



Этика (философия этики, моральная философия) представляет собой научную дисциплину, изучающую социальную мораль. Практика показывает, что многие студенты не сталкиваются с этой научной дисциплиной вплоть до последних классов школы или начальных курсов института. В то же время знакомство с нормами морали является неотъемлемой частью процесса социализации человека с самого раннего возраста. На первом этапе этого процесса ребенку предстоит научиться отличать правила морали от правил благоразумия, здравого смысла. Задача может быть весьма нелегкой, так как правила усваиваются детьми одновременно, а учителя не разграничивают понятия морали и благоразумия.

Например, в раннем возрасте каждый человек постоянно выслушивает наставления о том, что можно и чего нельзя делать. Большая часть этих “делай” и “не делай” продиктована соображениями собственного интереса и является, таким образом, требованием здравого смысла. Одновременно люди усваивают обязательные правила поведения морального характера. Родители, учителя, наставники говорят, что определенные вещи нельзя делать, поскольку они являются неправильными, а другие делать нужно обязательно, ибо они правильны. Эти моральные правила направлены на регулирование поведения, затрагивающего интересы других людей. По мере того как люди взрослеют, они учатся принимать во внимание интересы других людей и таким образом соответствовать социальным стандартам.

Само понятие «этики» применимое к области недвижимости можно определить как систему норм нравственного поведения человека, общественной или профессиональной группы.

Этика (греч. *ethika*, от *ethikos* - касающийся нравственности, выражающий нравственные убеждения, *ethos* - привычка, обыкновение, нрав), философская наука, объектом изучения которой является мораль, нравственность как форма общественного сознания, как одна из важнейших сторон жизнедеятельности человека, специфическое явление общественно-исторической жизни. Этика выясняет место морали в системе других общественных отношений, анализирует её природу и внутреннюю структуру, изучает происхождение и историческое развитие нравственности, теоретически обосновывает ту или иную её систему.

"Бизнес - это искусство заводить друзей", - говорил американский финансист Герберт Кэссон, изучивший более 300 видов предпринимательской деятельности и понимавший толк в бизнесе. Можно ли обучиться этому искусству?

Можно, если понять, что фундаментом деловых связей являются личные доверительные отношения. Именно они - лучшая форма обеспечения договорных отношений и самый ликвидный залог. По мнению западных экспертов, репутация компании, ее клиентская и партнерская базы (то что называется goodwill) имеют реальную стоимость, которая может достигать до 80% рыночной капитализации фирмы. Как только этот нематериальный актив пошатнется в цене, сразу становится видна реакция рынка - резкое снижение котировок акций компании. Сегодня все большее число российских руководителей осознают важность деловых связей при построении и поддержании благоприятного имиджа компании. В структуре отечественных предприятий появляются специальные отделы по налаживанию связей с общественностью, органами государственной власти и управления. Кроме формирования положительного имиджа, подобные структурные подразделения занимаются лоббированием интересов компаний в соответствующих органах.

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность предпринимательской деятельности может оцениваться не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия). Бизнес - это четкая система зарабатывания денег.

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.

В большинстве работ, посвященных бизнесу, обращает на себя внимание то обстоятельство, что обсуждению вопросов этики бизнеса традиционно отводится самый последний и обычно не самый большой по объему раздел. В какой-то мере мы разделим эту традицию. Хотя для нас, в соответствии с английской поговоркой «last but not least», этот раздел — последний по очереди, но далеко не самый последний по значимости. Он попал на это место потому, что понять этику бизнеса невозможно, не обсудив существенные особенности самой этой деятельности,

перипетий человеческих отношений, возникающих вокруг бизнеса, различия индивидуальных особенностей и позиций, оказывающих влияние на поступки людей, участвующих в бизнесе.

Анализ проблем этики бизнеса предполагает различные повороты этой темы. Можно говорить об индивидуальных этических различиях людей, действующих в бизнесе. Можно попытаться сравнить этику бизнеса как социального института с этикой других социальных институтов и видов деятельности. Можно ограничиться анализом внутренней, цеховой этики, проявляющей себя в отношениях и взаимодействиях бизнесменов.

Сравнение бизнеса с другими социальными институтами легко позволяет увидеть, что представления об этических системах в разных видах деятельности, за исключением, пожалуй, религии, не менее противоречивы и запутанны, чем представления об этике бизнеса. А для того чтобы узнать о внутрицеховой этике отношений в бизнесе, лучше раскрыть любую из многочисленных и весьма неплохих работ по деловому этикету, где многие из норм взаимоотношений описаны ярко и четко с приведением необходимых примеров и советов[3] .

Поэтому, говоря об этике бизнеса, мы попробуем остановиться на трех ключевых факторах, которые, на наш взгляд, определяют основные ее особенности и могут помочь увязать между собой многочисленные разрозненные факты и наблюдения относительно данной темы.

Нам представляется, главное, что определяет своеобразие и придает внутреннюю стройность и целостность на первый взгляд противоречивой этике бизнеса, заключено в трех неявных этических постулатах: принципе экономической целесообразности, принципе ситуативности и принципе индивидуальной ответственности.

В заключение можно отметить, что роль этики как науки в настоящий, переживаемый современным российским обществом период, велика: она должна проанализировать нравственное состояние общества, указать причины, вызвавшие это состояние, предложить решения, которые помогли бы обновить моральные ориентиры нашего общества.

К сожалению, в российском бизнесе очень мало людей, которые придерживаются этических принципов и норм в деловых общениях.