



---

## BUSINESS ETHICS AND CULTURE

Velieva Susanna Raipovna<sup>1</sup>

Qodirov Jamshid Zafar ugli<sup>2</sup>

*Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan*

---

### KEYWORDS

hierarchical level, procedures,  
moral categories, business  
relations

---

### ABSTRACT

This article discusses the features of business ethics and culture. Entrepreneurial activity depends not only on the legal and organizational foundations of entrepreneurship, but is also assessed by the observance of general moral norms by people, specialists and workers, especially foreign colleagues within the framework of businessmen. The article explains how the manners, culture, worldview of a businessman pay attention to the rules of doing business.

2181-2675/© 2022 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7451188

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

---

<sup>1</sup> Teacher, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB

<sup>2</sup> Student, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB

## ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И КУЛЬТУРА

### KALIT SO'ZLAR:

иерархический уровень, процедуры, нравственные категории, деловые отношения

### ANNOTATSIYA

В данной статье рассматриваются особенности деловой этики и культуры. Предпринимательская деятельность зависит не только от правовых и организационных основ предпринимательства, но и оценивается соблюдением общих моральных норм людьми, специалистами и рабочими, особенно иностранными коллегами в рамках бизнесменов. В статье объясняется, насколько манеры, культура, мировоззрение бизнесмена обращают внимание на правила ведения бизнеса.

Деятельность предпринимателя не только зависит от правовых и организационных основ предпринимательства, но и оценивается соблюдением общечеловеческих моральных норм среди служащих ему людей, специалистов и рабочих, особенно иностранных коллег - бизнесменов. Больше половины успеха на работе напрямую зависит от его манер, культуры, мировоззрения, знания правил ведения бизнеса.

В общем, предпринимательство — это культура. Как говорится, культурному человеку не обязательно быть предпринимателем, а предпринимателю надо быть культурным. Аристотель в свое время первым заговорил об этике и сказал: «Этика помогает нам определить, что делать и от чего воздерживаться». Президент И. Каримов определил понятие нравственности следующим образом: «Нравственность является ядром духовности. Человеческая мораль состоит не только из таких приветствий и хорошего поведения. Этика означает, прежде всего, чувство честности и справедливости, веру и честность».

Для хорошего бизнес-лидера необходимы определенные личные качества. Он должен быть решительным, подвижным и умным. Предприниматель должен уметь собирать необходимые идеи. 99% продвинутых гоев возникают от общения со специалистами, 1% гоев возникают от знающих людей. Для этого надо уметь разговаривать, учиться, забывать личные обиды, систематизировать мысли, а главное, всегда учиться. В противном случае он не сможет оценить свой маленький труд.

Культура – это совокупность производственных, социальных и духовных потребностей людей или высокий уровень чего-либо, высокое развитие, мастерство. Определений гораздо больше, но по своей сути культура – это понятие, объединяющее разные стороны жизни, деятельности и поведения людей, их объединений и общества в целом на определенном историческом этапе его развития.

Любая культура, в том числе и предпринимательская, включает в себя два основных аспекта: ценности и рутины. Ценности – это нравственные идеалы,

качества, являющиеся высшими нравственными категориями. Процедуры — это формально зафиксированные и неписанные правила поведения, основанные на установленных ценностях.

Предпринимательский процесс, вне зависимости от масштабов сделки, вне зависимости от иерархического уровня, тесно связан с культурной средой, а структурно делится - по отношению к организации - на внешнюю культурную среду и внутреннюю культурную среду. Среда Внешняя культурная среда является составной частью макросреды, влияющей на поведение организации. Внутренняя культурная среда относится к микросреде субъекта. Это относится к экономической деятельности и самой организации, а также к партнерам, с которыми она взаимодействует.

Состав культурной среды характеризуется сочетанием таких факторов, как политика, технологии, образование, искусство, ценности и установки, религия, язык, юриспруденция и другие. Политика — известная категория, но не все предприниматели учитывают возможности этого культурного фактора при организации предпринимательства. Политические исследования помогают понять потенциал общественного вклада страны в бизнес-среду компании. Стабильность политической среды, характеристики групп и партий, поддерживающих или препятствующих иностранному бизнесу, уровень влияния каждой из этих групп являются факторами, позволяющими оценить уровень предпринимательского риска с политической точки зрения.

«Настоящий» предприниматель умеет видеть горизонты предпринимательской деятельности своей компании, брать пример, мотивировать и поощрять работу других, реализовывать задуманное, уметь принимать решения и брать на себя ответственность в любой ситуации нужно. Для этого предприниматель должен обладать уникальным видением и умением сводить сложное к простому, чтобы подчеркнуть главное, определить будущее предприятия на пять-десять лет вперед. Важнейшим фактором культуры предпринимателя является его компетентность как менеджера и специалиста, что предполагает знание философии всех технологий, экономики и инструментов бизнеса. Видно, что такой подход является более цивилизованным и, как следствие, более эффективным, поскольку малое предприятие является составной частью общества, подтверждая в себе этические нормы общения, в то же время способствуя их распространению в обществе, окружающую социальную среду. Чем благополучнее нравственная среда в обществе, тем более благоприятная среда создается для предпринимательской деятельности. В то же время неэтичное поведение (и общение) рано или поздно если и не несет прямых экономических потерь, то в любом случае как для предприятия, так и для социальной среды и приводит к моральным издержкам.

**Список использованной литературы:**

1. Raipovna V. S. Specialities of Taking Linguistic And Methodical Traditions Into Account //Web of Scholars: Multidimensional Research Journal. – 2022. – Т. 1. – №. 7. – С. 74-76.
2. Велиева С. Р. ПРИЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – С. 385-389.
3. Velieva S. R. Semantic Modules in the Language's Lexico-Semantic System //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF LITERATURE, PHILOSOPHY AND CULTURE. – 2022. – Т. 3. – №. 5. – С. 112-117.
4. Велиева С., Коробкова А. Словарно-орфографическая работа на занятиях русского языка //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – Т. 1. – №. 1. – С. 626-628.
5. Велиева С. Р., Бавбекова А. Э. МОТИВАЦИЯ И МЕТОДЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО //BARQARORLIK VA YETAKSHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – С. 8-11.
6. Велиева С. Р. Использование Интерактивных Методов При Обучении Учащихся, Слабо Владеющих Русским Языком //IJTIMOIY FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2021. – Т. 1. – №. 6. – С. 75-79.
7. Raipovna V. S. Foreign Experience in Digital Educational Technologies //European journal of innovation in nonformal education. – 2021. – Т. 1. – №. 2. – С. 152-154.
8. Raipovna V. S. A Comparative-Contrastive Analysis in Teaching Grammar of a Foreign Language (On the Example of the English Perfect) //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF LITERATURE, PHILOSOPHY AND CULTURE. – 2021. – Т. 2. – №. 10. – С. 10-13.
9. Raipovna V. S. THE CLASSIFICATION OF THE SENTENCES AND THEIR TRANSLATION WAYS //MODERN SCIENTIFIC CHALLENGES AND TRENDS. – 2021. – С. 58.
10. Велиева С. Методика Кейс-Стади При Обучении Русскому Языку Как Иностранному //Актуальное В Филологии. – 2021. – Т. 3. – №. 3.
11. Велиева С. Р. Формирование универсальных учебных действий при изучении имени прилагательного в начальной школе //В поисках социальной истины. – 2021. – С. 364-367.
12. SUSANNA V. ISSUES OF JOURNALISM, PEDAGOGY AND LINGUISTICS.
13. Akramovich N. A. THE PRIORITY OF USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE AGRICULTURAL EDUCATION SYSTEM //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 10. – С. 185-191.
14. Nizametdinov A., Ahmedova H. Elektron ta'lim metodologiyasi rivojlantirishning usullari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – Т. 1. – №. 1. – С. 29-31.
15. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMIDA AGRAR SOHANING USTUVORLIGI UNDA INNOVATSIYALARNING QULLANISHI. INTERNATIONAL

- CONFERENCES, 1(6), 96–98. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/104>
16. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMINING AGRAR SOHASIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR QO'LLASH USTUVORLIGI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(6), 58–60. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/96>
17. Nizametdinov A. et al. THE IMPORTANCE OF THE DIGITAL ECONOMY TODAY //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 11. – C. 251-254.
18. Akramovich N. A. et al. RAQAMLI IQTISODIYOTNI O'ZBEKISTONDAGI O'RNI //Conferencea. – 2022. – C. 67-69.
19. Nizametdinov Ali Akramovich. (2022). SUN'IY INTELEKTNI KADRLAR SIYOSATINI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI. International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research, 1(2), 251–253. Retrieved from <http://journal.jbnuu.uz/index.php/ijcstr/article/view/171>
20. Bahodirovna D. L., Rakhimovna R. T., Vladimirovna S. L. SPECIAL MEANS OF IMPROVING PHYSICAL PREPAREDNESS FOR SHORT DISTANCE RUNNERS //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – T. 3. – №. 12. – C. 95-99.
21. Nizametdinov A. et al. THE NATURE, CAUSES AND CONSEQUENCES OF THE HIDDEN ECONOMY AND FACTORS AFFECTING IT //Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development. – 2022. – T. 10. – C. 22-39.
22. Nizametdinov A. et al. THE PLACE OF THE DIGITAL ECONOMY IN OUR DAILY LIFE //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – T. 3. – №. 12. – C. 100-124.
23. Akramovich N. A. et al. PROBLEMS AND SOLUTIONS IN WORKING WITH THE POPULATION IN THE BANKING SYSTEM OF UZBEKISTAN //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 12. – C. 25-30.
24. Alijon N., Sherzod Y. FACTORS OF INSURANCE ACTIVITY IMPLEMENTATION //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 12. – C. 20-24.
25. Nizametdinov Ali Akramovich. (2022). HISTORY, SUBJECT AND OBJECT OF FORMATION OF "MACROECONOMICS". Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 10(1), 209–210. Retrieved from <https://giirj.com/index.php/giirj/article/view/998>