



Для современной этики бизнеса априорными являются вопросы корпоративной социальной ответственности. Мнение, что финансовое благополучие компании менее всего побуждает ее к соблюдению этических норм, в корне неверно; сама жизнь и практика бизнеса постулировала следующее утверждение: «Хорошая этика означает хороший бизнес». В противном случае негативная реакция со стороны заказчиков и партнеров неминуемо приведет к значительному снижению прибыльности компании, а растиражированная средствами массовой информации сомнительная репутация приведет к отсутствию какого-либо доверия к ней. Этика накладывает на бизнес систему ограничений, представляющую собой сумму морально-нравственных правил и традиций, сложившихся в данном обществе.

Этика бизнеса — деловая этика, базирующаяся на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями.

Опыт международного бизнеса подтверждает значимость деловой этики в формировании успеха фирмы.

Так, нечестное поведение фирмы Coca-Cola, случаи дачи взяток конкурентам в качестве отступного во время судебных процессов с ними стоили этой компании доли рынка, отданной PepsiCo, так как последняя обладала доказательной информацией о неблаговидной деятельности фирмы Coca-Cola.

К началу 80-х гг. в этике бизнеса сложились три главных направления: «этика филантропии», «этика справедливости», «этика личной автономии»,

Первое из них напрямую связывает добро с результатом, к которому добро приводит, и побуждает бизнес к благотворительной деятельности. Второе декларирует равенство и справедливость между сотрудниками фирмы. А третье направление главным моральным правилом считает соблюдение прав других субъектов — партнеров по бизнесу, клиентов и конкурентов.

Обсуждение вопросов деловой этики базируется на этике личных отношений. Само слово «этика» греческого происхождения и дословно переводится как «привычка», «характер», «нрав». Как философская категория этика была определена

Аристотелем. Этому философскому направлению он посвятил работы «Большая этика», «Никомахова этика», «Эвдемова этика», где рассмотрел вопросы источников, природы морали, справедливости, высшего блага, смысла жизни и многого другого. Применительно к деловой этике Аристотель проповедовал разумное поведение и умеренность.

Журнал «Бизнес-Информ» приводит следующие результаты исследований Британского специального международного агентства по социальным исследованиям. «В среднем продолжительность рабочей недели среди рабочих, служащих и работодателей составляет 44,9 часа в Германии и 42,4 часа в Италии. Таким образом, разница между трудом протестантов и католиков составляет 2,5 часа в неделю. В Британии работают 42 часа в неделю, что-либо разрушает теорию, либо делает их почетными латинцами.

Эти примеры с цифрами не учитывают, что у немцев больше оплачиваемых праздников, чем у итальянцев или британцев. Включая каникулы, у немцев в среднем 39 оплачиваемых праздничных дней в году против 33 у итальянцев и 34 у британцев. Таким образом, хотя у немцев более продолжительная рабочая неделя, зато самих недель меньше.

Чем дальше вы продвигаетесь на юг, тем более ненадежна статистика в оценке продолжительности труда. В Италии теневая экономика составляет 30-40% всей экономики. Точно это в статистике не отражено. В Германии — около 10%, а в Британии — 15%. В латинских странах большая часть людей имеет вторую работу с более облегченным рабочим днем, который начинается и заканчивается раньше.

За пределами больших городов это могут быть передвижные малые предприятия, результаты работы в которых не появляются в статистике.

Наблюдения подтверждают, что люди работают на юге так же интенсивно, как и на севере. Утверждение, что представители одной расы или культуры работают интенсивнее, чем другой, субъективно. На самом деле существует вполне измеримая разница между продуктивной и менее продуктивной экономикой. И причиной этой разницы является не интенсивность труда, а его эффективность. Проблема заключена в управлении, а не в мотивации».

Рыночная экономика базируется на частном предпринимательстве, стимулируемом прибылью, что является абсолютно законным.

Репутация фирмы образуется из простой суммы примеров достойного поведения ее сотрудников, которое демонстрируется:

- ◆ в отношении к имуществу фирмы;
- ◆ в ситуациях, когда сталкиваются различные интересы;
- ◆ при установлении внешних деловых связей;
- ◆ при работе с государственными учреждениями;
- ◆ во взаимоотношениях с клиентами и конкурентами;
- ◆ в весьма деликатных ситуациях, когда перед сотрудниками фирмы стоит проблема выбора: предать гласности или сохранить в тайне пример нарушения коллегами внутрифирменных правил и норм.

Для менеджера любого уровня крайне необходимо понимание основ этики, так как он вынужден постоянно принимать те или иные решения. Как они будут оценены коллегами? Каковы будут последствия этих решений? Чтобы получить ответы на эти вопросы, необходимо четко представлять, какой морально-нравственный климат сложился в данном обществе и в данной фирме.

Американскими исследователями сформулированы следующие принципы деловой этики:

- ◆ принцип справедливости;
- ◆ принцип права;
- ◆ принцип утилитаризма (практицизма).

В России существует огромная потребность в руководителях, способных вывести фирму на ведущие конкурентные позиции и сохранить при этом порядочность и нравственный облик. Необходима конструктивная система обучения этическим нормам. Основой такой системы могли бы стать западные модели морального усовершенствования человека и организации. Так, например, в США регулярно выходят выпуски «Обзор организации поведения, обучающего», в которых ведутся дискуссии о вопросах обучения нравственности в американских бизнес-школах. Одна из разработок, посвященных данной теме, носит название «Модель морального усовершенствования индивидуума и организации».

Обучение морали — процесс сложный и длительный. Известный в США автор книг по философии бизнеса («Лидерство: скрытая от других сторона величия», «Сердце бизнеса: этика, власть, философия») Питер Костенбаум формулирует следующие составляющие долговременного успеха фирмы:

- ◆ прибыль;
- ◆ люди (мораль);
- ◆ товары или услуги;
- ◆ гордость (престиж).

Прибыль Костенбаум обосновывает как основную цель бизнеса. Люди должны получать удовлетворение от своего дела, от деятельности в данной фирме.

1. Материальные последствия определяют этику поведения, которой соответствует почтительное отношение к полномочию. Социальный дарвинизм: боязнь утраты финансовой устойчивости диктует моральное поведение. Прямое использование силы является нормой

2. Стремление человека к удовольствиям является его главным интересом. Прибыль организации определяет ход ее действий. Успешное достижение целей оправдывает использование любых средств, включая манипулирование людьми

3. Санкция определяет поведение. Хорошим человеком считается тот, кто удовлетворяет интересам семьи, друзей и партнеров. Культурное соответствие: традиция действия привычных процедур в интересах групп. Требование по соблюдению социальных норм диктует, что является правильным или неправильным поведением

4. Согласие с властью, поддержка «социального заказа», «выполнение долга»

4. Преданность власти: указания законной власти определяют моральные стандарты и этические нормы. Справедливость и несправедливость базируются на решениях иерархии законных полномочий

5. Терпимость к разногласиям и применение права большинства

5. Демократическое участие: участие в подготовке решений и уверенность в праве большинства должны стать нормами морали организации. Участие в управлении становится установкой

6. Что правильно и хорошо — это предмет совести человека и ответственности за принятые обязательства. Нравственность опирается на принципиальные убеждения личности

6. Целостность организации: справедливость и права человека являются идеалами этики. Сбалансированное решение среди соревнующихся интересов формирует характер организации

Продукции и услуги компании, безусловно, должны отличаться высоким качеством.

И наконец, устойчивое реноме фирмы влияет на долговременные результаты ее деятельности.

Однако не следует идеализировать западную деловую этику, так, как и в промышленно развитых странах нередки случаи элементарной не порядочности, злоупотреблений и даже преступлений. Чего стоит, например, сравнение американским экономистом Альбертом А. Карром, работавшим специальным советником президента Трумэна, правил предпринимательства и игры в покер. И в том и в другом случае, отмечает Карр, ложь перестает быть ложью, поскольку все участники игры заранее знают, что откровенности от партнеров ожидать нельзя. Игра призывает не доверять партнеру, а хитроумный обман и стремление скрыть свою подлинную силу и намерения — основы игры.<sup>35</sup> Логика покерной аналогии, безусловно, была встречена с большими возражениями. Однако данная концепция, интересно и логично построенная, возникла как отражение деловой действительности и имеет все основания для существования.

Несмотря на общепринятую иронию в отношении «российской деловой этики», у русского бизнеса имеются сравнительно большие основания для формирования собственной нравственной базы — залогом этого являются исторические корни русского бизнеса и специфика человеческих отношений.

В подтверждение первого приведем следующий девиз, под которым в дореволюционной России выходила газета деловых кругов «Биржевые ведомости»: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли!».

В. И. Бенедиктова дает следующие рекомендации, позволяющие сформировать российским бизнесменам устойчивый нравственный облик:

◆ выработайте привычку: все, с чем вы сталкиваетесь, рассматривайте с точки зрения пользы для высшего дела;

- ◆ выполняйте обещания в срок. Если не смогли выполнить — не оправдывайтесь, а определите новый срок и сдержите слово;
- ◆ будьте внимательны и объективны к «бесполезным» предложениям, ненужные предложения отклоняйте тактично и вежливо;
- ◆ будучи уверенным в себе, избегайте быть самоуверенным;
- ◆ ничто так не компрометирует предпринимателя, как его растерянность;
- ◆ не забывайте, что ваше мнение или позиция не всегда хороши, есть и другие мнения и позиции, отнюдь не худшие;
- ◆ не оставляйте без тщательного анализа ни один случай неудачи, сбой, промаха;
- ◆ в общении с людьми научитесь понимать то, что не высказано;
- ◆ руководствуйтесь в работе тремя «не»: не раздражайтесь, не теряйтесь, не распыляйтесь;
- ◆ будьте терпимы к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают вашему бизнесу;
- ◆ помните, что человека можно оскорбить не только словом — поза, жесты, мимика часто не менее выразительны;
- ◆ избегайте заносчивого, самонадеянного, категоричного тона в разговоре, выступлении — в нем явно видны переоценка собственной персоны и пренебрежение к окружающим;
- ◆ помните, что нет ничего острее и болезненнее для человека, чем унижение. Последнее никогда не забывается и не прощается. Бойтесь совершить несправедливость — она сильно задевает людей.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что этика является нравственной категорией, охватывающей многообразные формы деятельности фирмы, и не может быть изложена с помощью определенного свода правил поведения и общения. Будучи понятием существенно более емким, этика свою законченную форму приобретает в виде делового этикета.

Деловой этикет имеет массу определений. В целом его можно охарактеризовать как основу кодекса поведения, принятого в бизнес-среде.

Используя нормы и правила делового этикета, мы можем прогнозировать поведение коллег и сами становимся предсказуемыми, что помогает эффективно организовать процесс управления. Особенно важно изучать все составляющие делового этикета в международном бизнесе, так как кроме единых норм и правил в нем существует великое множество национальных и культурных поправок, весьма значимых в деловых отношениях. Как не заблудиться в этом море национальных различий? Как избежать улыбок, вызванных слепым копированием чужих манер? Лучшие помощники здесь — такт и верность национальному менталитету и бизнес-этикету (благо в настоящее время превалирует международный бизнес-этикет, рожденный сближением национальных деловых кодексов хорошего тона).

Международный бизнес-этикет — понятие весьма емкое и не ограничивающееся вопросами соблюдения деловой субординации и переговорным процессом. Основными составляющими международного бизнес-этикета являются:

1. Правила приветствия.
2. Правила обращения.
3. Правила представления.
4. Организация деловых контактов (переговоров, встреч, приемов, деловой переписки).
5. Деловая субординация.
6. Рекомендации по формированию внешнего облика делового человека.
7. Этические нормы денежных отношений.
8. Правила обмена подарками и сувенирами и даже
9. Приемлемость чаевых.

Международный деловой этикет во многом различается с правилами хорошего тона, принятыми в приватной обстановке. Вопросы делового этикета подробно рассмотрены в специальной литературе.