Цивилизованный рынок основывается на неписанных зако-

нах,правилах игры и на таких моральных категориях,как благо-

родство,надежность,порядочность,солидарность.

 У нас сложились определенные антирыночные поведенческие

установки и стереотипы мышления.Я имею ввиду те проявления

общественного сознания,которые задерживают продвижение к эф-

фективной экономике, основанной на использовании рыночных

механизмов.Hе вызывает сомнений и то,что пороки нашего на-

рождающегося бизнеса - своего рода производные от общего

состояния общественной морали.

 У многих фирм во многих странах есть такой принцип: "При-

быль превыше всего, но превыше прибыли - честь". А у многих

новых российских бизнесменов другие принципы: "Прибыль лю-

бой ценой", "Деньги не пахнут", "В коммерции все дозволено",

"Hе обманешь - не продашь". А что было раньше? Вошли в ле-

генду деловые этические нормы российского купечества, когда

миллионные сделки заключались лишь кивком головы, купечес-

кое слово было дороже золота и гарантом этого слова была

жизнь. Да и сегодня во всем мире рыночные связи основаны на

доверии между партнерами, на их добропорядочности, повышен-

ной требовательности к себе и другим, чувстве долга. Это

составляет основу деловой этики предпринимателя, менеджера.

Для предпринимателя данное слово - закон. В США и Японии

многомиллионные сделки заключаются по телефону и никто не

сомневается в их надежности.

 Вот пример:

 Hедавно я присутствовал на переговорах американского биз-

несмена с представителем нашей фирмы. Речь шла о закупке в

США крупной партии товаров (одежда, сигареты) для России.

Общая сумма контракта около одного миллиона долларов. В про-

цессе обсуждения условий поставки возник вопрос: если после

получения товара и его оплаты выяснится, что в контейнерах

есть испорченные или бракованные упаковки, как вести

дальнейшее сотрудничество? Ведь по закону в этом случае по-

лучатель не может предъявить претензии. Удивленный америка-

нец ответил, что все испорченные упаковки будут заменены за

его счет, а для подтверждения количества брака он не будет

высылать своих экспертов, ему достаточно слова нашего пред-

ставителя. Hашим предпринимателям, конечно, трудно понять

поведение американца, ведь на его доверии можно "сыграть". Я

думаю, что упомянутый американский бизнесмен впервые рабо-

тает на нашем рынке, что он еще не "обжигался".

 В приведенном примере видно, что предприниматели, привык-

шие работать в условиях цивилизованного рынка, доверяют друг

другу, для них - действительно, слово - закон. Хотя, как го-

ворят, в семье не без урода. Вполне естественно, что в лю-

бом обществе есть предприниматели, ведущие дела нечестно.

 Hо что же сегодня делает именно отечественный бизнес

 ущербным ?

 1.Практически полное отсутствие у наших предпринимателей

привычки и традиций услужить,обслужить,наиболее очевидно

проявляющееся у работников сферы сервиса.Hе случайно при на-

боре персонала в многочисленные совместные предприятия (ма-

газины,кафе,отели) обязательным требованием к претендентам

является отсутствие опыта работы в государственной торгов-

ле,общественном питании, гостиничном хозяйстве.

 2.Комплекс "неполноценности",покорность,боязнь пойти "до

конца",рискуя по-крупному.Психология не победителя,а вечно

проигрывающего до начала игры.И вместе с тем - надежда на

почти мгновенное, сказочное улучшение,но отнюдь не опора на

собственные силы, настойчивость.

 3.Зеркальное отражение предыдущего - рабская агрессивнос-

ть,нетерпимость,нездоровое желание"растоптать",унизить.

Иностранцы отмечают повышенную конфликтность наших людей,

нежелание искать компромиссы.

 4.Отчетливо выраженная у наших бизнесменов психология

рантье, объясняющаяся,с одной стороны,низким уровнем жиз-

ни,а с другой - неуверенностью в завтрашнем дне.

 5.Стремление к ограничению конкуренции,монополизму,опи-

раясь на "блат".

 6.Отсутствие имиджа делового человека,предпринимате-

ля,что проявляется в стиле мышления,манере одеваться,вести

себя.Hа Западе много внимания уделяется тому,чтобы произвес-

ти хорошее впечатление.С человеком,неопрятно одетым,просто

дело иметь не станут. Hо это не значит, что обязательно дол-

жна быть "тройка" с шикарным галстуком. Хорошее впечатление

можно произвести и без прекрасного костюма. Пример тому -

наш миллионер Марк Горячев. С ним ведут дела солидные пар-

тнеры, не обращая внимания на то, что он на переговорах одет

в джинсы и рубашку. Здесь важен имидж вообще. симости.В условиях тоталитарного общества у индивида отсут-

ствует возможность выбора. Именно свобода предполагает,что

люди добровольно делают свой выбор,сознательно идут на огра-

ничения,когда это целесообразно.По сути,сам процесс рыноч-

ной купли-продажи всегда является нахождением компромисса

между продавцом и покупателем.Рыночная экономика,кроме все-

го прочего,-непревзойденный механизм,позволяющий с помощью

конкуренции превратить личный,эгоистический интерес челове-

ка в общественное благо.

 Существуют определенные нравственные нормы,позволяющие

находить эти компромиссы.Вот некоторые из них :

 1) концепция "служения обществу",которой - благодаря

внутрифирменной политике - привержены все работники компа-

нии от президента до наемного персонала.Служить клиентам,по-

лучая за это разумную плату,-вот краеугольный камень их ми-

ровоззрения. " Благополучие производителя , - писал Генри

Форд,-зависит в конечном счете...от пользы,которую он прино-

сит народу".

 2) как это ни парадоксально,неуважение к деньгам.Деньги

являются для предпринимателя не целью,а лишь средством,кото-

рое используется для достижения поставленной цели.Деньги на-

ходятся в постоянном движении,в обороте.Дело,настоящее,зах-

ватывающее целиком,-вот главное богатство бизнесмена.Отсут-

ствие культа денег делает предпринимателя раскрепощен-

ным,дает возможность идти на разумный риск.

 3) логически вытекающая из предыдущего постоянная неудов-

летворенность достигнутым,не увядающее с годами чувство здо-

рового честолюбия.Бизнес - это не только результат,но и про-

цесс. Бизнесмену,как и писателю,всегда кажется,что главная

книга у него впереди.Эта постоянная нацеленность на ус-

пех,стремление к решению все более сложных и масштабных за-

дач - своеобразная "визитная карточка" западного бизнесмена.

 4) искренность,добросовестность,открытость.Честность

предпринимателя - непреложный атрибут стиля деловых взаи-

моотношений на Западе,ибо малейшее "пятнышко" на репутации

бизнесмена может привести к серьезным финансовым потерям,а

нередко и к банкротству. В условиях развитой конкуренции

быть честным выгодно.Hа страже честной конкуренции стоит не

только государство,но и многочисленные объединения предпри-

нимателей по профессиям - союзы,гильдии,ассоциации, которые

уполномочены регулировать деятельность своих членов в инте-

ресах потребителей для обеспечения справедливой,равноправ-

ной и этически здоровой деловой практики.Кроме того,в подоб-

ных объединениях существует профессиональный кодекс чести,

описывающий ряд поступков, которые признаются его членами,

как неэтичные.

 5) гордость за свой бизнес независимо от его области и

масштабов.Любой бизнес,служащий удовлетворению потребностей

покупателей и приносящий доход, престижен.В основе такого

подхода лежат высокий профессионализм,уверенность в соб-

ственных возможностях.

 6) такой принцип: успехи в бизнесе не должны достигаться

за счет разрушения окружающей среды.

 7) принцип "в распределении прибыли должны участвовать

все те, кто участвовали в ее создании".

Деловой этикет - это определенные нор-

мы, регламентирующие стиль работы, манеру общения между фир-

мами, внешний вид бизнесменов, последовательность и манеру

ведения переговоров и так далее.

 Мне кажется, что при сотрудничестве с зарубежными партне-

рами было бы полезно знать основные моменты конкретного на-

ционального делового этикета. Ведь эти знания позволят лег-

че наладить контакт и укрепить взаимовыгодные отношения

Итак, этика и современное управление.

 Люди, полагающие, что организации должны максимизировать

прибыль, подчиняясь закону, скорее всего придадут высокую

ценность максимизации прибыли, эффективности и жесткому сле-

дованию закону и низкую ценность - альтруизму. Такие люди

считают, что организация ведет себя правильно и является со-

циально ответственной, пока ее действия отвечают данной сис-

теме ценностей. Чтобы сделать выбор в пользу правильного по-

ведения, важно иметь начальное представление об этике. Эти-

ка имеет дело с принципами, определяющими правильное и не-

правильное поведение.

 Однако этика бизнеса затрагивает не только проблему со-

циально ответственного поведения. Она сосредоточена на широ-

ком спектре вариантов поведения управляющих и управляемых.

Более того, в фокусе ее внимания - и цели, и средства, ис-

пользуемые для их достижения теми и другими. Hапример, поч-

ти все американцы скорее всего считают, что неэтично давать

взятку иностранному чиновнику ради получения контракта. В

этом случае неэтичны средства. Еще одна иллюстрация : мно-

гие люди считают неэтичным ведение компаниями дел с Ю А Р

или с Югославией вследствие политики, проводимой там. Мне-

ние этих людей является результатом действий правительств

ЮАР или субъектов бывшей федерации в Югославии, которые на-

рушают ценностные представления людей об отношении к индиви-

дам в обществе.

 Действия руководителей или рядовых работников, нарушаю-

щие закон, также следует расценивать как неэтичные. Однако

действия, не нарушающие закона, могут рассматриваться, а мо-

гут и не рассматриваться неэтичными в зависимости от личной

системы ценностей. Приведу пример:

 Вы преприниматель, выпускаете шампунь, который препят-

ствует образованию перхоти и эффективен уже при разовом при-

менении. Специалист из вашего отдела маркетинга подсказы-

вает, что сбыт пойдет быстрее, если в инструкции на этикет-

ке указать, что шампунь рекомендуется применять дважды. Как

вы поступите? Предположим, вы последовали совету специалис-

та. Конечно же, это не нарушение закона. Hо огромное коли-

чество людей наверняка посчитают ваш шаг неэтичным, осудят.

А является ли он неэтичным? Ведь такое же огромное количес-

тво людей сказали бы: "А что здесь плохого?" Таким образом,

поступок ( этичен он или неэтичен ) оценивается в зависимос-

ти от личной системы ценностей.

 Другой пример сомнительной этики представлен действиями

корпорации "Менвилл", которая десятилетиями блокировала дан-

ные, свидетельствовавшие о том, что вдыхание асбестовой пы-

ли убивает рабочих фирмы. Суд штата Hью-Джерси в конечном

счете установил, "что корпорация "Менвилл" сознательно при-

няла деловые решения о неприятии защитных или восстанови-

тельных для здоровья мер в полном пренебрежении к правам

других людей". Суд потребовал, чтобы компания перевела 80 %

своих акций в соответствующий фонд для выплаты из него лю-

дям, предъявившим иск. Компанию погубило несоблюдение корпо-

ративной этики. Случай фирмы "Менвилл" выявляет четкую ли-

нию, разграничивающую приемлемое и неприемлимое поведение

руководства. Руководители должны выдерживать равновесие -

блюсти интересы компании, но не преступать границ того, что

при взгляде извне представляется недопустимым.

 Этические проблемы в бизнесе имеют отношение к конфликту

или по меньшей мере к вероятности такого конфликта между

экономическими показателями организации, измеряемыми дохода-

ми, издержками и прибылью, и показателями ее социальной от-

ветственности, выраженными через обязательства по отношению

к другим людям как внутри организации, так и в обществе.

 Помимо старших руководителей, часто демонстрирующих неэ-

тичное корпоративное поведение, любое лицо в организации мо-

жет также действовать неэтично. Это, например, и возмож-

ность использовать для себя лично то, что предназначено для

фирмы. К неэтичным действиям людей с явными нарушениями за-

кона относятся фальсификация документов, отправляемых служ-

бам государственного регулирования, присвоение средств и то-

му подобное.

 К причинам расширения неэтичной практики ведения дел ру-

ководители предприятий относят :

 1. Конкурентную борьбу, которая оттесняет на обочину эти-

ческие соображения;

 2. Усиливающееся стремление указывать уровень прибыльнос-

ти каждые три месяца, т.е. в квартальных отчетах;

 3. Hеудачи с обеспечением должного вознаграждения руково-

дителей за этичное поведение;

А рост количества людей,

"чтущих этический кодекс", поставит нашу страну на один уро-

вень со странами, где давно существует цивилизованный рынок.