

## **КАК ДАЛЕКИ ДРУГ ОТ ДРУГА БИЗНЕС И МОРАЛЬ?**

**Плескачева Наталья Михайловна**

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ

Вопросы взаимоотношений этики и экономики в последнее время начинают активно обсуждаться. Что касается США и европейских стран, то курсы этики бизнеса прочно вошли в учебные программы школ бизнеса и программ MBA уже несколько десятилетий назад. Россия и Беларусь, отвечая данным мировым тенденциям, также начинают активно вводить данную дисциплину в программы подготовки руководителей бизнеса. Бизнес – это общественно полезная деятельность, и, подобно другим видам общественной деятельности, он не может функционировать, если не созданы определенные моральные предпосылки. До сих пор в обществе активно обсуждается миф об аморальности бизнеса. И этот миф активно живет в сознании людей. Исходя из данного мифа, бизнес заинтересован главным образом в извлечении прибыли. Чтобы получать прибыль, надо производить товары или услуги, заниматься куплей и продажей. Однако, согласно данному мифу, люди в мире бизнеса не демонстрируют явной приверженности проблемам морали. Они не являются неэтичными или безнравственными, они просто считают, что моральные соображения в бизнесе неуместны. Язык этики не является языком бизнеса, – так трактуется миф об аморальности бизнеса. То, что это на сегодняшний день является мифом, свидетельствуют следующие явления: формирование массовых движений в защиту окружающей среды, в защиту прав потребителей, возникновение множества профессиональных кодексов, социальное аудиторство, появление дисциплины «Этика бизнеса» для студентов экономических и бизнес специальностей и ряд других фактов.

В ИБМТ БГУ данная дисциплина входит в программу обучения студентов по специальности «Бизнес-администрирование». Начиная изучать данный предмет, студенты уже имеют довольно солидный нравственный багаж. Это не аморальные существа, которых надо обучить морали, а это нравственные люди, которым надо помочь глубоко осмыслить проблемы морали в их будущей профессиональной деятельности. В сферу этики бизнеса входят различные вопросы, ответы на которые не так легко найти в русле какого-либо одного этического течения. В современной этике бизнеса сложилось три основных подхода к моральным проблемам бизнеса: утилитаризм, деонтическая этика (этика долга) и «этика справедливости». Утилитаризм, как концепцию, можно сформулировать следующим образом: морально оправданным считается такое действие, которое в итоге приводит к максимально полезному эффекту. Используя принципы утилитаризма, можно объяснить, почему некоторые действия считаются аморальными, а некоторые – нет. С данной позиции можно доказать, что лгать нехорошо потому, что ложь приведет к снижению общественного благосостояния. Когда люди лгут, они в меньшей мере способны доверять и сотрудничать, что приводит к снижению благосостояния людей. Правдивость в общении – позитивный

фактор, ибо укрепляет доверие и усиливает сотрудничество, тем самым способствуя укреплению благосостояния. Однако практическое применение теории утилитаризма связано с целым рядом проблем, основная из которых состоит в необходимости количественно определить «общественную полезность». Как, например, определить ценность человеческой жизни и здоровья? Предположим, что в результате установки на производстве дорогостоящей системы вентиляции и очистки удастся ликвидировать канцерогенную пыль, которая вызывала легочные заболевания работников. В результате продолжительность их жизни увеличилась на пять лет. Как подсчитать стоимость этих пяти лет жизни и сопоставить ее со стоимостью оборудования и расходами на его установку?

Другой подход к проблемам деловой жизни предлагает деонтическая этика. Центральным в этом подходе является понятие права. С этим понятием приходится сталкиваться каждому. Термин «право» используется для описания нормированного отношения человека к чему-либо. Права являются мощным инструментом социальной регуляции.

Третий подход к проблемам деловой жизни связан с использованием в анализе бизнеса категории справедливости. Однако область применения «этики справедливости» существенно сужена. Последняя включает в основном проблемы, связанные с отношениями бизнеса и общества в целом. Некоторые вопросы с данной позиции рассмотреть невозможно, в частности, это относится к проблемам отношений между и внутри корпораций.

Многие вопросы, с которыми жизнь сталкивает деловых людей, невозможно решить однозначно, необходимо соотнести видение решения с точки зрения различных позиций и морально-нравственных устоев. Именно с этой целью возникла необходимость появления в программах обучения дисциплины «Этика бизнеса». Данная дисциплина будет полезной для всех слушателей в сфере инновационной экономики, так как затрагивает различные аспекты моральных проблем в деловом мире. Это и проблемы корпораций, моральной ответственности внутри корпораций, нравственности и социального контроля, корпоративных кодексов, защиты окружающей среды, морально дозволенного сигнализаторства и морально недозволенного, свободных профессий в бизнесе и профессионализма свободных профессий, морали в международной экономической системе и т.д. Проблемы морали ведения дел активно стучатся в двери. Однако структуры бизнеса не всегда готовы иметь дело с данными проблемами, да и при подготовке специалистов на эти вопросы раньше не обращали внимания. Поэтому сегодня представители бизнеса начинают понимать, что необходимо реагировать на требования, связанные с социальными ценностями, что необходимо в своих расчетах учитывать кроме экономических и нравственные принципы тоже. А для этого необходимо подготовить специалистов новой формации, умеющих видеть и решать проблемы не только с экономической точки зрения, но и с учетом этических аспектов проблемы. В отличие от традиционной культуры, когда господствовала одна этическая система, в современном обществе сосуществуют различные этические системы, что предполагает разную

этическую оценку одних и тех же явлений в сфере бизнеса и в сфере международных отношений.