

Содержание:

Image not found or type unknown



ВВЕДЕНИЕ:

Среда функционирования предпринимателя - рынок. Но рынок- это не просто некоторое множество продавцов и покупателей определенного товара (продукта или услуги). Это сложнейшая система взаимоотношений, в которой должны действовать свои правила, понятия. Конечно, взаимоотношения продавцов и покупателей на рынке регулируются различного рода законами и иными нормативными актами. Чем более развитой является рыночная экономика, тем полнее и продуманнее такого рода законодательство. Но кроме законов (и, наверное, даже в равной степени) взаимоотношения людей в сфере предпринимательства (и в том числе внутри фирм) регулируются неписанными законами рынка, то есть этикой рынка.

Оно намного шире, чем просто неписанные законы взаимоотношений: это и поведение предпринимателя, и его имидж, и деловой этикет, и умение управлять подчиненными и т. д. Предприниматель имеет дело не только с ресурсами, машинами и продуктами, не только с различными документами, производственными, снабженческими и сбытовыми процессами, он постоянно имеет дело с людьми - руководит подчиненными, советуется со специалистами, ведет переговоры с партнерами, общается с трудовым коллективом. И от того, насколько хорошо он это делает, зависит его репутация и авторитет, а соответственно, и успех предпринимательского дела.

Предпринимательство - это профессия, призвание, даже свойство души или врожденная склонность, но это еще и особый образ мыслей, поведения, стиль. Предпринимательство - это культура.

Характеристика деловой этики

И российские, и зарубежные исследователи в основном сходятся во мнении о том, что современная Россия представляет собой систему, в которой одновременно

происходит становление важнейших общественных подсистем: социально-экономической, политической, социокультурной, и все они вместе образуют особую переходную модель. Соответственно этому те этические нормы, которые имеют место в современной российской предпринимательской среде, также находятся в процессе становления и могут рассматриваться как переходные. Они представляет собой довольно пеструю смесь стереотипов поведения, перенесенных из эпохи командно-административной экономики, заимствований из западной деловой культуры и не вполне оформившихся «правил игры», еще только складывающихся в процессе перехода к подлинно рыночной экономике.

В то же время правомерен вопрос: имеются ли в истории, традициях и культуре нашей страны предпосылки и основы формирования норм и правил цивилизованного предпринимательского поведения? Упомянутые выше стереотипы и нормы экономического поведения периода советской экономики за последние десять лет подверглись столь значительному разрушению, что было бы сложно надеяться на их реанимацию и продуктивное использование. Исследователи высказывают обоснованные сомнения и относительно возможности «строительства» новой системы морально-этических норм на базе религиозных представлений, с помощью и при содействии церкви. При этом учитывается и значительная политическая ангажированность церкви, и ее недостаточно высокий моральный авторитет. Кроме того, сказывается и то обстоятельство, что постоянная борьба внутри политической элиты страны препятствует широкому общественному диалогу по вопросу формирования общероссийской национальной идеи, не способствует воспитанию уважительного отношения к власти со стороны граждан.

Многие зарубежные специалисты убеждены, что реформа морали, которая должна сопровождать или опережать реформы рынка, еще только намечается. Но это необходимый этап становления нового российского общества. Если Россия поставила перед собой задачу реформировать общество, она должна осознать, что экономическая реформа — это еще и реформа морали, как полагают они. Низкое качество и несоблюдение договоренностей невыгодны, поскольку это разрушает репутацию бизнесмена, что равносильно вытеснению его с рынка. По мнению западных ученых и практиков бизнеса, перед Россией стоит задача изменить менталитет людей, соединить этику с бизнесом и сформировать поколение, которое идет на сознательный риск, несет ответственность за принятие решения, а потом пользуется очагами своей деятельности вместе со всем цивилизованным миром.

Российские исследователи, анализируя современные тенденции становления отечественного бизнеса, указывают на противоречивый характер наблюдаемых процессов. Так, Б. Докторов убежден: «В процессе формирования этики бизнеса в России проявляются две тенденции. С одной стороны, в опоре на законодательство, на отдельные проявления доброжелательности со стороны общественного мнения в среде предпринимателей развиваются формы контактов, принятые в современном деловом мире; ответственность, обязательность, обоснованный риск и т. д. С другой стороны, не имея гарантий стабильности законодательства в сфере бизнеса, ощущая недоброжелательность со стороны различных властных структур и общественности, предприниматели вынуждены действовать по правилам, отличным, от правил цивилизованного бизнеса».

Интересна интерпретация возможных механизмов формирования наметившихся противоречивых тенденций М. Мацковского: «Основная масса предпринимателей не желает ограничивать себя этическими рамками, поскольку само государство пока еще не создает условия, делающие моральный бизнес более выгодным, чем неморальный. Бизнес должен быть моральный не потому, что необходимо во всем следовать христианской этике. Просто моральный бизнес приносит максимальную прибыль. Предпринимателям, которые работают на перспективу, необходимо думать о том, чтобы и они сами, и их партнеры придерживались моральных норм. Моральных предпринимателей больше, чем неморальных и среди них наверняка найдутся бизнесмены, которые открыто заявят о том, что в своей деятельности они будут строго придерживаться моральных принципов и даже, если таких людей будет сначала немного, то и тогда; объединившись, они смогут оказать заметное влияние на процесс продвижения к этическому бизнесу».

Таким образом, этика – это научная дисциплина, изучающая применение этических принципов к деловым ситуациям. Наиболее разрабатываемыми вопросами в этике бизнеса являются следующие: взаимоотношение между корпоративной и универсальной этикой; проблема социальной ответственности бизнеса; вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений; способы повышения этического уровня организации; влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение и некоторые другие.



Традиционно этику бизнеса принято разделять на макроэтику и микроэтику. Под макроэтикой понимается та часть этики бизнеса, которая рассматривает специфику моральных отношений между макросубъектами социальной и экономической структуры общества: корпорациями, государством и обществом, как в целом, так и его организованными частями. Под микроэтикой — исследование специфики моральных отношений внутри корпорации, между корпорацией как моральным субъектом и ее работниками, а также держателями акций.

В системе моральных отношений между макросубъектами специалисты выделяют два уровня: горизонтальный и вертикальный. На горизонтальном уровне присутствует моральные отношения между субъектами, обладающими одинаковыми характеристиками, — между различными корпорациями. На вертикальном уровне — моральные отношения между субъектами, обладающими разными характеристиками и свойствами. К этому уровню относятся отношения между корпорациями и государством, между корпорациями и обществом в целом (или его локальной частью) и отношения между корпорациями и окружающей средой.

Большинство людей принимают этические решения на микроуровне. Например, когда человек отвечает за свое собственное поведение. Каждый человек также принимает решения, которые касаются других людей: например, в отношении благо состояния своих близких, коллег или даже небольшого сообщества. Но некоторые люди рано или поздно начинают принимать решения на макроуровне, например, непосредствен, но участвовать в формировании государственной национальной политики.

Этика бизнеса имеет отношение и к формированию экономических институтов, и к функционированию профессионалов бизнеса. Экономические институты общества неизбежно вторгаются в область морали, и с этой точки зрения значение макроуровня этики бизнеса трудно переоценить. И совершенно очевидна невозможность ограничения микроуровневым подходом нелепо убеждать члена Кабинета министров в необходимости быть честным и ответственным. |

Макроуровневый подход в бизнесе особенно важен для экономики переходного периода. Например, в России происходит трансформация основных экономических институтов. Если эти институты имеют хорошо продуманную структуру и приспособлены к культурным и социальным условиям жизни в России, они будут способствовать ответственному этическому поведению на микроуровне. Однако, если эти институты ложно сформированы и не учитывают конкретные социальные условия, бесполезно тратить усилия на частные этические проблемы на уровне трудового коллектива, так как людям придется постоянно бороться с уродливыми экономическими институтами и ошибочным политическим курсом.

На макроуровне иногда бывает трудно сказать, где кончается этика бизнеса и начинается экономическая теория. В конце концов раз этика бизнеса на макроуровне связана с применением этической теории к экономическим институтам и их политике, то нельзя рассуждать об этических проблемах бизнеса, забывая об экономике.

Хотя трудно провести анализ взаимодействия этих двух линий, но не учитывать это взаимодействие нельзя. С одной стороны, этике бизнеса нужно знание экономической теории, если она хочет дать полезные реалистичные указания для тех, кто определяет политику. С другой стороны, экономический анализ не может быть целостным без привлечения социальных и моральных ценностей. И если этик иногда рассуждает как экономист, а экономист – как этик, это и будет проявлением взаимодействия этих двух дисциплин при решении проблем, которые стоят перед деловыми людьми.

Понятие деловой этики

Понятие деловой этики связано не только с культурой делового общения. Прямую связь этика имеет с деловым этикетом. Последний представляет собой комплекс норм, правил, которые используются для ведения работы в определенном стиле, с определенной манерой, определяют они особенности проведения деловых переговоров, а также внешний вид и пр. Деловой этикет в той или иной стране может иметь свои оригинальные отличия, о которых необходимо знать деловым иностранцам, если они желают найти выгодные пути сотрудничества.

Существует и такое понятие как нормы деловой этики. При этом они являются общепринятыми. На них не влияют национально-культурные и другие особенности. К ним относятся:

- **Пунктуальность.**

Предопределяет умение все делать своевременно, рассчитывать свое время. Пунктуальный бизнесмен – это человек, на которого можно положиться. Профессионалы не только свое время умеют беречь, но и чужое.

- **Умение сохранять секреты.**

Соблюдение конфиденциальности – одно из главных и неоспоримых по своей важности правил делового мира. Причем речь идет не только о каких-то бизнес деталях. Обсуждение даже личной жизни коллег по работе считается дурным тоном.

- **Способность думать и о себе, и о других.**

В деловой сфере не принято проявлять эгоизм, неуважение, нетерпимость. Недопустимо высокомерие, которое следует отличать от уверенности в себе.

- **Соблюдение делового этикета в плане поведения, внешнего облика.**

Знание норм делового этикета по формированию внешнего вида позволяет обеспечивать соблюдение норм деловой этики.

- **Грамотность и профессионализм.**

Умение правильно, грамотно строить свою речь, понятно изъясняться путем других форм коммуникаций, а также наличие профессиональных знаний, которые касаются бизнеса – это обязательные составляющие, которые должны присутствовать в жизни современного делового человека.

Еще одним понятием деловой этики следует считать **кодекс деловой этики**. Как бы громко ни звучало это понятие, однако оно имеет достаточно узкое значение в плане применения. Кодекс деловой этики – нормативный акт локального характера. Это свод правил, норм, устанавливаемых в конкретной компании и обязательных для применения сотрудниками этой компании.

Этика делового поведения – это система индивидуальных поступков, действий, которая связана с реализацией, достижением деловых интересов индивида. Она включает особенности взаимодействия с партнерами по бизнесу, руководителями, коллегами и подчиненными. Деловое поведение реализуется посредством:

- Делового общения, которое выстраивается на основе деловой культуры, деловой профессиональной этики;
- Установления взаимных отношений, а также принятия решений, которые способствуют успеху дела;
- Уважения к тем, с кем приходится общаться в ходе ведения бизнеса.

Как ведет себя бизнесмен при деловом общении, как устанавливает контакты, как принимает решения – все это формирует понятие делового поведения, на что влияет и уважение, которое включает в себя:

- Вежливость;
- Соблюдение иерархии;
- Грамотное сочетание паритета и приоритета.

1.2. Принципы деловой этики

Основные общепринятые принципы:

- Ответственность за действия в деловой сфере;
- Уважение к участникам бизнеса.

Расширенный список принципов, основанных на философии в совокупности с практическим опытом делового мира, сформулирован Л. Хосмером, социологом из

США. Эти принципы базируются на соблюдении определенных правил. В частности, необходимо исключать действия, которые:

- Противоречат интересам компании, бизнеса;
- Нельзя будет продемонстрировать, рассказать о них открыто;
- Не способствуют формированию чувства локтя, ощущения того, что все работают для достижения 1 цели;
- Нарушают закон, причем следует учесть, что в законе всегда прописываются минимальные общественные моральные нормы;
- Не несут пользы обществу, а также компании, бизнесу;
- Направлены на рекомендации другим, при этом себе того же не пожелал бы, оказавшись в похожей ситуации;
- Нарушали бы права тех, с кем в ходе ведения дел приходится контактировать;
- Были бы направлены на получение максимальной прибыли с нарушениями закона и рыночных требований, без учета всевозможных затрат. Согласно аксиомам экономической теории, при противоположном подходе можно утверждать о высокой степени производственной эффективности;
- Могут стать причиной несправедливости по отношению к более слабым участникам деловых отношений;
- Способны препятствовать другому человеку в реализации его права на саморазвитие, самореализацию.

Заключение:

Анализ всего вышенаписанного приводит к следующему выводу. Современный деловой человек обязан знать обо всех нормах, правилах деловой этики. И не только знать, но и применять их на практике. Понятно, что деловая этика в России имеет свои особенности, но некоторые из них не следует демонстрировать при общении с иностранными партнерами. Цивилизованное деловое поведение должно строиться на принятых во всем мире нормах. И тогда можно быть уверенным в достижении всех поставленных на своем пути целей.

При желании пройти обучение и научиться использовать полученные знания на практике можно воспользоваться нашей помощью. Специалисты нашей компании проводят тренинги по деловой этике, которые позволяют освоить основы делового поведения на разных уровнях взаимодействия.

Список литературы:

1. Бачинин, В.А. Этика: Энциклопедический словарь / В.А. Бачинин. – М.: Изд-во Михайлова В.А., 2016
2. Боголюбов, С.А. Этические и правовые вопросы предпринимательства: Практическое пособие / С.А. Боголюбов, Г.М. Волков, Б.А. Геренрот. – М.: Норма, 2018
3. Гравицкий, А. Основы деловой этики / А. Гравицкий. – СПб.: Феникс, Северо-Запад, 2017
4. Губин, В.Д. Основы этики: Учебное пособие / В.Д. Губин, Е.Н. Некрасова. – М.: Форум, Инфра-М, 2018.
5. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. – М.: Инфра-М, 2018
6. Мишаткина, Т.В. Этика: Учебное пособие. 5-е изд. / Т.В. Мишаткина, З.В. Бражникова, Н.И. Мушинский и др. – М.: Новое знание, 2016
7. Психология и этика делового общения: Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. / Под ред. В. Лавриненко. – М.: Юнити-Дана, 2018.