

Этические принципы международного бизнеса

Принципы деловой этики - общие нравственные требования, регулирующие поведение людей в процессе деловых отношений.



Международный бизнес

- доверие партнеров из разных стран, без которого сотрудничество немислимо

Этичному ведению бизнеса присущи

три основные черты:

1. соответствие бизнеса своим целям;
2. подчинение здравому смыслу;
3. действие на принципах элементарной порядочности.

Этика – это совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов в сфере управления и предпринимательства.

Этика международного бизнеса – это совокупность морально- нравственных установленных правил и обычаев в каждой стране.

1994 год- . в швейцарском городе Ко состоялась встреча руководителей крупнейших корпораций Европы, Америки и Японии, на которой была принята широко известная сегодня **Декларация Ко - "Принципы бизнеса"**

Декларация Ко – мировой этический стандарт, в соответствии с которым можно строить и оценивать поведение в сфере международного бизнес) . Авторы Декларации предприняли попытку объединить основы восточных и западных деловых культур.

Главные принципы этики международного бизнеса:

1. Ответственность бизнеса: от блага акционеров к благу его ключевых партнеров.
2. Экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу.
3. Этика бизнеса: от буквы закона к духу доверия.
4. Уважение правовых норм.
5. Поддержка многосторонних торговых отношений.
6. Бережное отношение к окружающей среде.
7. Избегать противозаконных действий.



- Зачастую компании нарушают данные принципы в погоне за максимальным производством, прибылью.
- Сегодня все чаще в выпусках новостей в зарубежных странах встречается слово sweatshop (предприятие, на котором существует потогонная система), которое относится к организациям, вынуждающим своих работников трудиться в неприемлемых условиях: опасных для здоровья, с использованием длинного рабочего дня и детского труда.
- В кампании против таких организаций сегодня участвует множество групп правозащитников, и объектом их внимания нередко становятся, в том числе и такие известные многонациональные корпорации, как Nike, Mattel и Disney.



Итальянский стиль

- Итальянские бизнесмены придают большое значение тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире или обществе
- Немаловажное значение придается в Италии налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными партнерами, особенно во внеслужебное время
- Многие вопросы итальянцы предпочитают обсуждать в неофициальной обстановке
- В спорных вопросах итальянцы склонны к компромиссу



Американский стиль



- Для американского стиля делового взаимодействия характерен утилитаризм – все должно давать доходы
- Американцы считают, что они превосходно разбираются в бизнесе любой страны и любой национальности
- При деловых контактах они не сообщают партнерам информацию обо всех деталях, но ожидают от них понимания порядка работы и ведения бизнеса по-американски
- Всеобщий принцип американского бизнеса – получение прибыли

Японский стиль

- Японский предприниматель стремится к реализации продукции и получению прибыли так же, как его американские и европейские коллеги, но в отличие от них он старается привнести в деловые отношения дух гармонии, установить между партнерами человеческие отношения
- Японские бизнесмены избегают конфликтных ситуаций, пытаясь прийти к разумному компромиссу
- В традициях деловых людей Японии – внимательно выслушать точку зрения партнера, перебивая и не делая



Китайский стиль

- Китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов и последствий предполагаемых сделок
- В Китае придают важное значение налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными партнерами
- Одеваются в Китае очень просто, костюм с галстуком обязателен лишь на официальных приемах и во время визитов к высшим го





Российский стиль

- По оценке отечественных и зарубежных специалистов, этический климат в российских компаниях нельзя считать здоровым
- В отечественных организациях порядочность и честность не считаются необходимыми качествами профессионального руководителя
- Американские ученые объясняют сложный этический климат в российских компаниях относительной молодостью капитализма в стране и наличием «синдрома выживания»: любые средства хороши, если они ведут к достижению цели – продвижению по службе или укреплению позиций на рынке
- Специалисты считают, что исправить создавшуюся ситуацию может появление в российских компаниях людей, которые своим примером покажут, что можно продвигаться по служебной лестнице честным путем

Противоречие между этикой и бизнесом, весьма остро проявляется в деловом общении, причем на самых разных его уровнях. Крайним случаем неэтичного поведения бизнесменов, руководителей предприятий является нарушение закона. Поэтому в понятие этики делового общения входит и забота руководителей предприятий о качестве своей продукции, ответственность за тот вред, который она может нанести населению.