

Слово у спілкуванні буває животворчим і руйнівним. Воно може об'єднувати і роз'єднувати людей, приносити задоволення або прикрощі. Все залежить від того, яка інформація передається за допомогою слова і як це роблять її відправники.

Етика бізнесу — складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації.

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі, а відповідно, і науки про неї. Уже не одне століття у західному світі вважають нормальним (природним) суспільство з ринковою економікою і нормальною (природною) поведінку людини — ринкову поведінку. Неринкова поведінка розцінюється як ненормальна, неприродна, штучна, як потворний наслідок втручання у приватне життя особи зовнішніх щодо неї сил, передусім держави.

Теоретико-методологічною основою наукового розуміння співвідношення етики і бізнесу є вчення про людину, її сутнісні сили, різноманітні відношення до світу (практично-утилітарне, моральне, естетичне тощо). Вступаючи у певне відношення, людина орієнтується на відповідні цінності: за естетичного відношення — на красу; за морального — на своє уявлення про добро; за практично-утилітарного — на користь, матеріальну вигоду.

З розвитком людства змінювалися погляди на сутність і роль багатства.

Етика бізнесу послуговується основними принципами загальної теорії моралі, загальнолюдськими цінностями, які ця теорія обґрунтовує і захищає.

Етика бізнесу розглядає взаємозв'язок цілей і засобів підприємництва, вплив дій підприємця на своє становище і становище працівників фірми, суспільства.

Не може вона бути байдужою і до таких питань, як існування бідності широких мас і зосередження значних багатств у руках незначної кількості населення, відносини малих і великих фірм, конкуренція, лобізм,

ціноутворення, правдивість реклами. Темпераментно реагує етика бізнесу на проблеми збереження навколишнього природного середовища.

Наявність переконливої етики бізнесу ще не є абсолютною передумовою досконалого законодавства у сфері бізнесу, високої моралі підприємців.

Формування високої підприємницької моралі передбачає підпорядкування індивідуальних дій загальнолюдському стандарту відносин у сфері бізнесу, використання національних традицій ділової взаємодії.

Усезагальний характер мають як сукупність певних загальних моральних вимог, так і структура моральної свідомості, форма, в якій виражаються її уявлення та оцінки.

Безперечно, становленню моралі як справді вселюдського феномену сприяло формування світового ринку, а ще раніше — світових релігій.

Принциповим був вплив на мораль демократизації й гуманізації політичної та правової форм суспільної свідомості. З поняттям “права і свободи людини” пов'язана якісна зміна європейської етичної культури в Новий час, сутність якої втілила французька Декларація прав людини і громадянина (1789).

Свобода полягає в можливості робити все, що не завдає шкоди іншому. Тільки це є, за Декларацією, межею здійснення природних прав людини, яка може бути визначена лише законом. Уперше в історії етики було проголошено, що тільки права і свободи іншої людини, а не абстрактні моральні принципи чи релігійні уявлення, окреслюють для людини межі того, що вона повинна і чого не повинна робити.

На початку XXI ст. усезагальність моральних вимог має доповнитися всезагальністю моральності, реальних стосунків між людьми. Світові війни, тоталітарні режими, глобальні екологічні кризи засвідчили взаємозалежність країн сучасного світу, вивели на передній план вселюдські цінності, актуалізували роль моралі і загальнозначущого способу регулювання відносин між людьми.