следующие в обществе, а также обосновывающую их. В общем контексте этика представляет собой «совокупность норм поведения». Однако, исследуя понятие «купеческая этика», нельзя не акцентировать внимание на широкое распространение в России XVIII - начала XX века понятия чести купеческой, которое определена как внутреннее моральное качество человека, выражающееся в благородстве, доблести, честности и чистосердечии, имеющее значительное отличие от современного понимания термина «предпринимательская этика». Например, Хоман К. и Бломе-Дрез рассматривают предпринимательскую этику как набор принципов, подходов и методов, которые следует придерживаться субъектам ведения предпринимательской деятельности с учетом действующих юридических норм[3].

Возникает вопрос, почему и когда современные предприниматели стали рассматривать понятие «этика» иначе?

Одним из наиболее бесспорных последствий экономических преобразований в этике ведения бизнеса в России является изменение социальной структуры общества и появление нового класса предпринимателей, а именно «предприниматель-новатор». С течением времени стало очевидно, что в новых структурах всё больше «утекают» духовно-нравственные ценности. Предприниматель-новатор отказывается от привычных методов работы и заменяет их более удобными и эффективными способами, приспосабливается к передовым формам организации труда и почти полностью лишается способности серьезно размышлять над темами, связанными с желанием общества и потребителя, в частности. В современных условиях в экономике всё чаще проявляется дух материального рационализма, аксиология которого опирается на материальное благо, внедрение инноваций, приумножение капитала с целью получения прибыли, что значительно отличается от принципов купцов дореволюционного времени (см. таблицу 1).

Таблица 1

## Принципы ведения бизнеса предпринимателями 17-21 вв.

17 в.	18 в.	19 в.	Начало 20 в.	21 в.
Верность царю	Уважение к власти	Уважение к власти	Патриотизм и уважение к власти	Ориентир на достижение успеха
Иерархии	Корпоративная иерархия	Корпоративная иерархия	Командная работа	Инновации и технологии
Административный централизм	Административный централизм	Административный централизм	Ориентация на социальные нужды	Глобальная ориентированность
Коммерческая свобода и торговля	Коммерческая свобода и торговля	Самостоятельность и предприимчивость в деле	Монополизация производства	Свобода предпринимательской деятельности
Ответственность в деловых отношениях	Этика деловых отношений	Любезность и вежливость с партнерами и клиентами	Этика трудовых отношений	Продуктивность работы

Грамотность и расчётливость в деле	Повышения образования и знаний	Владения деловыми качествами	Целеустремленность	Повышения профессиональной деятельности
Социальная ответственность	Социальная ответственность и благотворительность	Социальная ответственность и благотворительность	Всё на благо обществу	Удовлетворение потребностей потребителя
Договоренность и страхование ответственности	Жить по средствам и возможностям	Диверсификация капитала	Внедрения новшеств в деятельность	Цифровая трансформация
Учет планов и мыслей	Запись всех информационных потоков	Планирование и систематизация действий	Планирование	Планирование и прогнозирование
Предоставление верных сведений о товаре	Предоставление полной информации о товаре	Предоставление полной информации о товаре	Открытость в рекламировании товара	Популяризация
Уважение к религиозным ценностям	Уважение к религиозным ценностям	Уважение к религиозным ценностям	Уважение к клиенту	Гибкость и адаптируемость
Верность своему слову	Честность и правдивость	Честность и добросовестность	Честность	Здоровая конкуренция

*Источник: составлено автором по данным исторических материалов*

Изучая труды, известного российского экономиста О.А. Платонова, отметим, что ключевыми особенностями русских купцов было преобладание духовно-нравственных ценностей над материальными, почитание добротолубия и правдолюбия, отсутствие жадности, развитие оригинальных форм самоуправления в труде, выражавшихся через общину и артели[1]. Отметим, что предприниматели дореволюционной России при ведении бизнеса отличались такими принципами, как патриотизм и уважение к власти, верность данному слову, честность и правдивость, усердие в работе, честная конкуренция и избегание связей с сомнительными личностями. Данных принципов придерживались в практике до конца 20 в., с началом нового столетия принципы исчезли для предпринимателей-новаторов вовсе.

На это повлияло множество факторов, включая цивилизационные, политические, природные, социокультурные, региональные

особенности и др. Прежде всего стоит отметить, что предпринимательство дореволюционной России началось развиваться со времён Киевской Руси, в лице дворян, посадских, бояр, духовенства, которые были заметны в деловой среде не только внутри страны, но и за ее пределами. Будучи расположенной на северо-востоке Европы, Россия испытала относительно меньшее влияние древних цивилизаций по сравнению с другими странами, однако система частной собственности в стране была развита с древности.

Духовно-нравственные ценности дореволюционной России, зародившись благодаря внутреннему укладу страны, значительно отличались принципами ведения бизнеса от других государств. К примеру, немецкий историк и путешественник Адам Олеарий описывал случай, когда он по ошибке переплатил за товар при путешествии по Волге и немедленно получил излишки обратно[2]. Этот эпизод поразил немца, отмечая высокие стандарты чести,

соблюдаемые купцами. Поэтому иностранцы ценили русских купцов за их высокую честность и предпочитали иметь дело именно с ними.

Дореволюционные предприниматели России, а именно купцы, с давних времен ценили честность и ответственность в делах, поэтому купеческий кодекс чести передавался из поколения в поколение в рамках гильдий – от отца к сыну. Все торговые сделки осуществлялись устно на основе купеческого слова, которые были нерушимыми. Отсюда и возник термин «купеческое слово», который заменял письменные договоры или векселя заключавшийся фразой «по рукам»[2]. Купцы ценили свою репутацию и честь, так как понимали, что успешные торговые операции возможны лишь при безупречной репутации. В современном предпринимательстве бизнесмены ценят размер капитала и стабильность фирмы, а юридические специалисты контролируют каждый аспект, включенный в договор, что совсем не характерно для купцов того времени. Именно поэтому авторитет русских коммерсантов был высоко оценен среди зарубежных коллег.

Кодекс чести играл значимую роль в деловой и социальной практике предпринимателей России, и впоследствии был официально зафиксирован. И.Е. Зегимеля, специализирующийся на изучении благотворительных организаций России и Европы, кратко изложил нормы, сложившиеся благодаря многим поколениям отечественных предпринимателей. В 1881 г. в Санкт-Петербурге была опубликована книга, под название «Необходимые правила для купцов, банкиров, комиссионеров и в целом для всех, кто занимается бизнесом»[2]. Несмотря на давность письменных текстов, в которых содержались данные принципы, их суть остается актуальной и в настоящее время. В результате редакций в 1912 г. российскими купцами и промышленниками был создан

документ под названием «Семь принципов ведения дел в России», представлявший собой своеобразный этический кодекс, который регулировал их поведение. Благодаря купеческому кодексу чести и принципам, изложенным в нем, Россия XIX – начала XX вв. сравнялась с ведущими странами мира. В тот период в России появился механизм, который позволял исключать из бизнеса тех, кто не соблюдал морально-этические стандарты, отсутствующие в современной экономике. В каждом городе действовало купеческое общество, которое имело власть рекомендовать или не рекомендовать предпринимателя в купеческую гильдию. Данное право нужно было заслужить, благодаря добросовестности и личной честности: если купец поступал не по чести, Совестьный суд лишал его права заниматься предпринимательской деятельностью навсегда. Купеческий кодекс для бизнесменов того времени был не просто декларацией. Даже газета «Биржевые ведомости» следовала девизу «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли». Государственный деятель Сергей Витте отмечал в 1912 г., что в обращении находилось 50 млн. руб. купеческих средств, и все они обеспечены только честным словом[2]. Кроме того, доверие и кредит были взаимозаменяемыми понятиями. Только в дореволюционное время хорошей считалась компания, которая могла реализовать свой товар по более низкой цене, чем конкуренты, не попадая в убытки. Об этом писал Рябушинский: «Нашей целью было не нажива, а само дело, его развитие и результат»[1].

К сожалению, сегодня многие предприниматели не придерживаются принципов ведения бизнеса дореволюционной России из-за некоторых факторов. Во-первых, соблюдение этих принципов не обязательно приводит к увеличению капитала и получению дополнительного дохода. Во-вторых, отсутствует механизм, который бы



регулировал и контролировал соблюдение данных правил и принципов ведения бизнеса. В-третьих, в условиях усиливающейся конкуренции на рынке предприниматели, стремясь привлечь и удержать клиентов с помощью маркетинговых методов, начали игнорировать моральные принципы. В-четвертых, из-за быстрого темпа социально-экономического развития страны духовно-нравственные ценности начали теряться в обществе. Таким образом до революции ведение бизнеса в России было пропитано этикой и моральными принципами, которые играли значительную роль в практике предпринимательства. Однако с течением времени и изменением экономических условий, ценности и принципы предпринимательства изменились, отдаляясь от духовно-нравственных аспектов, которые ранее были характерны для предпринимателей. Произошло преобразование в этических нормах ведения бизнеса, что вызвано рядом факторов, включая изменения в социальной структуре общества, новые требования к предпринимательской деятельности, усиливающуюся конкуренцию, а также быстрое развитие социокультурной среды и экономики.

#### **Этика ведения бизнеса Игната Иудовича Волобуева и Тамамшева Гавриила Ивановича**

В истории этику ведения бизнеса рассматривали по-разному. Для купцов этика была совокупностью моральных догматов, а для современных предпринимателей - принципом ведения предпринимательской деятельности с учетом действующих юридических норм. В любом случае анализируя этические ценности и подходы ведения бизнеса, на наш взгляд, необходимо стремиться не только выявить различия, но и определить социально-значимые принципы, которые смогут содействовать экономическому росту государства на современном этапе развития. В результате этого возникает вопрос: какие принципы применялись

купцами в период до революции, и как они способствовали развитию экономики страны?

Стоит отметить, что этические установки купцов охватывали не только профессиональные аспекты их работы, но также влияли на общий уклад жизни. Каждый торговец рассматривал свой путь роста через процветание родины и страны. Референс данного образа мышления наглядно проявляется в концепции «нравственной экономики» Домостроя, проанализированной юристом и экономистом В. С. Бочко[4]. Суть произведения «состоит в сочетании экономических и нравственных подходов, в рассмотрении хозяйствования не как самостоятельного, дополнительного к основной жизни людей элемента, существующего наряду с другими элементами, а как самой жизни, как ее нравственно-духовного состояния», которая стала неотъемлемой частью купеческого менталитета и определила сущность принципа деловой репутации.

Предприниматели дореволюционной России активно развивали свои родные города не только в своих личных финансовых интересах, но и ради процветания всего сообщества. Предприниматели, которые считали своим долгом финансово поддерживать свои города, активно участвовали в строительстве учебных заведений, благотворительных и культурных учреждений, а также финансировали проекты по строительству водопровода, телефонной связи и т.д. Среди таких предпринимателей были ставропольчане Игнат Иудович Волобуев (1777-1854) и Гавриил Иванович Тамамшев (годы жизни не установлены).

Игнат Иудович Волобуев[5] - купец 1-й гильдии, сыгравший значительную роль в истории образования города Ставрополя. Во время Кавказской войны Игнат запечатлел свой образ, как уважаемого человека, помогающего армии и обладающего такими чертами, как

патриотизм, честность, ответственность, усердность, скромность, преданность своему делу. Именно поэтому в 1837 г. Игнат Волобуев был представлен в качестве городского главы Императору Николаю Павловичу во время его визита в Ставрополь. Он был избран на эту почетную должность четырежды и всегда справедливо выполнял свои обязанности, руководя городом с самоотверженностью, придерживаясь принципам: верности власти, преданности народу, честности, справедливости, открытости, великодушию. С целью благоустройства города Игнат Иудович Волобуев часто использовал собственные средства, а не государственный бюджет. Благодаря ему, были построены торговые ряды, Дворянский пансион, городской водопровод, первый на Кавказе театр и храмы.

В 1843 г. Игнат Иудович подарил свою усадьбу на Кузнечной улице под архиерейское подворье, чтобы выразить дружеское отношение к епископу Иеремею. В этом же году на Крепостной горе был заложен Казанский кафедральный собор, и Игнат Волобуев сделал щедрое пожертвование на его строительство. Когда собор был построен в 1847 г., Волобуев позаботился о его внутреннем убранстве, подарив храму золотые и серебряные оклады для икон и предметы для богослужения. Он предоставил в дар золоченый иконостас и колокола Троицкому собору, а в 1848 г. построил Иоанно-Предтеченский храм на окраине Ставрополя, вокруг которого позднее был создан женский монастырь. Эти действия полностью отражают и раскрывают основные купеческие принципы: великодушие, благотворительность, социальная ответственность.

Игнатий Иудович был умелым купцом, его взгляд всегда был направлен в будущее родины и ее детей. Определив свое упущение в образовании, он стремился помочь крестьянским и бедным

детям в получении образования, что существенно отличает его от современных предпринимателей. Руководствуясь принципом социальной ответственности, Игнат Волобуев уделил особое внимание открытию мужской гимназии в городе и обеспечивал достаточное количество бесплатных мест за свой счет. Он также основал «Практическую школу шелкопрядов», где юноши могли бесплатно обучаться при его поддержке, а наиболее прилежные и усердные получали небольшой капитал от Игнатия Иудовича для начала собственного дела. Игнатий Иудович был честным и скромным человеком, который не сохранил ни одного своего портрета, предпочтя быть запомненным своими бескорыстными благотворительными поступками в пользу города Ставрополя и его жителей. Накануне своей смерти в 1854 г. Игнатий Иудович завещал свой капитал Казанской, Троицкой и Варваринской церквям, которые он лично помогал строить, при этом предусмотрев, что часть его средств должна быть распределена среди нуждающихся в день его похорон. Купец Волобуев был примером ответственного и преданного своему делу человека. Он использовал собственные средства для благоустройства города и строительства важных объектов, таких как театр, храмы и водопровод, стремился помочь повысить образованность крестьянским детям, показывая пример социальной ответственности.

Подобно купцу Волобуеву И.И. в истории Ставропольского края оставил свой след и Тамамшев Гавриил Иванович [6], как «загадочный купец». Он был армянский меценатом и благотворителем, а также купцом 1-й гильдии, коммерции советником и почетным гражданином Тифлиса и Ставрополя. Гавриил Иванович обладал такими качествами, как целеустремленность, патриотизм, благородство, щедрость, ответственность и отзывчивость. Гавриил Иванович прибыл в

Ставрополь в начале 1830-х гг. с целью обустроиться, уже имея звание почетного гражданина Тифлиса. Его приезд совпал с возникновением острой проблемы снабжения города водой из-за высокой стоимости и недоступности источников воды. Для купца дореволюционной эпохи данная проблема стала важной, и поэтому Тамамшев принял на себя ответственность за проблемы всего города, полностью оплатив строительство городского водопровода на сумму 45 тыс. руб. Благодаря соблюдению купеческих принципов социальной ответственности, отзывчивости и доброте, жители Ставрополя смогли бесплатно пользоваться чистой питьевой водой. Кроме того, это сооружение стало одним из главных украшений города благодаря установленным каменным колоннам и небольшому бассейну у подножия Крепостной горы. Гавриил Иванович обладал характерными чертами купцов дореволюционной России, ценя принцип, что все предпринимательские действия должны способствовать развитию общества и процветанию страны. Придерживаясь убеждений верности власти и преданности народу, Тамамшев возвел Триумфальную арку для защиты от возможных вражеских нападений по Мутнянской и Ташлянской балкам, осуществлял поставки провианта для войск Кавказского корпуса в соответствии с договором с Полевой провиантской комиссией Отдельного Кавказского корпуса, а также построил крупнейшую военную больницу на Кавказе. Госпиталь состоял из трех двухэтажных каменных корпусов, объединенных арочной галереей, где был построен храм в честь Богоматери Радости всех Скорбящих.

Таким образом, купцы дореволюционной России, такие как Игнатий Иудович Волобуев и Гавриил Иванович Тамамшев активно участвовали в развитии Ставрополя, финансируя строительство учебных заведений, благотворительных и культурных

учреждений, а также водопровода и других инфраструктурных проектов. Современные предприниматели также все больше обращают внимание на социальную ответственность, инвестируя в благотворительные программы, образование, здравоохранение и охрану окружающей среды. Ответственность, честность, справедливость и великодушие остаются важными качествами успешных предпринимателей. Предприниматели дореволюционной России не только думали о личной выгоде, но и о процветании общества в целом. Каждый купец рассматривал свой путь развития через процветание родины и страны. Их деятельность способствовала развитию города, созданию инфраструктуры и улучшению качества жизни граждан, что соответствует концепции «нравственной экономики», которая объединяет экономические и нравственные подходы. На наш взгляд, данная концепция очень необходима в современных условиях, т.к. она призывает не только к экономическому успеху, но и к высшим целям, таким как поддержка и улучшение жизни людей, защита окружающей среды и создание справедливых условий для всех участников экономики. Она стремится к более гармоничному и устойчивому развитию, где прибыль не является единственным показателем успеха, а сочетается с учетом этических принципов и ценностей.

### **Анализ возможностей внедрения принципов предпринимателей дореволюционной России в современное предпринимательство**

История предпринимательства является не только источником уроков, но также и вдохновением для современных предпринимателей. На наш взгляд, на современном этапе развития предпринимательской деятельности поистине не хватает духовно-нравственных принципов, благодаря которым русские предприниматели ценились за рубежом. Многие бизнесмены отмечали эту особенность, включая предпринимателя и мемуариста П.А.



Бурышкина, который заявил в своё время: «Если бы торговое сословие ... было бы, на самом деле, сборищем плутов и мошенников, не имеющих ни чести, ни совести, то, как объяснить те огромные успехи, которые сопровождали развитие русского народного хозяйства и поднятие производительных сил страны»[7]. Однако для более глубокого понимания возможностей интеграции этих принципов в современное предпринимательство важно рассмотреть текущее положение отечественного предпринимательства в стране и выработать стратегию внедрения принципов.

В первую очередь, определяя положения предпринимателей на рынке, нельзя не учесть отношения потребителей к производителям, предлагаемым товарам и социальной ответственности предпринимателей. Стоит отметить, что по результатам опроса проведенный компаниями Clear Channel и JCDesaux[8], треть потребителей доверяют производителям, в то время как остальные относятся к ним с недоверием, особенно в отношении честности предоставляемой информации, качества товара и его состава, экологической устойчивости. При этом показатели имеют высокие приоритеты у потребителя, например, качество товара (76%), соотношение цены и качества (72%), прозрачность (61%), социальная ответственность (56%), экологическая устойчивость (56%) и этика (55%). Данная позиция отечественных предпринимателей на рынке, требующего развития, нежелательна.

Если предприниматель не будет уделять внимания доверию, это приведёт к ряду негативных последствий. В первую очередь, это может сказаться на потере клиентов и уменьшению спроса на товар, что в долгосрочной перспективе приведёт к ухудшению конкурентоспособности и убыткам. Подобная ситуация может отразиться не только на определенном продукте или бренде, но и повлиять на общее восприятие компании и ее

деятельности в целом, что повлечёт за собой потерю репутации и имиджа. Кроме того, если потребитель проявляет недоверие к продукту или производителю, это может привести к возникновению юридических проблем и судебных разбирательств. Недоверие потребителя также может повлечь за собой усиление контроля со стороны регуляторных органов и ужесточение правил и стандартов, что потребует дополнительных затрат на соответствие требованиям и проверкам. Следовательно, современным предпринимателям следует уделять больше внимания открытости и честности по отношению к клиентам для установления доверительных отношений.

Недоверия граждан к предпринимателям проявляется и по отношению к возросшей социальной ответственности предпринимателей (около 30% финансовых вложений в социальные проекты от общего показателя), - это показал опрос, проведенный в октябре 2023 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ)[9]. Полученные данные указывают на то, что часть респондентов (43%) считает, что вовлеченность бизнеса в жизнь общества определяется эгоистическими мотивами, в то время как 44% опрошенных характеризуют российское предпринимательство как проявляющее социальную ответственность. Одновременно 12% испытывают трудности при формулировании своего мнения на данную тему. Поднимая вопрос отношения граждан Российской Федерации к социальной ответственности предпринимателей, нельзя не обратить внимание, что население не осведомлено о масштабах и организации социальной поддержки со стороны предпринимателей, а также о значении социальной ответственности. Каждый второй опрошенный затруднялся ответить на вопрос о содержании социальной ответственности индивидуальных

компаний. В обществе существуют два основных взгляда на данный термин: узкое понимание, где компаниям присущи обязанности, традиционно относимые к сфере деятельности любого бизнеса, и широкое понимание, включающее все аспекты, выходящие за рамки этих общепринятых обязанностей, характерные как для государства, так и для некоммерческих организаций.

Получается, положение предпринимателей на рынке в значительной степени определяется недоверием граждан и потребителей, вне зависимости от социальных действий предпринимателей. Для того чтобы изменить эту позицию, нужно активно работать над приобретением доверия со стороны потребителей, которое было в дореволюционное время. Это позволит изменить отношение населения к социальной ответственности предпринимателей и создать более справедливое и устойчивое общество. В целом, внедрение принципов дореволюционного времени требует системной работы со стороны бизнеса, правительства и общества. Необходимо создавать условия, которые стимулируют предпринимателей быть более открытыми и честными по отношению к потребителю, а также способствовать их осознанному вовлечению в решение социальных проблем. Чтобы достигнуть поставленных целей необходимо применить определенные меры. Во-первых, необходимо активная пропаганда моральных ценностей через СМИ, образовательные учреждения, социальные сети и другие каналы связи. Необходимо демонстрировать положительные примеры предпринимателей, придерживающихся этических принципов, чтобы мотивировать и вдохновлять других.

Во-вторых, стоит рассмотреть обучение предпринимателей в области этики. Данные меры могут быть реализованы посредством сотрудничества

с университетами, бизнес-школами, профессиональными организациями и специальными программами обучения. Следует рассмотреть в современной реальности внедрения системы аккредитации с целью повышения уровня знаний и моральной этики среди предпринимателей и доверия потребителей к бизнесменам нашей страны.

В-третьих, необходимо внести механизм стимулирования со стороны государства, в виде вознаграждений, предоставлении налоговых льгот или возможности участвовать в специальных программных инициативах для поощрения компаний и предпринимателей.

В-четвертых, стоит привлечь экспертов для разработки стратегий внедрения деловой этики дореволюционных времен в современное предпринимательство. Исследование GfK показало, что 59% респондентов в России доверяют экспертам, что поможет повысить доверие граждан и потребителей к отечественным предпринимателям[10].

В-пятых, нужно создать союз предпринимателей по деловой этике, который будет устанавливать стандарты и правила предпринимательской деятельности с акцентом на этику и честность. В рамках работы союза можно разработать кодекс поведения на рынке, созывать наблюдательный совет и проводить регулярные проверки предпринимателей на предмет соблюдения утвержденных стандартов.

В-шестых, целесообразно усовершенствовать механизм, регулирующий открытость и прозрачность предоставляемой информации предпринимателями потребителю, так как только взаимодействие и честный диалог между предпринимателями и потребителями позволяют установить долгосрочные и взаимовыгодные отношения.

Исходя из результатов нашего исследования, видно, что положение предпринимателей на внутреннем рынке зависит от доверия потребителей и граждан, а также от самих предпринимателей. Благодаря доверию, можно избежать ряда проблем, включая потерю клиентов, спроса, конкурентоспособности и прибыли. Для того чтобы проблема с недоверием со стороны граждан осталась в прошлом, необходимо предпринимателям начать рассматривать прибыль не только как единственный показатель успеха, а в сочетании с этическими принципами и ценностями. С этой целью следует внедрить этические принципы и ценности, отражающие подход предпринимателей дореволюционной России, которые побуждают предпринимателей быть более открытыми и честными со своими клиентами, но и также способствуют их сознательному участию в решении социальных проблем. Для достижения этого плана могут быть приняты следующие меры: активная пропаганда моральных ценностей, создания механизма стимулирования, обучение предпринимательской этики, создание союзов и внедрения прозрачности в отношении предпринимателей и потребителей. Данные действия, по нашему мнению, не только напрямую повлияют на благосостояние общества, но и будут способствовать формированию культуры предпринимательства, основанной на честности, целеустремленности и социальной ответственности. Это также укрепит доверия общественности к предпринимателям, что, в свою очередь, внесет положительный вклад в экономику страны в целом.

### **Заключение**

Результаты нашего исследования указывают на то, что этика ведения бизнеса по-разному оцениваться в истории. В контексте дореволюционной России предпринимательская этика представляла собой набор моральных принципов, что

видно, на примере честных купцов, таких как Игнат Иудович Волобуев и Гавриил Иванович Тамамшев. Можно отметить, что их коммерческая деятельность основывалась на моральных принципах чести, верности отечеству, преданности народу, открытости, великодушии и социальной ответственности. Благодаря их усилиям были возведены храмы, учреждения культуры, объекты искусства и другая социальная инфраструктура. Мы считаем, что данная концепция имеет высшую актуальность в современном предпринимательстве, так как она призывает не только к экономическому успеху, но и к высшим целям, таким как поддержка и улучшение жизни людей, защита окружающей среды и создание справедливых условий для всех участников экономики. Главная задача данного подхода добиться более гармоничного и устойчивого развития, где прибыль сочетается с этическими ценностями.

На наш взгляд, восстановить прежний уровень присущей российским предпринимателям до революции, возможно, за счет активного внедрения в современную предпринимательскую деятельность этических принципов и ценностей. Для достижения данного плана нужно пропагандировать моральные ценности, обучать этике современных предпринимателей, внедрять механизм поощрения, создать союзы предпринимателей по деловой этике и др. Данные меры не только окажут положительное влияние на общество, но и будут способствовать формированию культуры предпринимательства, основанной на честности и социальной ответственности, а также укрепят доверие общества к предпринимателям, что позитивно скажется на экономике страны в целом.

### **Список источников и литературы**

1. Ветошкин А.П., Каратеева Н.А., Миняйло А.М. Духовнонравственная экономика. Монография. Екатеринбург: Издательство КрГУ, 2008. 702 с.

2. Святая Русь. Большая энциклопедия русского народа. Русское хозяйство / Гл. редактор и составитель О.А. Платонов. М.: Институт русской цивилизации, 2006. 1136 с.

3. Хоманн К., Бломе-Дрез Ф. Экономическая этика и этика предпринимательства / пер. С.М. Курбатова, К.Н. Костюк. М.: ДиректМедиа, 2013. 227 с.

4. «Домострой» как литературный носитель эталона хозяйственного рационализма. URL: <https://goo.su/RQnyl6>

5. Волобуев Игнатий Иудович (1777-1854) купец 1-й гильдии. URL: <https://vk.cc/cvipIN>

6. Тамамшев Гавриил Иванович // Википедия. URL: <https://vk.cc/cvipuy>

7. Бурьшкин П.А. Москва купеческая. URL: [https://thelib.ru/books/buryshkin\\_p/moskva\\_kupecheskayaread.html](https://thelib.ru/books/buryshkin_p/moskva_kupecheskayaread.html)

8. Clear Channel и JCDecaux: только треть потребителей доверяют брендам. URL: [https://www.outdoor.ru/news/clear\\_channel\\_i\\_jcdecaux\\_tolko\\_tret\\_potrebiteley\\_doverayut\\_brendam/](https://www.outdoor.ru/news/clear_channel_i_jcdecaux_tolko_tret_potrebiteley_doverayut_brendam/)

9. Социальная ответственность бизнеса: мониторинг. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiyobzor/socialnaya-otvetstvennost-biznesa-monitoring>  
Исследование GfK: Кому верят потребители. URL: <https://www.gfk.com/ru/press/issledovaniye-gfk-komu-verjat-potrebiteli>

## ETHICS OF ENTREPRENEURSHIP IN PRE-REVOLUTIONARY RUSSIA: A STUDY ON THE EXAMPLE OF MERCHANTS AND THEIR INTRODUCTION INTO MODERNITY

**Anastasia Krechetova** is a 3rd year undergraduate student in the field of Economics 38.03.01 at the North Caucasus Federal University Institute of Economics and Management, [anastasiakrechetova592@gmail.com](mailto:anastasiakrechetova592@gmail.com)

**Scientific Advisor: Elena Zolotova** - Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, North Caucasus Federal University Institute of Economics and Management, [ezolotova@ncfu.ru](mailto:ezolotova@ncfu.ru)

The research is devoted to the study of ethical principles of doing business in pre-revolutionary Russia. The article analyzes the moral values and norms of behavior that guided entrepreneurs and merchants of that time. Special attention is paid to the unique ethical principles characteristic of this historical stage and their influence on the formation of business practices and public opinion about the role of entrepreneurs in the development of the country. The identification and understanding of these moral values can contribute to the introduction of ethical standards in modern entrepreneurship and contribute to the further economic development of the country.

### **Keywords:**

*spiritual and moral values, ethics of doing business in pre-revolutionary Russia, merchant code, entrepreneurial principles*