

ЭТИКА И БИЗНЕС В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

Автор: студенты группы Б-11
Долгих К. С., Синёв М.М.
Руководитель: преп. ВКК, к.и.н. А.В.
Даркина

Начиная с 1993 года имущественные ИБГ начали свое существование в российской экономике. Организаторами их становления и в то же время основными компонентами выступали такие объекты, как крупнейшие банки, большие промышленные предприятия, еще особо организуемые денежные, торговые либо координационные структуры (в виде одного, а зачастую в виде нескольких юридических лиц).

Значительные банки прямо либо посредством дочерних компаний начали оживленно скупать акции индустриальных компаний и, опираясь на заимствованный пакет (вдобавок на неформальные полномочия кредиторов), принимать участие в управления ими уже в первой половине 1990-х гг.

В 2000-х гг. сформировались сознательно новоиспеченные связи между большим бизнесом и государством по сопоставлению с предшествующим периодом — случилась смена моделей. По нашему мнению, в модели 1990-х гг. первостепенными чертами были зависимость и равноправие. В модели 2000-х гг. — преобладание государства. Исполнительная власть (президентская вертикаль), поставив наблюдение над законодательной и судебной, получила возможность создавать свои связи с бизнесом особенно с позиции силы, не считаясь с его интересами.

Новые взаимоотношения стали складываться незамедлительно после выборов в Государственную думу в декабре 1999 г. позднее стало ясно, что перевес В. Путина на президентских выборах 2000 г. обещан и будет гарантирован двумя факторами: позицией во власти и высочайшей собственной популярностью. Таким образом, помощь со стороны большего бизнеса, одинаково, как и произвольной отличной привилегированной группы, не является для него необходимым ресурсом.

Концепция общемировых норм и правил, принятая на сегодняшний день в бизнесе, формировалась в течении долгого исторического периода, по силе возможности формирования цивилизации, на основании невольного следования людей заведенным порядкам.

Формированию этических норм российского бизнеса присуще свои особенности. Это можно объяснить своеобразной историей, которую прошло наше государство. Обратив внимание на ситуацию европейской цивилизации, П. Чаадаев отметил, что «помимо общего всем обличья, всякий из народов данных располагает своими особенными чертами, но все это коренится в истории и в традициях и составляет потомственное состояние сих народов».

Еще во времена Киевской Руси купцы являлись знаменитыми своим «коллегам» в Европе и Азии. В России к XVI столетию торговали не только дворяне, посадские, и бояре, но даже духовенство.

Азы отечественных норм финансового поведения определяются во время развития Московского царства (XV – начало XVI вв.), когда правители действительно осмыслили значимость предпринимательства для развития государства.

Иноземцы почитали русских коммерсантов за высочайшую добросовестность, поэтому хотели иметь с ними дела. Кодекс чести древнерусских «бизнесменов» имел большое значение, поначалу он являлся негласным, а позже и официально написанным документом.

Неразрушимое слово купца в минувшие времена считалось верховной гарантией. Присказка «Уговор дороже денег», как никакая другая, характеризовала связи меж торговыми людьми. С этого места и берёт начало весь «джентльменский набор», который мы называем кодексом чести русского купечества.

Все торговые операции заключались устно, основываясь на непорочном слове. Это сегодня юристы и менеджеры следят за каждой буквой и точкой, вписанными в договоре. И все же упускают дополнения, двусмысленные трактовки, написанные более маленьким шрифтом, которые порой меняют изменить всю сущность документа.

Для более позднего периода в российской деловой этике возможно отметить пять разнообразных мировоззрений, которые сменяли друг друга:

- До 1917 года господствовала «традиционно капиталистическая» форма, когда покровительство было актуально. Главы беспокоились о работниках, отдавая дань моде, но фундаментальный акцент все равно ставился на получение прибыли.

- Чуть позже (с 1920 по 1930-е годы) действовал принцип «прямого правительственного регулирования». Методика была проста: налоги, которые государство насильно собирало с компаний, были направлены на социальное обеспечение сотрудников.

- С 1930 по 1980-е годы правила «плановая общественная ответственность». Тут за любой фирмой фиксировались социальные объекты, и доверялось исполнению поставленных программ. В противном случае «нарушитель» неукоснительно наказывался, за невыполнение требований государства.

- С 1990 по 2000-е годы – пора «дикого российского капитализма». Здесь на первом месте стоит получение заработка в краткосрочный период. Ежели социальные программы и были, то они реализовывались исключительно ради прикрытия.

- С 2000 года функционируют убеждения «локального попечительства». Это один из наиболее многообещающих видов этики бизнеса, когда крупные фирмы принимают на себя попечительство о здешних сообществах. При этом предприятия осуществляют всевозможные общественные программы. В этом случае целью является вовлечение общего внимания к своей деятельности, увеличение рейтинга, приобретение превосходной репутации.

Важно отметить, что бизнес-культура обуславливается различными факторами, которые затрагивают всевозможные сферы нынешней жизни и зачастую склонны к оппозиции. Действительно у всех сегодняшних отечественных фирм имеются коллеги по бизнесу в разных уголках мира. Дабы пособничество было предельно эффективным и плодотворным, нужно соблюдать все правила делового поведения, которые предопределены всемирными культурными традициями.

Более того, нужно уничтожать такие неблагоприятные особенности и основные нравственные трудности бизнеса, как необязательность и коррумпированная бюрократия, которые на протяжении долгого периода были присущи русскому предпринимательству. Чтобы вывести бизнес-этикет в России на другой уровень и завоевать абсолютное доверие российских и иностранных партнеров, безгранично важно заимствовать всеобщий опыт и работать над саморазвитием. Стоит отметить, что культура и предпринимательство непосредственно связаны друг с другом. дабы со-

трудничество с зарубежными партнерами и ведение отечественного бизнеса становилось успешнее, нужна высочайшая культура ведения бизнеса. Для этого необходимо:

- Формировать группу предпринимателей свежего плана – высокопрофессиональных, надежных, ответственных;
- Создавать совершенную репутацию предпринимателя – воспитанного, культурного, образованного, добропорядочного и подтянутого человека;
- Проводить высококлассную подготовку всех сотрудников компании.

Вследствие подобного расклада могут появляться новые перспективы и возможности, такие как:

- Увеличение прибыли;
- Удержание старых, а также получение новых партнеров и клиентов;
- Расширение и улучшение деловой сети.

Еще один значительный нюанс – высокая культура управления бизнесом, которая должна быть основана на взаимном согласии и уважении среди самих начальников, а также подчинённых им работников. Особо важно в этом случае соблюдение всех принятых законов общения в деловой сфере.