



Этика бизнеса

А.С. Иванов

Кандидат экономических наук, доцент

(Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт)

Деловая этика (этика бизнеса) - это совокупность моральных требований, основанных на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями.

В среде большинства предпринимателей укоренилось понимание того, что соблюдение этих требований, порядочность, уважение к партнеру – не только похвально, но и выгодно, поскольку укрепляет репутацию субъекта бизнеса и значительно расширяет возможности его деятельности.

В бизнесе зачастую устно фиксируются сделки на товарных биржах и аукционах, устно согласовываются в западных банках крупные сделки валютных брокеров.

Характеризуя деловую этику, следует подчеркнуть, что она определяется спецификой деловых отношений. Ведь предпринимательство – это социальное творчество, где востребуются одни ценностные ориентиры и качества личности (инициативность, мобильность, расчет, готовность к риску и т.д.) и отходят на второй план другие.

Некоторые западные аналитики бизнеса придерживаются мнения, что «правила игры» в сфере предпринимательства объективно несколько отличаются от общепринятого понятия справедливости, поскольку сам бизнес, как и всякая игра, строится на скрываемых намерениях и различных умолчаниях, тактических уловках, стремлении «обыграть» партнера. В этой игре участвуют различные интеллектуальные силы и материальные ресурсы, применяются разные «хитрости» и неожиданные ходы. Декларируемая «честность» понимается прежде всего как верность обязательствам и недо-

пущение обмана, но она не должна граничить с простодушием. Более того, наряду с открытостью, предпринимательству неизбежно сопутствует конфиденциальность (на многие внутренние сведения, а также совместные с партнером), которая должна уважаться. И умение хранить тайну является важным достоинством. Как закреплено в кодексе концерна «Ройял Датч/Шелл», «широкомасштабные информационные программы» исходят «из первостепенных соображений деловой конфиденциальности».

Вместе с тем, чувство хозяина собственного положения, успеха, осознание свободы действий и порой безнаказанности (победителей не судят) влияет на микросреду бизнеса, деформирует поведенческие оценки. Все это, наряду с соблазнами неумного обогащения и эгоцентризмом рыночной конкуренции порождает потребность в «уточняющих» этических установках, профессиональной взвешенности принимаемых решений и в механизмах контроля за соблюдением этики бизнеса.

Деловая культура

С развитием многообразия хозяйственных отношений в обществе и расширением круга объектов этических отношений сформировалось емкое понятие деловой культуры, как системы отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях, регулирующей деловую активность с целью развития дела (повышения доходности, роста, совершенствования). Ее основными объектами являются:

- предпринимательская деятельность (мотивация целей предпринимателя и применяемых средств, а также личные и профессиональные качества);



- люди (партнеры, потребители, служащие компании, социальные группы);
- общество (государство, чиновники, законодательство, общественное мнение);
- природа (сохранение экологии).

О многом уже говорилось выше. Нужно только обратить внимание на такое важное направление, как взаимоотношения между нанимателями и служащими (охватываемые управленческой этикой), а также на проблемы экологии. Тотальное усиление разрушительного антропогенного воздействия на окружающую среду, ведущее к утрате равновесия в природе и ее способности к самовосстановлению, требует не только решительных законодательных защитных мер, но и высоких нравственных регуляторов природоохранной направленности.

Большинство этических оценок универсально во всех странах: все согласны с тем, что выполнение обязательств, здоровая конкуренция, доверие – обязательны, а отказ платить по долгам, черный рынок, вымогательство – недопустимы.

Корпоративная этика

На различных этапах самоорганизации делового общества складывались механизмы стимулирования и коллективного контроля за соблюдением этики, создавались купеческие и цеховые гильдии, союзы, ассоциации промышленников, которые стремились сами наводить порядок в своей среде. С начала XX в. такими механизмами стали корпоративные кодексы, появившиеся сначала в США, и распространившиеся к настоящему времени среди подавляющего большинства монополий и ТНК. Они, как правило, составляются руководством корпораций, излагают идеологию компании, а также стандарты рабочего поведения и основы социальной политики. Кодекс рассматривается как часть трудового контракта, который должен соблюдаться и за нарушения которого могут применяться административные меры вплоть до увольнения с работы и даже до гражданско-правовых средств возмещения убытков (вследствие, например, недобросовестного использования конфиденциальной информации или несанкционированного ее раскрытия).

Большинство компаний наказывают своих сотрудников за предложение или получение взятки, дорогих подарков, принятие (или участие в принятии) решений, отвечающих личным интересам, неоправданное завышение или занижение цен, неуступчивость в конфликте интересов, личное поведение, наносящее ущерб репутации компании, фальсификацию данных о положении дел в компании, ведение противозаконной политической деятельности, неэтичное поведение.

Важными компонентами корпоративных кодексов являются положения о честной конкурентной борьбе, экологической ответственности, а также социальной ответственности (соблюдение прав человека, безопасных и здоровых условий труда, обеспечение личностного роста и развития, участие в социальных, образовательных и благотворительных программах). Социальный компонент становится все более важным в деятельности не только на макро-, но и микро-уровне.

От локальных кодексов – к всемирным согласованиям

По мере развития интеграционных хозяйственных взаимосвязей и процессов глобализации возникла потребность в повышении уровня механизмов стимулирования и контроля за соблюдением деловой этики (и унификации этических стандартов) вплоть до достижения международных согласований.

Принципиально важным и масштабным шагом в межгосударственном согласовании этических ориентиров в области бизнеса явилось принятие в декабре 1980 г. Генеральной Ассамблеей ООН «Комплекса согласованных на многосторонней основе справедливых принципов и правил для контроля за ограничительной деловой практикой». Это были универсально применимые принципы по обеспечению равенства и справедливости в торговле, свободы конкуренции, контроля за концентрацией капитала и/или экономической мощи. В указанном документе обозначены недопустимые действия, в частности, практика соглашения о распределении рынков и покупателей, участие в торгах по тайному сговору, сговор об отказе вести дела, а также применение цен ниже себестоимости для устранения конкурентов, или же установление дискриминационных



(т.е. дифференцированных) цен и условий поставки или покупки товаров и услуг и т.д. Документ перечисляет и противодействующие меры, признает приоритет национального и регионального законодательства.

Одной из спорных проблем в торговле является протекционизм, и, в частности, антидемпинговая практика, т.е. одностороннее введение повышенных ввозных пошлин в ответ на действительное или кажущееся искусственное занижение цены. О масштабности таких защитных мер свидетельствует то, что в мире за 1995-2006 (по 1 полугодие) гг. было возбуждено 3,3 тыс. антидемпинговых расследований, из которых меры были введены в 2,1 тыс. случаев, а почти 37% обвинений не были подтверждены.

В торгово-политической практике зарубежных государств принято напоминать о нормах деловой этики и справедливости тщательно выверенными ответными действиями, чтобы добиться равновесия интересов. В Соединенных Штатах, например, эту функцию выполняет специальный Аппарат торгового представителя - своеобразное торгово-политическое мини-министерство.

Вообще в 90-х гг. документы о сотрудничестве в борьбе с нарушениями в международных коммерческих операциях были приняты Советом Европы, Организацией американских государств, ОЭСР, ВТО. Характерно, что кодексы некоторых ТНК напрямую смыкаются с универсальными международными документами. Так, компания «Юнилевер» подписала Всемирную Конвенцию ООН по правам человека, трудовым отношениям и защите окружающей среды, включив соответствующие положения в свой кодекс.

По линии частного капитала также предпринимались коллективные шаги. В 1964 г., в швейцарском городе Ко (Саух) лидерами бизнеса Западной Европы, США и Японии была принята Резолюция «Принципы ведения бизнеса Круглого стола Ко», излагавшая систему этических стандартов, разделяемых большинством предпринимателей мирового уровня, и быстро получивших широкое признание. Ключевыми положениями «Резолюции Ко» являются: 1. социальная ответственность бизнеса (переход от соблюдения интересов вкладчиков – к уважению интересов всех затрагиваемых

сторон); 2. контроль за экономическим и социальным влиянием своего бизнеса (стремление к инновациям, справедливости и мировому обществу); 3. переход в деловом поведении от буквы закона – к духу взаимного доверия; 4. уважение правил бизнеса; 5. поддержка международного бизнеса и развитие всесторонних экономических связей; 6. забота об окружающей среде; 7. недопущение незаконных операций и коррупции.

Далее Резолюция выстраивает приоритетность отношений с объектами сотрудничества, ставя служащих впереди владельцев: 1. клиенты, 2. служащие, 3. владельцы и вкладчики, 4. конкуренты, 5. общество.

«Резолюция Ко» формулирует также обязательства бизнеса:

- уважать права человека и демократические институты, способствовать их распространению и действенности;

- признавать права государства, переданные ему обществом, и оказывать помощь тем его действиям, которые направлены на общественное развитие и установление гармоничных отношений между бизнесом и другими сферами человеческой деятельности;

- сотрудничать с теми силами страны и региона, которые стремятся повысить благосостояние людей, улучшить здоровье, уровень образования, увеличить число рабочих мест;

- направлять свое экономическое развитие с учетом ограниченности природных ресурсов, бороться за безвредный для людей и природы бизнес;

- защищать мир, социальное и этническое разнообразие, общественную безопасность и согласие;

- уважать права и обычаи местных культур;

- стремиться быть образцовым гражданином, оказывая безвозмездную помощь, способствуя развитию образования и культуры, участвуя в общественных и гражданских делах.

- В современном понимании деловая этика и деловая культура призваны соизмерять деловые интересы субъекта с интересами партнера и общества, а также деятельность человека – с задачами защиты природы. Вместе с тем, по мере роста благополучия определен-



ных слоев общества в мире (выделение «золотого миллиарда» избранных), ослабления религиозного послушания и гипертрофированного толкования «прав человека» - усиливаются эгоцентрические тенденции, которые зачастую оказывают деформирующее воздействие на этику.

- Кроме того, там, где консервативное правовое регулирование отстает от потребностей социально-экономического развития (или реформ, как в случае России), неизбежно расширяется поле этического регулирования общественных (и деловых) взаимоотношений, которое уязвимо для чиновничьего произвола и вторжения криминала. Все это обостряет насущность укрепления этических норм и механизмов их поддержания.

- В России стимулирование деловой этики осуществляется ведущими корпорациями и отраслевыми ассоциациями предпринимателей, объединяемых Торгово-Промышленной Палатой РФ - в формате Национального фонда «Российская деловая культура», который поддерживают видные государственные и общественные деятели, а также Комитета по деловой этике и предпринимательству в сфере культуры.

С расширением круга проблем, охватываемых деловой этикой, при росте сложности и многоплановости самих хозяйственных взаимодействий, - постоянно возрастает значение деловой культуры, которая становится все более важным ресурсом всеобщего экономического развития.

Литература:

1. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: Учебник. - М.: «Гардарика», 1998.
2. К. Джонсон, Абрамов И. Деловая этика. Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной экономике. / Министерство торговли США. Управление международной торговли. - Washington, D.C., USA, 2005.
3. Иванов А.С. Этика бизнеса / журнал «Деловой визит» - М.: «Арабеска», 1999, № 2.
4. Иванов А.С. Честь - превыше прибыли. Российская деловая культура // «Социальное партнерство», № 2, 2005.
5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалов В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. -М.: «Инфра-М», 2004.
6. Методические и аналитические материалы Комитета ТПП РФ по деловой этике (под ред. Лебедевой С. М.) - М.: «ТПП-Информ», 2006.
7. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. - М.: «Дело», 2001.
8. Рубцова Т.И. Международный протокол и этикет: Учебное пособие. - М.: ВАВТ, 2002.
9. Уткин Э.А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. - М.: «Зерцало», 1998.
10. Шихирев П.Н. Этические принципы ведения дел в России. - М.: «Финансы и статистика», 1999.



Н. Ю. Кони́на

Менеджмент в международных компаниях. Как побеждать в конкурентной борьбе.

- М.: ТК Велби, 2008. - 560 с.

В монографии, написанной на основе большого фактического материала, раскрываются сущность, механизм и специфика менеджмента крупных международных компаний в последние годы.

Работа представляет собой системное исследование различных аспектов корпоративного управления международных фирм в условиях глобализации. Рассмотрены различные аспекты организации бизнеса крупнейшими транснациональными корпорациями на современном этапе. Большое внимание уделено особенностям и механизму реализации стратегий международных фирм.

Книга предназначена для менеджеров, предпринимателей, слушателей школ бизнеса, студентов и преподавателей экономических вузов и факультетов.