

БИЗНЕС В БЕЛАРУСИ: ЭТИКО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Е. В. Деньгуб

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель канд. филос. наук, доц. В. Н. Яхно

В современном мире бизнес представляет собой ключевую форму экономической деятельности. Философия бизнеса имеет главной своей целью постижение природы экономической деятельности и экономического поведения в самом широком и глубинном понимании этих феноменов. Ее предназначение состоит в способствовании укоренения идеи ведения бизнеса достойными и одновременно прибыльными методами, поскольку нравственная подоснова деловых решений так же важна, как и экономическая выгода.

В развитых странах достаточно давно существуют определенные этические кодексы предпринимательских отношений, поэтому и исследования в области этики бизнеса в этих странах, особенно в США, ведутся достаточно давно и массово. Так, в США по этике бизнеса читается более 500 курсов лекций не только на философских и теологических отделениях университетов, но и в различных школах бизнеса. Этому предмету посвящено более 50 монографий, несколько газет, включая «Газету по этике бизнеса» и «Бизнес и профессиональная этика». Компьютерный каталог только библиотеки Калифорнийского университета насчитывает свыше 400 названий книг и статей, посвященных этой теме. Практически все крупнейшие компании организуют постоянное обучение своего персонала этике бизнеса [1].

Важнейшее, если не главное, место в ее проблемном поле отводят проблеме ответственности бизнеса, причем не просто отводят, но защищают тезис «бизнес должен быть и на самом деле является социально ответственным» [2, с. 37]. Все философские «дискуссии по теории морали определяются размежеванием трех точек зрения: аргументация развертывается с аристотелевских, кантовских либо с утилитаристских позиций. Все прочие теории можно охарактеризовать как попытки синтеза названных трех подходов» [3, с. 7]. Различия в подходах к введению и обоснованию морально-этических норм определяются тем, с какой позиции – целесообразности, блага или справедливости – происходит оценка поступков и действий.

Прямая связь между уровнем доходов и морально-этической ответственностью, возможно, отсутствует или замерить ее пока достаточно сложно в силу того, что прибыль зависит от большого числа факторов. Но что практически не вызывает возражений, так это то, что именно долгосрочные достижения (в отличие от краткосрочной прибыли) зависят во многом от устойчивости репутации бизнесмена и фирмы, которая, в свою очередь, характеризуется определенной системой ценностей и соблюдением этических принципов в ведении дел. Неэтичное поведение увеличивает риск предприятий, поскольку результат оказывается непредсказуемым.

Пеструю картину предпочтений мы наблюдаем в Беларуси, которая в течение многих десятилетий жила по правилам общественной парадигмы, основанной на нормативном принципе коллективизма. После распада СССР Беларусь пережила мучительные поиски такого положения в пределах континуума «индивидуализм-коллективизм», которое бы позволило, с одной стороны, добиться общественно-политической стабильности и, с другой стороны, эффективно решать экономические проблемы общества.

Индивидуализм и коллективизм являются понятиями, играющими ключевую роль, как при выборе социальной парадигмы в общественной практике, так и в методологическом выборе в экономической науке. Отказ от таких принципов социализма, как общественная собственность на средства производства и плановая организация хозяйства на постсоветском пространстве в пользу частной собственности и рыночной экономики, безусловно, означает также отказ от нормативного и методологического коллективизма.

На сегодняшний день сложилась белорусская модель социально-экономического развития, которая сочетает преимущества рыночного хозяйства с эффективной социальной защитой. Белорусская модель основана не на революционной ломке прежних устоев, а на совершенствовании сложившейся экономической базы. Стратегическим курсом развития страны является формирование социально ориентированной рыночной экономики.

Необходимо отметить некоторые особенности белорусского бизнеса и его представителей. Речь идет прежде всего о менталитете белорусских бизнесменов. Например, российский менеджмент намного жестче белорусского, что отвечает самой специфике российского менталитета. В белорусских условиях управленческая борьба скорее имеет вид «управленческого танца» и конструктивного диалога. Менеджмент в Беларуси ничем не отличается от российского или украинского за исключением одной позиции: отсутствует масштабность мышления, что обусловлено размерами страны. В Беларуси, например, очень высокая культура учета рисков. Но вот с точки зрения масштабности мышления белорусы сильно проигрывают. Это обусловлено тем, что бизнес в нашей стране узконационален. Предприниматель довольствуется устойчивостью в рамках даже не страны, а своего региона [4].

В нашей стране этические кодексы предпринимательских отношений пока не сформировались. И практически отсутствуют отечественные научные публикации, которые были бы специально посвящены проблеме этики и философии бизнеса. Но можно выделить ряд характерных черт белорусского бизнеса: толерантность; местечковость и отсутствие здоровых амбиций; невысокий уровень правовой ответственности предпринимательства (хотя законопослушание является одной из основных черт национального характера); «памяркоўнасьць»; высокая социальная ответственность; низкий уровень прагматизма и рациональности; высокая культура учета рисков. Очевидно, что во избежание деструктивного развития белорусского бизнеса предприимчивость и мораль должны объединиться.

Литература

1. Солодкая, М. С. Этика современного бизнеса – этика ответственности / М. С. Солодкая // Оренбургский институт Московской государственной юридической академии имени О. Е. Кутафина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oimsla.edu.ru/pubs/f21n27.rtf>. – Дата доступа: 19.02.2010.
2. Jones, D. G. Business, religion and ethics / D. G. Jones. – Cambridge (Mass.), 1982.
3. Хабермас, Ю. Демократия. Разум. Нравственность. (Московские лекции и интервью) / Ю. Хабермас. – Москва : АCADEMIA, 1995.
4. Гусаковский, А. Бизнес в Беларуси: особенности ключевых решений / А. Гусаковский, А. Френкель // Белорусская Деловая Газета [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.krconsult.org/analytics/article/companymanagement/66.html>. – Дата доступа: 15.03.2010.