

*Лютчер Анастасия Сергеевна*

студентка

*Абрамова Юлия Константиновна*

студентка

*Светлакова Олеся Александровна*

студентка

*Златицкая Юлия Александровна*

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

индустриальный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭТИКИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ**

*Аннотация: в статье рассматриваются особенности формирования этических норм в деловой коммуникации России, необходимых для развития цивилизованного бизнеса. Проводится анализ способности компаний в разные периоды времени выстраивать с обществом в лице потребителей, сотрудников, партнеров и государства отношения, основанные на соблюдении законов и этических норм, с учетом осознания предпринимателем того, что недооценка, незнание, игнорирование принципов этики негативно сказываются на развитии деловых отношений.*

*Ключевые слова: этика, деловая этика, деловая коммуникация, национальный характер, национальные традиции, религиозный фактор, исторический путь.*

Этика делового общения как правило подразумевает совокупность разнообразных принципов, правил и норм поведения деловых людей в разных социальных группах и отраслях экономики [1].

Историческое формирование этики делового общения связано с общественно-экономической формацией, в рамках которой осуществляется воспроизведение людей и материальных благ.

По словам историка Д.И. Иловайского, предпринимательство в России формировалось, опираясь на исторически сложившийся характер русского народа – «действенного, расчетливого, домовитого, способного к неуклонному преследованию своей цели, к жесткому или мягкому образу действия, смотря по обстоятельствам» [2].

Геополитическое положение Руси также оказало значительное воздействие на развитие деловой этики. По отношению к культурам других народов русская культура универсальна и терпима. Говоря об этике деловых коммуникаций, надо заметить, что это способность, которая дает возможность достаточно легко вести дела с представителями различных национальностей.

Основы российских норм делового поведения складывались в период становления Московского царства (XV – начало XVI вв.), в котором ещё не существовало единой деловой этики.

Торговые связи Москвы начали быстро развиваться уже с середины XVII века. Постепенно усваивались общие традиции, касающиеся частной собственности, различных договоров, обмена, торговли, конкуренции и прибыль.

Первый толчок к правому оформлению западных традиций дали реформы Петра I, а именно его попытки осуществления государственного контроля над качеством ввозимых и вывозимых товаров, предоставление льгот и покровительство торговым людям.

Основным регулятором деловых отношений в те времена являлась глубокая религиозность предпринимателей. Огромное воздействие на создание принципов российского предпринимательства оказalo старообрядчество. Купцы и промышленники доверяли друг другу, деловая коммуникация строилась на честном слове, исключавшем расписки и векселя [1].

Основными чертами деловой этики XIX века можно назвать честность, верность данному слову, надежность. Купцов уважали за соблюдение кодекса чести, за ведение честной конкуренции.

К началу XX века Россия смогла приобрести статус крупнейшей мировой державы. «Историки и эксперты в сфере деловой культуры утверждают, что Россия смогла догнать и превзойти экономически развитые страны во многом благодаря ускоренной эволюции деловой этики – принципов, на основе которых строятся деловые отношения» [3].

Концентрируя огромные финансовые средства, полученные в результате успешной торговой или промышленной деятельности, предприниматели использовали их не только на развитие собственного дела, но также на благотворительные и культурные цели. Купечество воспринимало ответственность в служении обществу, народу. Это был такой своеобразный патриотический долг. Своей благотворительностью и меценатством оно явило истинный образец высочайшей нравственной культуры.

С началом первой мировой войны, октябрьской революции и гражданской войны было прервано поступательное развитие России, ликвидирован класс предпринимателей, а этика предпринимательства поставлена вне закона и в конечном итоге практически утрачена. В период перестройки, при переходе к рынку, в ходе реформ 90-х годов начался активный процесс ее восстановления. В 2002 году Российский союз промышленников и предпринимателей разработал «Хартию корпоративной и деловой этики», начала внедряться концепция корпоративной социальной ответственности, были также приняты «Декларация ведения добросовестной деловой практики» в Санкт-Петербурге и национальная программа «Российская Деловая Культура».

Современная Россия имеет специфический характер деловой коммуникации, предполагающий нарушение одной из норм универсальной (индивидуальной) морали. В формулировке И. Канта – «Поступай так, чтобы ты всегда относился к человечеству и в своем лице и в лице всякого другого так же, как цели, и никогда не относись к нему только как средству» [4].

Формирование этики деловой коммуникации в России имеет свои особенности, что объясняется спецификой исторического пути, социально-экономического развития, влиянием национальных, религиозных, территориальных факторов. Особенность России состоит и в том, что тот общий путь развития, который для других стран облегчался интенсивным обменом традиций, она часто проходила в одиночку.

В постсоветской России деловая этика складывалась в обстановке высоких политических и экономических рисков. Негативно влияли на формирование этики деловой коммуникации такие факторы, как несовершенное законодательство, экономическая нестабильность, переходный характер экономики, криминализация, коррупция.

Процесс перемен помог возродиться лучшим традициям прошлого. И, хотя в современной России благотворительность и меценатство еще не в полной мере стали составной частью деятельности корпораций в отличие от дореволюционной России, но как положительное явление можно отметить тенденцию роста социальной ответственности предпринимательства перед всеми людьми и организациями, с которыми контактирует в процессе деятельности, и перед обществом в целом.

Современный этап в развитии российской этики деловой коммуникации характеризуется сложным поиском новых жизнеспособных форм, основанных на отечественных традициях, западных приемах и складывающемся собственном опыте.

### ***Список литературы***

1. Егоршин А.П. Этика деловых отношений [Текст]: учебное пособие для вузов / А.П. Егоршин, В.П. Распопов, Н.В. Шашкова. – Новгород: НИМБ. – 2008. – 400 с.
2. Солоницина А.А. Профессиональная этика и этикет [Текст]: Учебник / А.А. Солоницина. – Владивосток: Дальневост. ун-та, 2005. – 200 с.

3. Деловая этика: методические рекомендации для российских компаний. Разработаны ассоциацией независимых директоров (АНД) и Российским институтом директоров (РИД) [Текст]. – М., 2004. – 102 с.
4. Кант И. Основы метафизики нравственности. – М., 1999.
5. Карлова Е.Ю. Особенности формирования этики деловой коммуникации в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-etiki-delovoy-kommunikatsii-v-rossii> (дата обращения: 6.12.2016).