

Взаимосвязь ценностей и представлений о деловой этике у разных поколений россиян

В.А. Голдырева*,

магистр психологии, преподаватель кафедры общего менеджмента факультета менеджмента Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Представлены результаты исследования, направленного на выявление взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян. Предполагалось, что существуют различия во взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян. Респондентами были 100 человек, половина из которых – представители взрослого поколения (33–72 года), а другая – представители современной молодежи (19–28 лет). С помощью методики исследования ценностей культуры (Ш. Шварц) и методики «Этика делового взаимодействия» (Н.М. Лебедева) были выявлены межпоколенные различия в ценностных приоритетах, а также межпоколенные различия в представлениях о деловой этике россиян. Также установлены и описаны взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике на общей выборке российских респондентов. Показано, что существуют различия во взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян.

Ключевые слова: культура, ценности, деловая этика, представления о деловой этике, межпоколенные различия.

Мы живем в мире, который постоянно находится в развитии. Меняются ценности, установки, представления о материальных благах и т. д. Трансформации подвергается и российский рынок труда, происходит его омоложение, общество предъявляет свои требования к работникам тех или иных компаний и организаций. Поскольку в российских организациях, как правило, коллектив представлен людьми разных возрастов, часть конфликтов

и разногласий может возникать на почве различий в представлениях о том, как «нужно» вести дела или, иными словами, ввиду различий в представлениях о деловой этике. Противоречия могут касаться различий во взглядах на отношения между полами, отношения к женщине-руководителю, к правилам, инструкциям и т. д. На характер этих различий может влиять несколько факторов, в том числе и изменение культурных ориентаций рос-

*vera_goldyreva@mail.ru

сийского населения. Социализация молодого поколения проходила в условиях новой России, и различиями в ценностях можно объяснить различия в представлениях о деловой этике у представителей разных поколений россиян.

В различных науках ученые не раз задавались вопросом, что такое культура. Существует огромное количество ее определений, каждое из которых характеризует ту или иную сторону этого сложнейшего, многомерного и комплексного понятия. В данной работе мы будем опираться на определение, данное американским ученым Дэвидом Мацумото:

«Культура представляет собой динамическую систему правил, эксплицитных и имплицитных, установленных группами с целью обеспечить свое выживание, включая установки, ценности, представления, нормы и модели поведения, общие для группы, но реализуемые различным образом каждым специфическим объединением внутри группы, передаваемые из поколения в поколение, относительно устойчивые, но способные изменяться во времени» [3, с. 40].

Определение Мацумото в наибольшей степени касается представлений, установок и ценностей. Культура реализуется через ценности, которые в свою очередь являются основой любой ее разновидности. Ценности – это осознанное или неосознанное, характерное для индивида или для группы индивидов представление о желаемом, которое определяет выбор целей (индивидуальных или групповых) с учетом возможных средств и способов действия [7].

На сегодняшний день существует большое количество теоретико-методологических подходов к измерению ценностей (Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера, Г. Хофстеда, К. Клакхона и Ф. Строрбек, Э. Холла и др.) Но в данной работе используется способ измерения ценностей, предложенный Ш. Шварцем. Здесь мы будем акцентировать внимание только на ценностях *индивидуального уровня*, поскольку в качестве единицы анализа выступает *личность*, а не социальная группа или институт. Шварц сгруппировал отдельные ценности в блоки, разделяющие общую цель, и дал этим типам

ценностей определения, основанные на их главной цели: власть, достижение, гедонизм, стимуляция, самостоятельность, универсализм, заботливость, традиции, конформизм, безопасность. Позже он создал теорию динамических отношений между ценностными типами, согласно которой все ценности организованы в ценностно-мотивационные оппозиции, расположившиеся на двух биполярных осях: открытость к изменениям (ценности самостоятельности, стимуляции и гедонизма) – сохранение (безопасность, конформность и традиция) и самоутверждение (власть, достижение, гедонизм) – самопреодоление (универсализм и благожелательность). Далее перейдем к рассмотрению теоретико-методологических подходов к определению деловой этики.

Стоит отметить, что в последние два десятилетия этика бизнеса как сфера научно-практического знания вызывает крайний интерес. Деловое сообщество не только осознает этические проблемы, но и придает им большое значение. Что представляет из себя деловая этика? По мнению Р. Льюиса – это набор стандартов, правил, кодов и принципов, которые являются основой честности и морального поведения в деловых отношениях [2]. Ю. Петрунин определяет ее как «применение этических принципов к деловым ситуациям». Л. Нэш считает, что этика бизнеса не является набором простых определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент решения и анализа проблем, которые встают перед человеком, занимающимся бизнесом [4; 5]. В литературе деловая этика определяется также как дисциплина, изучающая взаимодействие бизнеса и этики, индивидуальную и корпоративную деловую деятельность «с особым вниманием к ее моральной адекватности» [6], конкретное применение норм морали в деловой политике, институтах и поведении [9]. Она «предполагает формальную и идентифицируемую деятельность, осуществляемую между индивидами, организациями или прочими экономическими субъектами, которая связана с бизнесом и включает явно выраженную взаимосвязь с этическими (т. е. моральными) нормами и/или их приложение» [8].

Как мы уже отметили, этике деловых отношений последнее время уделяется большое внимание. Но отечественных разработок и учебников по данной проблематике недостаточно, и они не отвечают требованиям практического характера. Деловая этика преподносится в виде моральных норм и поучений. Много внимания уделяется этикету, а не деловой этике или этике деловых отношений в целом. На практике ощущается недостаток исследований научного характера, тем более исследований, затрагивающих аспект психологического отношения к деловому взаимодействию. Проблема заключается в том, что на сегодняшний день практически отсутствуют научные исследования, подтверждающие наличие / отсутствие межпоколенных различий в представлениях о деловой этике, хотя исследования, подтверждающие межпоколенные различия в ценностях, существуют [1]. С точки зрения этого аспекта подобное исследование крайне актуально. В данной статье продемонстрированы результаты специального исследования, направленного на выявление межпоколенных различий в представлениях о деловой этике и установление взаимосвязи между ценностями и представлениями. Итак, **целью** исследования является выявление взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян.

Общая гипотеза исследования: существуют различия во взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян.

Частные гипотезы:

- существуют различия в ценностях разных поколений россиян;

- существуют различия в представлениях об этике делового взаимодействия у разных поколений россиян;

- существует взаимосвязь между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян.

Выборка, метод и применяемые методики

Участники исследования. В качестве респондентов в данном исследовании выступали 100 человек. В исследовании принимали участие представители взрослого поколения и молодежи России (табл. 1) – представители молодого (19–28 лет) и взрослого поколений (33–72 года).

В качестве основного *метода исследования* был использован опрос (анкетирование), проводимый с помощью следующего инструментария: *методика исследования ценностей культуры (Ш. Шварц) и методика «Этика делового взаимодействия» (Н.М. Лебедева)*.

Первая методика представляет собой список из 57 ценностей, важность каждой из которых оценивается респондентом по 7-балльной шкале. При обработке результатов подсчитывались баллы по каждому из выделенных 10 блоков ценностей индивидуального уровня (безопасность, конформность, традиция, благожелательность, универсализм, самостоятельность, стимуляция, гедонизм, достижение, власть). Каждая переменная рассчитывалась как средняя арифметическая ценностей, входящих в блок в соответствии с ключом. Были рассчитаны также значения четырех ценностных оппозиций: **сохранение/консерватизм** (рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей безопас-

Таблица 1

Социально-демографические характеристики выборки исследования

Участники исследования	Взрослые	Молодежь
Всего	50 чел.	50 чел.
Мужчины	21 чел.	17 чел.
Женщины	29 чел.	33 чел.
	Средний возраст – 47 лет max – 72 min – 33	Средний возраст – 24 года max – 28 min – 19

ность, конформность, традиция), **открытость изменениям** (рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей самостоятельности, стимуляция), **самопреодоление** (рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей благожелательность, универсализм), **самоутверждение** (рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей гедонизм, достижение, власть).

Вторая методика представляет собой опросник, состоящий из 25 утверждений, к каждому из которых предлагается пять вариантов ответов, где 1 соответствует ответу «совсем не типично», а 5 – «очень типично». Этот блок вопросов направлен на выявление у респондентов культурно-специфических особенностей делового взаимодействия.

Статистическая обработка данных проводилась с помощью программного пакета SPSS 17.0. Для исследования взаимосвязи культурных ценностей с представлениями о деловой этике и установления межпоколенных различий использовались методы математико-статистической обработки: метод сравнения средних значений с исполь-

зованием *t*-критерия Стьюдента, корреляционного анализа по методу Спирмена, факторного анализа по методу главных компонент, множественного регрессионного анализа (метод *stepwise*). Для оценки нормальности распределения использовался также критерий Колмогорова-Смирнова; для выявления значимых различий между показателями в группах применялся *Z*-критерий Колмогорова-Смирнова для независимых выборок; для определения внутренней согласованности психологических оценок вычислялся коэффициент α -Кронбаха. Для вычисления и анализа показателей центра распределения культурных ценностей и представлений о деловой этике использовались методы описательной статистики: медиана, среднее арифметическое, стандартное отклонение.

Результаты исследования

Межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня. Описательные статистики и межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня по *t*-критерию Стьюдента приведены в табл. 2.

Таблица 2

Межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня (по *t*-критерию Стьюдента)

Шкала	Взрослые			Молодежь		
	min-max	Ср. знач.	Станд. откл.	min-max	Ср. знач.	Станд. откл.
Безопасность	3,2–5,8	4,73	0,57	2,2–6	3,72	0,61
Конформность	3–5,5	4,07	0,62	1,5–5,3	3,2	0,74
Традиция	1,8–4,4	3,14	0,69	0,2–5,2	2,38	0,73
Благожелательность	2,2–5,6	4,07*	0,69	1,6–5,2	3,27*	0,62
Универсализм	2–5,3	3,41	0,53	2–4	3,2	0,45
Самостоятельность	2,6–5	3,75*	0,60	3–5	4,43*	0,42
Стимуляция	0,7–4,3	2,07	0,76	2–6	3,89	0,85
Гедонизм	1,3–5,3	3,64	0,81	2–6,3	4,87	0,82
Достижение	2,8–5	3,90	0,55	3–5,5	4,29	0,53
Власть	1,8–5,3	3,26	0,69	2,8–6,2	3,88	0,72
Сохранение	2,8–4,9	3,98	0,42	1,8–5,2	3,1	0,53
Открытость изменениям	2,3–4,6	3,15	0,44	2,5–5,6	4,4	0,53
Самопреодоление	2,1–5,4	3,74	0,50	2,2–4,4	3,24	0,44
Самоутверждение	2,1–4,4	3,60	0,44	3,0–5,5	4,35	0,50

* – различия достоверны на уровне $p < 0,05$; ** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$; *** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$.

На индивидуальном уровне выявились различия по блокам ценностей «благожелательность» и «самостоятельность». Таким образом, первая частная гипотеза о наличии межпоколенных различий в ценностных ориентациях подтвердилась: значимость ценностей блока «благожелательность» оказалась выше у взрослых респондентов, а блока «самостоятельность» – у молодежи.

Результаты факторного анализа представлений о деловой этике. Чтобы иметь представление о факторах, лежащих в основе представлений о деловой этике, был проведен факторный анализ по методу главных компонент при обработке данных опросника «Этика делового взаимодействия». В результате было получено 5 факторов (табл. 3).

Таблица 3

Факторы деловой этики и вошедшие в них переменные (общая выборка)

Фактор	Виды поведения
1. Деловая предприимчивость (вес фактора – 6,5; дисперсия – 26 %)	Стремиться создать свой собственный бизнес (0,81) Льстить влиятельным лицам (0,8) Проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т. д.) (0,79) Настаивать на своем, торговаться «до последнего» (0,74)
2. Неразборчивость в средствах (вес фактора – 4; дисперсия – 16,7 %)	Безропотно терпеть упреки начальства (0,78) Демонстрировать свою компетентность в присутствии не очень компетентного начальника (0,76) При устройстве на работу рассказывать о своих заслугах на прежнем месте работы (0,65) Делать бизнес с неприятным вам человеком, если это выгодно (0,6)
3. Ориентация на командную работу (вес фактора – 2,2; дисперсия – 8,8 %)	Сотрудникам – проявлять инициативу и ответственность за качество работы (0,83) Хвалить хорошего работника в присутствии других (0,78) Руководителю – выполнять данные подчиненному обещания (0,43) Не делать бизнес с неприятным человеком, даже если это выгодно (0,34)
4. Пренебрежение к делу, ориентация на связи (вес фактора – 1,4; дисперсия – 5,6 %)	Опаздывать на важную деловую встречу (0,7) Предпочитать брать на работу родственников и близких (0,62) Делать подарки людям, от которых зависит успех вашего дела, карьеры и т. д. (0,52) Пускать заработанные деньги «в рост» (класть в банк под %, делать инвестиции) (0,47)
5. Прямолинейность в делах (вес фактора – 1,1; дисперсия – 4,6 %)	Открыто выражать свое несогласие с начальником (0,68) Позвонить незнакомому человеку и назначить деловую встречу (0,58) В деловой встрече после приветствия сразу переходить к сути вопроса (0,57) Настаивать на своем, торговаться «до последнего» (0,3)

Каждый фактор был проанализирован с точки зрения внутренней согласованности переменных (табл. 4).

Таблица 4

Проверка внутренней согласованности шкал опросника

Шкала	α -Кронбаха
Деловая предприимчивость	0,6
Неразборчивость в средствах	0,8
Ориентация на командную работу	0,7
Пренебрежение к делу, ориентация на связи	0,7
Прямолинейность в делах	0,6

Показатели α -Кронбаха по всем выделенным факторам имеют высокие значения, следовательно, переменные, вошедшие в факторы, согласованы между собой и образованные ими шкалы валидны.

Описательные статистики и межпоколенные различия в факторах представлений о деловой этике по критерию Колмогорова-Смирнова представлены в табл. 5.

Между группами молодых и взрослых респондентов имеют место значимые различия по факторам «деловая предприимчивость», «ориентация на командную работу», «пренебрежение к делу, ориентация на связи» и «прямолинейность в делах». У молодых представителей россиян средние значения по дан-

ным параметрам имеют более высокие значения.

Взаимосвязь ценностей и представлений о деловой этике. Для проверки третьей частной гипотезы был проведен корреляционный анализ по методу Спирмена (табл. 6).

Для выявления различий во взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян был использован множественный регрессионный анализ. В таблицах 7 и 8 представлены результаты исследования взаимосвязи *ценностных оппозиций* (сохранение, самопреодоление, самоутверждение и открытость изменениям) с *представлениями о деловой этике* отдельно для каждого поколения.

Таблица 5

Межпоколенные различия в факторах представлений о деловой этике (по критерию Колмогорова-Смирнова)

Фактор (шкала)	Взрослые		Молодежь	
	среднее значение	станд. откл.	среднее значение	станд. откл.
Деловая предприимчивость	2,6***	0,3	3,6***	0,3
Неразборчивость в средствах	2,6	0,5	2,6	0,4
Ориентация на командную работу	3*	0,3	3,4*	0,4
Пренебрежение к делу, ориентация на связи	3***	0,3	3,5***	0,5
Прямолинейность в делах	1,9***	0,5	2,8***	0,4

*** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$; ** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$; * – различия достоверны на уровне $p < 0,05$.

Таблица 6

Взаимосвязь ценностных оппозиций с факторами представлений о деловой этике: результаты корреляционного анализа (общая выборка)

Фактор (шкала)	Сохранение	Открытость изменениям	Самопреодоление	Самоутверждение
Деловая предприимчивость	-0,64**	0,72**	-0,43**	0,58**
Неразборчивость в средствах	-	-	-	-
Ориентация на командную работу	-0,25*	0,35**	-	0,27**
Пренебрежение к делу, ориентация на связи	-0,5**	0,48**	-0,31**	0,43**
Прямолинейность в делах	-0,55**	0,54**	-0,34**	0,43**

Таблица 7

Взаимосвязь ценностных оппозиций с представлениями о деловой этике: результаты множественной регрессии (взрослые)

Представления о деловой этике	Сохранение β	Открытость изменениям β	Самоутверждение β	Самопреодоление β	R^2
Делать бизнес с неприятным вам человеком, если это выгодно		0,27*			0,16
Делать подарки людям, от которых зависит успех вашего дела, карьеры и т. д.	-0,30*				0,07
В одежде подчеркивать свою привлекательность для противоположного пола				0,34*	0,10
Хвалить хорошего работника в присутствии других				0,36*	0,11
В деловой беседе делать долгие паузы				0,33*	0,09
Делать бизнес с неприятным вам человеком, если это выгодно				-0,36*	0,10
Пускать заработанные деньги «в рост» (класть в банк под %, делать инвестиции)			0,3*		0,07

*** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$; ** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$; * – различия достоверны на уровне $p < 0,05$; β – стандартизированные коэффициенты уравнения регрессии; R^2 – доля дисперсии.

Таблица 8

Взаимосвязь ценностных оппозиций с представлениями о деловой этике: результаты множественной регрессии (молодежь)

Представления о деловой этике	Сохранение β	Открытость изменениям β	Самоутверждение β	Самопреодоление β	R^2
В одежде подчеркивать свою привлекательность для противоположного пола		0,31*			0,08
Проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т. д.)		0,32*			0,09
В деловой беседе делать долгие паузы		-0,47***			0,2
Делать подарки людям, от которых зависит успех вашего дела, карьеры и т. д.		0,37**			0,12
Открыто выражать свое несогласие с начальником		-0,31*			0,08
При устройстве на работу рассказывать о своих заслугах на прежнем месте работы	0,32*				0,08
Настаивать на своем, торговаться «до последнего»	-0,47**				0,2
Предпочитать брать на работу родственников и близких	-0,45**				0,19
Иметь стабильную, хоть и низкооплачиваемую работу	0,34*				0,1

Льстить влиятельным лицам				-0,31*	0,08
Хвалить хорошего работника в присутствии других				0,48***	0,21
Проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т. д.)			-0,42*		0,14
Критиковать нерадивого сотрудника в присутствии коллег за плохо выполненную работу			-0,3*		0,07

*** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$; ** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$; * – различия достоверны на уровне $p < 0,05$; β – стандартизированные коэффициенты уравнения регрессии; R^2 – доля дисперсии.

Взаимосвязь между ценностными оппозициями и факторами представлений о деловой этике у взрослых и молодежи представлены в табл. 9 и 10.

Таблица 9

Взаимосвязь между ценностно-мотивационными оппозициями и факторами представлений о деловой этике. Взрослое поколение (по методу Спирмена)

Фактор (шкала)	Сохранение	Самопреодоление
Ориентация на командную работу	0,3*	0,35*

Таблица 10

Взаимосвязь между ценностно-мотивационными оппозициями и факторами представлений о деловой этике. Молодое поколение (по методу Спирмена)

Фактор	Сохранение	Открытость изменениям	Самопреодоление	Самоутверждение
Неразборчивость в средствах	0,39**	-0,32*		
Пренебрежение к делу, ориентация на связи	-0,37**			
Прямолинейность в делах			0,35*	-0,33*

У взрослых респондентов самопреодоление и сохранение положительно связаны с ориентацией на командную работу. На выборке молодых респондентов были выявлены положительные связи между прямолинейностью в делах и самопреодолением, между сохранением и неразборчивостью в средствах.

Обсуждение результатов

Выявлены межпоколенные различия в ценностных приоритетах на индивидуальном уровне. Молодые респонденты более самостоятельны в выборе действий, исследова-

тельской активности, более независимы. Для взрослых респондентов, в свою очередь, наиболее важными ценностями являются ценности полезности, лояльности, честности, ответственности и дружбы.

Между группами молодых и взрослых респондентов наблюдаются значимые различия по факторам «деловая предприимчивость», «ориентация на командную работу», «пренебрежение к делу, ориентация на связи» и «прямолинейность в делах». Молодые респонденты более предприимчивы, прямолинейны в делах, ориентированы на связи;

стремятся к независимости, самостоятельно-сти, отличаются активной жизненной позицией и умением проявлять свои сильные стороны, при этом могут вести себя некорректно по отношению к начальнику или партнеру по бизнесу.

В исследовании также были выявлены взаимосвязи между *ценностно-мотивационными оппозициями и представлениями об этике делового взаимодействия* у разных поколений россиян. Не было выявлено взаимосвязи между «открытостью изменениям» и представлениями о деловой этике у взрослого поколения респондентов. Зато эта ценностно-мотивационная оппозиция показала наибольшее количество связей у молодых респондентов. Позитивная связь была найдена между «самоутверждением» и возможностью пустить заработанные деньги в рост у респондентов взрослого поколения, в то время как та же самая ценностно-мотивационная оппозиция положительно связана с демонстрацией своей привлекательности с помощью одежды у молодого поколения респондентов.

При анализе *взаимосвязи между ценностно-мотивационными оппозициями и факторами представлений о деловой этике* на общей выборке можно резюмировать, что «открытость изменениям» и «самоутверждение» положительно связаны практически со всеми выделенными на общей выборке факторами, а именно «деловой предприимчивостью», «ориентацией на командную работу», «ориентацией на связи», «прямолинейностью в делах». Ценности «сохранение» и «самопреодоление» негативно связаны с представлениями о деловой этике.

При выявлении взаимосвязи между двумя вышеуказанными конструктами отдельно для взрослых и молодежи выяснилось, что у взрослых респондентов ценности «сохранение» положительно связаны с «ориентацией на командную работу». Данный блок ценностей предполагает безопасность, гармонию, стабильность, сдерживание действий, которые могут причинить вред другим, уважение обычаев и идей, существующих в культуре, в этой связи очевидна связь ценностей сохранения с ориентацией на командную работу. Умение ру-

ководителя держать слово, уважительное отношение к подчиненным, ответственность каждого сотрудника за качество работы имеет положительную взаимосвязь с ценностями сохранения у взрослого поколения россиян.

Выводы

1. Существуют межпоколенные различия в *ценностных приоритетах* на индивидуальном уровне. При этом у молодых респондентов сильнее выражена ценность «самостоятельность», а у взрослых «благожелательность».

2. Предположение о наличии межпоколенных различий в *представлениях о деловой этике подтвердилось*. С помощью факторного анализа выявлены значимые различия между группами молодых и взрослых респондентов по факторам «деловая предприимчивость», «ориентация на командную работу», «пренебрежение к делу, ориентация на связи» и «прямолинейность в делах». У молодых представителей россиян средние значения по данным параметрам имеют более высокие значения.

3. Выявлены взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике на общей выборке российских респондентов. Были выявлены значимые позитивные связи между ценностями открытости изменениям и факторами «деловая предприимчивость» и «прямолинейность в делах». Ценности самоутверждения на общей выборке показали значимые положительные корреляции между факторами «деловая предприимчивость» и «ориентация на связи». Ценности сохранения показали отрицательные связи практически со всеми пятью факторами представлений о деловой этике.

4. Существуют различия во взаимосвязи между ценностями и представлениями о деловой этике у разных поколений россиян. Ценностно-мотивационный блок «сохранение» положительно связан с «ориентацией на командную работу» у взрослых и отрицательно – с «пренебрежением к делу» (ориентацией на связи) у молодежи.

5. Ценности «открытости изменениям» у взрослых не связаны с представлениями о деловой этике. У молодежи ценность «открытость изменениям» отрицательно связана с

фактором «неразборчивость в средствах» и положительно с представлениями о деловой этике, такими как «делать подарки людям, от которых зависит успех вашего дела, ка-

рьеры и т.д.», «проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т.д.)», «продумывать план и стратегию деловой встречи».

Литература

1. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М., 2007.
2. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М., 2001.
3. Мацумото Д. Психология и культура. СПб., 2002.
4. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учебн. пособие. М., 2000.
5. Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет. Учебник / А.А. Солоницына. Владивосток, 2005.
6. Goodpaster K.E. Business ethics // Encyclopedic dictionary of business ethics. Cambridge (MA), 1997.
7. Kluckhohn C. & Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. Evanston, IL, 1961.
8. Schwartz M.S., Weber J. A business ethics national index (BENI): Measuring business ethics activity around the world // Business a. society. L., 2006. V. 45. № 3.
9. Velasquez M.G. Business ethics: Concepts and cases. Upper Saddle River (N.J.), 2006.

The relationship of values and concepts of business ethics in different generations of Russians

V. A. Goldyreva,

Master of Psychology, Lecturer, Chair of General Management, Department of Management, National Research University "Higher School of Economics"

We present the results of a study aimed at revealing the relationship between values and concepts of business ethics in different generations of Russians. We assumed differences in the relationship between values and concepts of business ethics in different generations of Russians. The respondents were 100 people, half of them – representatives of the older generation (33-72 years), and the others – representatives of the youth (19-28 years). Using the methods "Cross-Cultural values investigation" (Schwartz) and "Ethics of business interaction" (N. Lebedeva), we identified intergenerational differences in value priorities, as well as intergenerational differences in views on business ethics in Russians. We also described the relationship between the values and concepts of business ethics on the total sample of Russian respondents. We show differences in the relationship between the values and concepts of business ethics in different generations of Russians.

Keywords: culture, values, business ethics, concepts of ethics, intergenerational differences.

References

1. Lebedeva N.M., Tatarko A.N. Cennosti kul'tury i razvitiye obshhestva. M., 2007.
2. L'juis R.D. Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolknovenija k vzaimoponimaniu. M., 2001.
3. Macumoto D. Psihologija i kul'tura. SPb., 2002.
4. Petrunin Ju.Ju., Borisov V.K. Etika biznesa: Uchebn. posobie. M., 2000.
5. Solonicyna A.A. Professional'naja etika i etiket. Uchebnik / A. A. Solonicyna. Vladivostok, 2005.
6. Goodpaster K.E. Business ethics // Encyclopedic dictionary of business ethics. Cambridge (MA), 1997.
7. Kluckhohn C. & Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. Evanston, IL, 1961.
8. Schwartz M.S., Weber J. A business ethics national index (BENI): Measuring business ethics activity around the world // Business a. society. L., 2006. V. 45. № 3.
9. Velasquez M.G. Business ethics: Concepts and cases. Upper Saddle River (N.J.), 2006.