

Роль деловой этики в современном бизнесе

Научный руководитель – Мухаметжанова Винера Саяровна

Васильева Александра Константиновна

Студент (бакалавр)

Российский университет дружбы народов, Факультет гуманитарных и социальных наук,
Москва, Россия

E-mail: sasha_v2306@mail.ru

В эпоху глобального мира основной сферой взаимодействия людей является, бесспорно, экономика. Это связано с тем, что, изучая культуры друг друга, люди по всему миру узнают все больше способов сделать свою жизнь комфортнее. Благодаря этому процессу и развивается производство, торговля и экономические отношения в целом.

Двигателем в любом бизнесе выступает деловая культура организации. Деловая культура включает в себя форму организации всех магистральных аспектов предпринимательской деятельности человека: знания, нормы и ценности данной сферы. На наш взгляд, как нормы, так и ценности являются очень важной основой для любой организации и вырабатываются в рамках деловой этики как науки. Под деловой этикой понимают совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов. Она включает явления различных порядков: этическую оценку как внутренней, так и внешней политики организации в целом; моральные принципы членов организации, т.е. профессиональную мораль; моральный климат в организации; нормы делового этикета и т. п [2. С. 6.].

Чтобы сформулировать основные деловые ценности, моральные ориентиры делового человека и понятие «идеального» делового человека, классифицируем основные проблемы, с которыми сталкивается человек в профессиональной деятельности (в бизнесе):

1. Отношения с другими людьми. Деловой человек как субъект деловых отношений во взаимодействии с объектами деловых отношений должен руководствоваться нравственными правилами поведения (быть честным, ответственным, справедливым, принимать во внимание позицию другого и т.д.), принципами профессионализма, зафиксированными в профессионально-этических кодексах, а также принципами гражданина (прежде всего, здесь подразумевается должное отношение к закону).

2. Отношение к самому себе. Деятельность человека (мотивация, цели и средства) также должна опираться на морально-нравственные принципы. Главным образом, человек в своей деятельности должен придерживаться принципа гуманности. Гуманность мы понимаем, как признание суверенитета и достоинства личности, уважение к человеку [1. С. 81.]. Очевидно, что главной целью предпринимателя является получение прибыли. Здесь мы сталкиваемся с серьезной проблемой соотношения целей и средств. Но важно отметить, что средства для достижения целей не должны противоречить морально-нравственным принципам.

3. Отношение к природе. Ввиду глобальных проблем, экологического кризиса, предприниматель должен бережно относиться к природным ресурсам, а также думать о последствиях своей деятельности в достаточно широком масштабе (например, планетарном), т.е. нести ответственность за «сохранность» планеты и условия жизни будущих поколений.

Опираясь на вышеизложенные ценности, бизнес-сообщества формулируют для своей деятельности моральные принципы. Так, например, в современном российском бизнесе основными моральными принципами являются следующие [4]: уважай власть; будь правдив

и честен; уважай людей труда и сам трудись должным образом (это создает гармонию интересов); уважай частную собственность; обладай репутацией, достойной доверия; живи по средствам (необходимо правильно рассчитывать свои возможности); стремись к своей цели, не забывая о морали.

Ни какую предпринимательскую деятельность, безусловно, нельзя представить без коммуникации. Коммуникацию можно выделить внешнюю и внутреннюю. Внутренний уровень коммуникации подразумевает межличностные отношения членов трудового коллектива организации и усвоение каждым отдельным работником корпоративных норм и ценностей. Внешняя коммуникация, соответственно, проявляется в диалоге с другими субъектами деловых отношений. Ключевым процессом внешней коммуникации являются переговоры. В данном случае мы понимаем переговоры, как диалог субъектов деловых отношений в рамках решения какого-либо вопроса. На наш взгляд, эффективность переговоров зависит прежде всего от нравственной установки сторон. Идеальной нравственной установкой мы считаем ситуацию, когда обе стороны стремятся к взаимопониманию. Так, Юрген Хабермас в работе «Моральное сознание и коммуникативное действие» уже говорил о значимости взаимопонимания для коммуникации в рамках противопоставления коммуникативного действия стратегическому [3. С. 197-202]. Под стратегическим действием понимается такая коммуникация, которая ориентируется на достижение целей оппонентов без учета интересов друг друга [3. С. 199]. Что касается, коммуникативного действия, оно, по Хабермасу, строится на определенных нормах, принимаемых всеми участниками коммуникации [3. 200]. Так или иначе, в обоих случаях речь идет о достижении целей в рамках переговоров, но есть значительная разница в этическом значении данных подходов и, как правило, в исходе переговоров.

Таким образом, деловая этика является немаловажным компонентом предпринимательской деятельности. Не считая технических нюансов производства, деловая культура «обеспечивает» успешную деятельность делового человека. Опираясь на ее понятия и принципы, человек формулирует свои цели, оценивает результаты, выстраивает коммуникацию с другими субъектами деловых отношений и т.д. Деятельность деловой личности должна основываться на ответственности, честности, уважении чести и достоинства другого, на правильном расчете своих возможностей (это важно потому, что в сферу деятельности делового человека включен широкий круг других людей, за которых он должен нести ответственность), а также на позиции, что при ведении дела необходимо избегать нанесения вреда природе.

Источники и литература

- 1) Мухаметжанова В. С. Этический кодекс как нравственный регулятор профессиональной деятельности муниципальных служащих // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Философия №2. – М.: Изд-во РУДН, 2015. – С. 78-83.
- 2) Подопригора М.Г. Деловая этика. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
- 3) Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действия. – Санкт-Петербург. Наука., 2001. – 380 с.
- 4) Международная торговая палата. URL: <http://www.iccwbo.ru/> (дата обращения 21.02.2020).