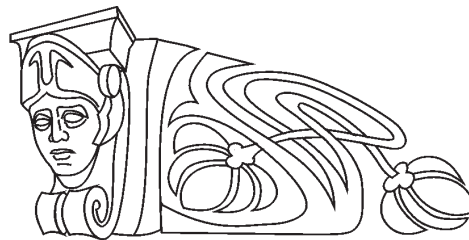




Научная статья
УДК 340

Пропаганда бизнес-этики в России: правовые основы

Е. Н. Тогузаева



Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Тогузаева Екатерина Николаевна, кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского права и процесса, belana1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4462-677X>

Аннотация. Введение. В контексте значимости развития российской экономики приобретает особую важность культура деловых коммуникаций субъектов предпринимательской деятельности, повышение которой и стимулирование всячески поддерживается государством, а популяризация предпринимательства и формирование положительного имиджа предпринимателя среди населения становятся важнейшим направлением деятельности по достижению государственных целей и задач, хотя процессы формирования бизнес-этики и правового регулирования пропаганды бизнес-этики в российском законодательстве все еще находятся на этапе активного становления. **Теоретический анализ.** В современном правовом поле, в первую очередь, нашли отражение пропаганда ценностей конкуренции, пропаганда среди предпринимателей норм социальной ответственности, пропаганда легального предпринимательства и формирования положительного имиджа предпринимателя. Однако все чаще законодатель создает предпосылки для желаемого бизнесом поведения в имеющихся правовых условиях, не закрепляя напрямую «пропаганду бизнес-этики», и примеры из действующего законодательства и правоприменительной практики являются тому подтверждением. **Эмпирический анализ.** Фрагментарное правовое регулирование пропаганды бизнес-этики как на федеральном, так и на региональном уровнях подчеркивает отсутствие системного подхода к пониманию бизнес-этики, что, в свою очередь, может сказаться на эффективности формирования в дальнейшем добросовестной коммерческой практики. **Результат.** В правовом поле бизнес-этику следует рассматривать как понятие комплексное, собирательное и еще развивающееся, включающее отношение к социальной ответственности субъекта предпринимательской деятельности, к коррупции, здоровой конкуренции, соединяющее в себе элементы управленческой этики, корпоративной культуры, этику взаимодействия с государственными структурами, экологической осознанности и др. Введение в правовое поле пропаганды бизнес-этики – закономерный процесс. Эффективной мерой в пропаганде бизнес-этики среди субъектов предпринимательской деятельности остается правовое просвещение, преследующее превентивные цели, причем только в совокупности с мерами поддержки и поощрения такой деятельности в настоящее время, поскольку обеспечение норм деловой этики тесно связано с отсутствием незаконных форм экономической борьбы, с выстраиванием мер экономической безопасности в условиях корпоративной социальной ответственности, неприятия коррупции и др.

Ключевые слова: пропаганда, бизнес-этика, деловые коммуникации, правовое регулирование, здоровая конкуренция

Для цитирования: Тогузаева Е. Н. Пропаганда бизнес-этики в России: правовые основы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 4. С. 478–483. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-4-478-483>, EDN: XTEKXQ

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Promoting business ethics in Russia: Legal framework

E. N. Toguzayeva

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Ekaterina N. Toguzayeva, belana1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4462-677X>

Abstract. Introduction. In the context of the significance of the development of the Russian economy, the culture of business communications of business entities is of particular importance. Its enhancement and stimulation are supported in every possible way by the state, and popularization of entrepreneurship and formation of a positive image of the entrepreneur among the population become the most important area of activity in achieving state goals and objectives. Though, the process of forming business ethics and legal regulation of the promotion of business ethics in the Russian legislation are still at the stage of active development. **Theoretical analysis.** The modern legal field primarily reflects promotion of the values of competition, promotion of social responsibility norms among entrepreneurs, promotion of legal entrepreneurship and formation of a positive image of the entrepreneur. However, most often, the legislator creates the prerequisites for the behavior desired by business in the



existing legal conditions, without directly enshrining the “propaganda of business ethics”, with examples from current legislation and law enforcement practice being confirmation of that. **Empirical analysis.** Fragmented legal regulation of the promotion of business ethics, both at the federal and regional levels, emphasizes the lack of a systematic approach to understanding business ethics, which, in turn, may affect the effectiveness of the future formation of fair commercial practices. **Result.** In the legal field, business ethics should be considered as a complex, collective and still developing concept, including an attitude to the social responsibility of a business entity, corruption, healthy competition, combining elements of management ethics, corporate culture, ethics of interaction with government agencies, environmental awareness, etc. Introduction to the legal field of promoting business ethics is a natural process. Legal education remains an effective measure to promote business ethics among business entities, that pursues preventive goals, and only in conjunction with measures to support and encourage such activities at the present time, since ensuring the standards of business ethics is closely related to the absence of illegal forms of economic struggle, to building measures of economic security in the context of corporate social responsibility, rejection of corruption, etc.

Keywords: propaganda, business ethics, business communications, legal regulation, healthy competition

For citation: Toгузаева Е. Н. Promoting business ethics in Russia: Legal framework. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2023, vol. 23, iss. 4, pp. 478–483 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-4-478-483>, EDN: XTEKXQ

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

За последнее десятилетие в российском законодательстве стали получать правовое регулирование новые виды пропаганды, ранее не находившие отражения в правовом поле. Так, в 2014 г. в Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года получила правовое закрепление пропаганда традиционных семейных ценностей, в 2020 г. в связи с ограничением оборота закиси азота была запрещена пропаганда закиси азота Федеральным законом от 29 декабря 2020 г. № 472-Ф «Об ограничении оборота закиси азота в Российской Федерации», а в 2023 г. Законом Республики Мордовия от 2 августа 2023 г. № 58-З «О запрещении склонения к искусственному прерыванию беременности на территории Республики Мордовия» запрещена пропаганда абортов. И это лишь некоторые примеры. Свое отражение в российском законодательстве начинает получать и такой новый вид пропаганды, как пропаганда бизнес-этики.

Необходимость закрепления на законодательном уровне пропаганды бизнес-этики на первый взгляд может показаться излишней и необоснованной. Однако не будем спешить с выводами.

Важным документом в истории межгосударственного согласования этических ориентиров в области бизнеса многие исследователи называют принятый в декабре 1980 г. Генеральной Ассамблеей ООН «Комплекс согласованных на многосторонней основе справедливых принципов и правил для контроля за ограничительной деловой практикой», обеспечивающих равенство и справедливость в торговле, свободу конкуренции, контроль за концентрацией капитала и/или экономической мощи, осуждающих недопустимую практику соглашений о

распределении рынков и покупателей, участие в торгах по тайному сговору, установление дискриминационных цен и условий поставки или покупки товаров и услуг и т.д. [1, с. 71].

Обращение в настоящее время к пропаганде бизнес-этики в российском современном обществе связано не только с тем, что данная сфера стала предметом интересов Российского государства, но не менее любопытно данное направление стало для самих представителей бизнес-структур, которые в период беспрецедентных санкций и других кризисных проявлений понимают важность повышения как правовой культуры, так и культуры бизнес-коммуникаций, соблюдения этических норм профессионального сообщества, поскольку бизнес-этика закладывает фундамент длительного сотрудничества. Выступая на Пленарном заседании Петербургского международного экономического форума 17 июня 2022 г. Президент Российской Федерации В. В. Путин отметил, что «в рамках масштабной модернизации страны идет выстраивание новых правил игры в экономике без очевидных монополий и вопиющей коррупции. Нашей первоочередной задачей является поддержка предпринимательства и улучшение бизнес-климата с целью максимальной защиты прав инвесторов, стабильности и предсказуемости» [2].

Теоретический анализ

В условиях глобализационной экономики трансформационные изменения бизнес-этики и ее пропаганда стали актуальными для многих государств. В настоящее же время и в России в контексте значимости развития российской экономики особую важность приобретает культура деловых коммуникаций субъектов предпринимательской деятельности, повышение которой и стимулирование всячески поддерживается



государством, а популяризация предпринимательства и формирование положительного имиджа предпринимателя среди населения стали важнейшим направлением деятельности по достижению государственных целей и задач.

Безусловно, на сегодняшний день следует говорить еще только о периоде становления процесса бизнес-этики, который непосредственно связан и с повышением правовой культуры представителей бизнес-сообщества, экологической осознанностью, управленческой культурой, развитием корпоративной коммуникативистики, становлением социального предпринимательства и т.д.

Долгое время российская наука не уделяла должного внимания исследованию деловой этики, в отличие от настоящего времени, когда появилось достаточно научных работ, посвященных как деловой этике в целом, так и бизнес-этике в частности. Однако считаем, что с позиций права бизнес-этику следует понимать как понятие комплексное и еще развивающееся, включающее отношение к социальной ответственности субъекта предпринимательской деятельности, к коррупции, здоровой конкуренции, соединяющее в себе элементы управленческой этики, корпоративной культуры, этику взаимодействия с государственными структурами и др. Поэтому полагаем, что для юриспруденции (возможно, в отличие от экономики и коммуникативистики) пропаганда бизнес-этики остается широким собирательным понятием.

Сложность введения в правовое поле данного понятия объясняется целым рядом объективных причин: длительным процессом легитимации бизнеса в его историческом становлении и развитии в России; отличными от других стран культурными традициями России; непопулярностью за долгий период времени разработки внутренних этических норм коммерческими организациями. Современные авторы подчеркивают, что важным элементом, отражающим национальные особенности бизнес-этики, являются нормативы этического поведения, которые для разных стран могут быть различными (от этических кодексов, диктуемых бизнес-сообществом, до банального усмотрения руководителя организации, когда потребности бизнеса и государства могут отходить на второй план. Именно последняя модель длительное время и была характерна для России) [3, с. 164].

Эмпирический анализ

В правовом поле среди первых нашли отражение пропаганда ценностей конкуренции

(упоминания о ней можно встретить, например, в Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013–2024 гг. (утв. Президиумом ФАС России 03.07.2013)) и пропаганда среди предпринимателей норм социальной ответственности (см.: Соглашение о сотрудничестве между Федеральной антимонопольной службой и Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, Указание Генпрокуратуры РФ от 25.06.2009 № 212/20 «Об организации исполнения Соглашения о сотрудничестве между Генеральной прокуратурой Российской Федерации и Торгово-промышленной палатой Российской Федерации»), а также в нормативных актах федерального и регионального уровней встречаются такие виды пропаганды, как пропаганда легального предпринимательства и формирования положительного имиджа предпринимателя, пропаганда социальной значимости предпринимательства. Примеры можно найти и в законодательстве СНГ, в котором в числе договаривающихся стран значится и Россия, – пропаганда правил «честного бизнеса» (Решение Совета глав правительств СНГ «О Концепции формирования и развития рынка интеллектуальной собственности государств-участников СНГ и Плана мероприятий по ее реализации» (принято в г. Минске 28.10.2016) [4]).

Множество подобных примеров такого точечного правового регулирования пропаганды бизнес-этики и ее элементов в российском законодательстве на сегодняшний день сложно привести, однако все чаще законодатель создает предпосылки для желаемого бизнесом поведения в имеющихся правовых условиях, не закрепляя напрямую «пропаганду бизнес-этики», такой вывод напрашивается исходя из проделанного системного анализа российского законодательства. Помимо открытого закрепления в правовых нормах возможностей пропаганды бизнес-этики и ее поощрения, считаем, что с помощью других конструкций законодатель также старается юридически закрепить пропаганду бизнес-этики, зачастую не называя ее прямо в нормативных актах. Так, например, Л. Г. Щербакова, исследуя актуальные вопросы разрешения споров, возникающих при оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем, подчеркивает, что претензионный порядок по договору контрактации не является обязательным исходя из положений Гражданского кодекса РФ о контрактации, однако стороны могут внести его в договор, и тогда проведение претензионной работы станет необходимым условием для



обращения в арбитражный суд. Однако норма ч. 5 ст. 4 Арбитражного процессуального кодекса РФ устанавливает, что претензионный порядок является обязательным для всех случаев, когда спор касается взыскания денежных средств, что, в первую очередь, направлено на стимулирование налаживания деловых связей, пропаганду бизнес-этики и экологических взаимоотношений между сторонами [5, с. 36]. Конечно, нельзя забывать и о цели разгрузить суды таким образом, однако, учитывая дух АПК РФ, следует говорить и о заложенной в нем важности формирования бизнес-этики и культуры деловых отношений. С 2010 г. взятый курс на развитие института медиации в России также должен внести свою лепту в гармонизацию социальных отношений и последовательное формирование бизнес-этики.

Принципы деловой этики как основы отношений в предпринимательском сообществе стали укореняться в правовом поле и переплетаться, что можно проследить на развитии концепции добросовестности в гражданском праве. Расширяются возможности поощрения добросовестной коммерческой практики как в отношениях между субъектами предпринимательской деятельности, так и в их отношениях при взаимодействии с государством. В 2018 г. Верховный Суд РФ, давая разъяснения по вопросам заключения и толкования договоров, в продолжение раскрытия п. 4 ст. 1 ГК РФ, подчеркнул, что условия договора подлежат толкованию таким образом, чтобы не позволить какой-либо стороне договора извлекать преимущество из ее незаконного или недобросовестного поведения, а также толкование договора не должно приводить к такому пониманию условия договора, которое стороны с очевидностью не могли иметь в виду (см. п. 43 Постановления Пленума ВС РФ от 25 декабря 2018 г. № 49 [6]). Множественные примеры подтверждения презумпции добросовестности в ведении бизнеса можно найти и в правоприменительной практике: субъективная добросовестность руководителя должника по вопросу наличия долга либо признаков неплатежеспособности, в частности, неочевидность для добросовестного и разумного директора кризисной ситуации ведения бизнеса, освобождает последнего от привлечения к субсидиарной ответственности (см., например, [7, 8]).

Обратимся к другой составляющей бизнес-этики – социально ответственному предпринимательству. Современные представители экономических наук все чаще отмечают, что сегодня успешный бизнес характеризуется не

только уровнем полученной прибыли, но и уровнем вклада в экономическое развитие общества, проведением мероприятий по сохранению и улучшению окружающей природы, качеством жизни как сотрудников предприятия, так и местного сообщества, а для того чтобы оставаться конкурентоспособным, бизнес должен следовать принципам корпоративной социальной ответственности, быть заметным в социально значимых сферах жизни общества [9].

На сегодняшний день отсутствуют нормативно-правовые акты, которые обязывали бы предпринимателя вести социально ответственный бизнес, однако это не означает, что государство не стимулирует данную деятельность и не пропагандирует ее в российском обществе. Так, весной 2023 г. в рамках поручений Президента РФ по итогам пленарного заседания съезда и встречи с членами бюро Общероссийской общественной организации «Российский союз промышленников и предпринимателей» (РСПП) Правительству РФ было поручено в числе прочего рассмотреть вопросы ежегодной публикации крупными российскими компаниями публичной нефинансовой отчетности, содержащей в том числе информацию о соблюдении ими принципов ответственного ведения бизнеса, таких как стабильное стратегическое развитие в РФ, забота о сотрудниках и членах их семей, поддержка социальных программ, реализация проектов, связанных с охраной окружающей среды, укрепление своей страны [10], в рамках этой же встречи РСПП было рекомендовано в срок до 1 ноября 2023 г. учредить премию в области предпринимательской деятельности для российских компаний, соблюдающих принципы ответственного ведения бизнеса.

Анализируя нормативное закрепление пропаганды бизнес-этики, нельзя не упомянуть значимость этических нормативов компаний. В настоящее время набирает обороты деятельность по разработке этических нормативов компаний (так называемых этических кодексов), раскрывающих не только стратегии и миссии развития организации, но и описывающих систему общих ценностей и этических установок организаций.

Показательным в этом плане, на наш взгляд, является кодекс деловой этики ОАО «РЖД» [11], в котором предусматривается назначение президентом ОАО уполномоченного по вопросам деловой этики, а также устанавливаются этические принципы и ценности, правила социальной ответственности компании, культура неприятия коррупции.



Результаты

Из вышеизложенного считаем возможным сделать вывод, что введение в правовое поле пропаганды бизнес-этики – закономерный процесс. При этом эффективной мерой пропаганды бизнес-этики среди субъектов предпринимательской деятельности остается правовое просвещение, преследующее превентивные цели, причем только в совокупности с мерами поддержки и поощрения такой деятельности в настоящее время, поскольку обеспечение норм деловой этики тесно связано с отсутствием незаконных форм экономической борьбы, с выстраиванием мер экономической безопасности в условиях корпоративной социальной ответственности, неприятия коррупции и др. Кроме того, следует поддержать необходимость развития практики публичной нефинансовой отчетности, однако не путем использования карательных мер, а, наоборот, обращаясь к поощрительным санкциям, активизируя инструменты правового стимулирования субъектов предпринимательской деятельности с целью формирования и корректирования верной системы ценностей в сфере ведения бизнеса.

Список литературы

1. Иванов А. С. Этика бизнеса // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 7. С. 70–73. EDN: LKRBWN
2. Выступление Владимира Путина на пленарном заседании юбилейного, XXV Петербургского международного экономического форума. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/68669> (дата обращения: 20.04.2023).
3. Черепанова Н. В. Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей // Вестник науки Сибири. Серия: Экономика и менеджмент. 2013. № 1 (7). С. 163–167.
4. О Концепции формирования и развития рынка интеллектуальной собственности государств-участников СНГ и Плана мероприятий по ее реализации : решение Совета глав правительств СНГ (Принято в г. Минске 28.10.2016) // Единый реестр правовых актов и других документов СНГ. URL: <http://cis.minsk.by/> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Щербак Л. Г. К вопросу о государственном регулировании внесудебных и досудебных способов разрешения экономических споров в гражданско-правовой и публичной сфере, возникающих при оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем // Вестник Российской правовой академии. 2022. № 3. С. 34–39. <https://doi.org/10.33874/2072-9936-2022-03-34-39>, EDN: HZXNCE

6. О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации о заключении и толковании договора : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 № 49 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2019. № 2.
7. Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 07.06.2022 № Ф01-2372/2022 по делу № А28-4461/2016. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. Обзор судебной практики по вопросам, связанным с участием уполномоченных органов в делах о банкротстве и применяемых в этих делах процедурах банкротства (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 20.12.2016) (ред. от 26.12.2018) // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2017. № 9.
9. Клычова Г. С., Салахутдинова Э. Р. Теоретические подходы к формированию корпоративной социальной ответственности бизнеса // Международный бухгалтерский учет. 2022. Т. 25, № 1. С. 45–57. <https://doi.org/10.24891/ia.25.1.45>, EDN: XBCCBL
10. Перечень поручений по итогам пленарного заседания съезда и встречи с членами бюро РСПП (утв. Президентом РФ 29.04.2023 № Пр-872). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
11. О Кодексе деловой этики открытого акционерного общества «Российские железные дороги» (вместе с «Кодексом...», утв. решением совета директоров ОАО «РЖД» от 30.03.2015, протокол № 3) : распоряжение ОАО «РЖД» от 06.05.2015 № 1143р // Экономика железных дорог. 2015. № 7.

References

1. Ivanov A. S. Business ethics. *Russian Foreign Economic Journal*, 2008, no. 7, pp. 70–73 (in Russian). EDN: LKRBWN
2. *Vystuplenie Vladimira Putina na plenarnom zasedanii yubileynogo, XXV Peterburgskogo mezhdunarodnogo ekonomicheskogo foruma* (Speech by Vladimir Putin at the plenary session of the XXV anniversary St. Petersburg International Economic Forum). Available at: <http://kremlin.ru/events/president/news/68669> (accessed April 20, 2023) (in Russian).
3. Cherepanova N. V. Russian business ethics in the context of national characteristics. *Vestnik nauki Sibiri. Seriya: Ekonomika i menedzhment* [Bulletin of Science of Siberia. Series: Economics and Management], 2013, no. 1 (7), pp. 163–167 (in Russian).
4. On the Concept for the Formation and Development of the Intellectual Property Market of the CIS Member States and the Action Plan for its Implementation. Decision of the Council of Heads of Government of the CIS (Adopted in Minsk on October 28, 2016). *Unified Register of Legal Acts and Other Documents of the CIS*. Available at: <http://cis.minsk.by/> (accessed April 20, 2023) (in Russian).
5. Shcherbakova L. G. On the state regulation of extra-judicial and pre-judicial methods of resolution of economic



- disputes in the civil-legal and public sphere arising in wholesale trade in agricultural raw materials. *Bulletin of the Russian Academy of Law*, 2022, no. 3, pp. 34–39 (in Russian). <https://doi.org/10.33874/2072-9936-2022-0-3-34-39>, EDN: HZXNCE
6. On some issues of applying the general provisions of the Civil Code of the Russian Federation on the conclusion and interpretation of the contract. Decree of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation no. 49 of December 25, 2018. *Byulleten' Verhovnogo Suda RF* [Bulletin of the Supreme Court of the Russian Federation], 2019, no. 2 (in Russian).
 7. Decree of the Arbitration Court of the Volga-Vyatka District no. F01-2372/2022 of June 7, 2022 in case no. A28-4461/2016. *ATP «Consultant»* [electronic resource] (in Russian).
 8. Review of judicial practice on issues related to the participation of authorized bodies in bankruptcy cases and the bankruptcy procedures used in these cases (approved by the Presidium of the Supreme Court of the Russian Federation on December 20, 2016) (an edition of December 26, 2018). *Byulleten' Verhovnogo Suda RF* [Bulletin of the Supreme Court of the Russian Federation], 2017, no. 9 (in Russian).
 9. Klychova G. S., Salakhutdinova E. R. Theoretical approaches to the development of corporate social responsibility of business. *International Accounting*, 2022, vol. 25, no. 1, pp. 45–57 (in Russian). <https://doi.org/10.24891/ia.25.1.45>, EDN: XBCCBL
 10. List of instructions following the results of the plenary session of the congress and meeting with members of the Bureau of the RSPP (approved by the President of the Russian Federation on April 29, 2023 no. Pr-872). *ATP «Consultant»* [electronic resource] (in Russian).
 11. On the Code of Business Ethics of the Open Joint-Stock Company Russian Railways (together with the “Code ...”, approved by the decision of the Board of Directors of Russian Railways JSC of March 30, 2015, Protocol no. 3). Decree of Russian Railways JSC of May 6, 2015 no. 1143r. *Ekonomika zheleznykh dorog* [Economics of Railways], 2015, no. 7 (in Russian).

Поступила в редакцию 12.05.2023; одобрена после рецензирования 22.05.2023; принята к публикации 28.06.2023
The article was submitted 12.05.2023; approved after reviewing 22.05.2023; accepted for publication 28.06.2023