

УДК 330.101.542:174

А. С. Каньшина (2 курс, каф. Политэкономии), Т.В. Хабарина, к.э.н., доц.

ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В России уже в течение многих лет проводятся рыночные реформы, суть которых в формировании экономики, основным субъектом которой является предприниматель. В силу ряда факторов, рыночные реформы в России не привели к подъему экономики. Одним из сдерживающих факторов является, по нашему мнению, отсутствие у населения в целом и у предпринимателей в частности, понимания рыночной этики.

Этика предпринимательской деятельности, как и этика вообще, формируется в течение длительного времени. В России в течение многих десятилетий сознательно культивировалась этика “винтика”, а не этика самостоятельного предпринимателя. Поэтому для нас актуально изучение основ предпринимательской этики.

Цель данной работы состоит в том, чтобы на историческом примере рассмотреть важные черты этики успешного предпринимателя.

Одним из способов формирования предпринимательской этики является создание образа идеального предпринимателя. Видный польский специалист в области теории и истории этики, М.Оссовская, считает, что в формировании предпринимательской этики огромную роль сыграла художественная литература [1]. Она рассматривает образец английского купца, созданный известным английским финансистом и писателем Д.Дефо. Этот пример вполне подходит для нас, так как, во-первых, принципы этики в течение длительного времени не претерпевают существенных изменений и, во-вторых, потому что по уровню развития предпринимательской деятельности современную Россию можно с определенными оговорками сравнить с Англией того времени.

Рассмотрим некоторые черты успешного предпринимателя, которые, по нашему мнению, необходимы и современным предпринимателям.

Важной чертой успешного купца является патриотизм. М. Оссовская отмечает логику рассуждений успешного продавца своих товаров, выработанную Д.Дефо: “ В Англии самый большой торговый оборот, самые смышленные и самые лучшие люди... Все это - лишние доводы в пользу того, что английские товары... лучшие в мире”. Таким образом, чтобы успешно продавать свои товары, предприниматель должен иметь высокую самооценку, а также, высоко оценивать страну, в которой он живет и занимается предпринимательской деятельностью.

Еще К.Маркс удивлялся расчетливости купца Р.Крузо, который все измеряет и подсчитывает. Он сводит к цифре все человеческие отношения. А список убитых им врагов со строкой “Итого” напоминает бухгалтерский баланс.

Предприниматель любит деньги ради самих денег. Купец Р.Крузо, не имея надежды на спасение, все же аккуратно прячет деньги, которые у него оказались.

М.Оссовская отмечает, что купец должен быть честным. Однако его честность предназначена для узкого круга своих партнеров. “Чужих” можно обманывать, если это помогает сбывать товар.

Предприниматель и рискует, и осторожен. Чтобы получить прибыль, он отправляется в опасную и длительную дорогу. В то же время он все свои дела оформляет в письменном виде как договоры, точно определяет что он отдает, а также то, что он хочет получить.

Выводы. Перечисленные выше черты предпринимательской этики показывают, что среди них есть такие, которые принято считать положительными, а также такие, к которым

мы привыкли относиться как к отрицательным. Поэтому, во-первых, нам не следует идеализировать рыночные отношения, как это часто делается в учебной и научной литературе. И, во-вторых, необходимо много работать над формированием положительных качеств у российских предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Оссовская М. Рыцарь и буржуа. Исследование по истории морали. М., 1990.