Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Этика и мораль предпринимательской деятельности |  3 |
| 2.Этическая роль предпринимателей и менеджеров в организации |  6 |
| 3.Власть и подчинение |  8 |
| 4.Основные направления повышения этичности поведения руководителей и подчинённых в организации |   13 |
| 5.Этика предпринимательства в различных странах, её особенности и отличительные черты |   15 |
|  |  |
| Список используемой литературы |  19 |

1. Этика и мораль предпринимательской деятельности

Этика (моральная философия) изучает социальную мораль, знакомит с нормами морали, учит людей принимать и учитывать интересы других людей и таким образом соответствовать социальным стандартам. В хозяйственной деятельности этика и личный интерес могут совпадать, особенно в условиях, когда моральное поведение выгодно. Это обстоятельство затрудняет истинную оценку поведения предпринимателя.

Профессиональная деятельность приводит к множеству этических по своему характеру вопросов, которые могут быть решены средствами универсальной этики. Профессиональная этика изучает профессиональную мораль как конкретизацию общих нравственных принципов и норм применительно к особенностям того или иного вида профессиональной деятельности.

Профессиональная мораль возникает с общественным разделением труда, положившим начало профессиональному обособлению социальных групп. С образованием профессиональных групп возникает социальная потребность в регулировании отношений людей внутри данных групп. Первоначально это был небольшой круг профессий, которые в процессе дальнейшей специализации труда все больше дифференцировались, в результате чего возникали все новые профессии.

В профессиональной деятельности человек вовлекается с его субъективным миром чувств, переживаний, стремлений, нравственных оценок, со своим образом мышления. Среди многообразных ситуаций в профессиональных отношениях начинают выделяться наиболее типичные, которые и характеризуют относительную самостоятельность профессии, ее моральную атмосферу. А это, в свою очередь, обуславливает специфику поступков людей. Своеобразие их норм поведения.

Таким образом, как только профессиональные отношения приобрели качественную устойчивость, это привело к формированию особых нравственных установок, соответствующих характеру труда, т.е. к возникновению профессиональной морали с ее исходной клеточной нормой, отражающей практическую целесообразность определенных форм взаимоотношений, как между членами профессиональной группы, так и между самой группой с обществом. Историческое развитие профессиональной нормы шло от конкретного к абстрактному. Первоначально ее значение сугубо конкретно и связывается с определенным реальным действием или предметом. Лишь в результате длительного развития ее смысловое содержание приобретает общий, собственно моральный смысл.

Предпринимателям обычно безразлично, что определяет их действия — здравый смысл управления деятельностью организации или требования морали. Однако такое поведение менеджеров в условиях ухудшения состояния окружающей среды может привести к аморальным действиям. Так, стремление максимизировать прибыли в условиях ухудшения экологической обстановки может нанести ущерб природной среде и экономически слабым группам населения.

Хозяйственная деятельность осуществляется в социальной среде, поэтому предприниматели должны оценивать полезность своих действий с точки зрения не только здравого смысла и эффективности бизнеса, но и морали. Поступать морально - означает рассматривать здравый смысл как мотив и обоснование этического поведения.

Предприниматель, проявляющий интерес к морали, стремится обосновать ту или иную свою позицию. Моральная позиция, занимаемая хозяйствующим субъектом, обосновывается причинами, которые заставляют этой позиции придерживаться. Однако любое убеждение подвержено критике и поэтому нуждается в надежном обосновании, хорошей аргументации. Аргументы должны доказывать или обосновывать какой-либо тезис, принцип и т.д. В этом аспекте мораль имеет особые функции:

-оценочную, когда оценка действий производится через призму особых понятий морального сознания - добра, зла, справедливости, долга, совести и т.д.;

-познавательную - открывает представление о внутреннем мире - как собственном, так и других людей, организаций, государства;

-мировоззренческую - показывает (оправдывает), во имя чего должны выполняться нормы морали;

-воспитательную - проявляется в непрерывном, интенсивном и целенаправленном становлении личности, воспитании нравственности общества;

-регулирующую - на основе синтеза других функций морали предоставляет человеку стратегические ориентиры в виде моральных ценностей. В соответствии с этой функцией мораль регулирует все сферы жизни и хозяйственной деятельности человека, предъявляет к нему максимальные требования, опираясь на авторитет общественного мнения и моральные убеждения.

Универсальная этика определяет нормы поведения, которые являются обязательными для всех людей, независимо от их социальных функций или профессиональной принадлежности.

Профессиональная этика относится к определенному конкретному набору норм (кодексу поведения), которым следует руководствоваться менеджерам, принимающим решения в различных профессиональных областях.

Этика реализуется посредством соблюдения правил этического поведения, которые должны использоваться для принуждения работать согласно моральным принципам, которые сгруппированы в три категории: персональная, профессиональная и общечеловеческая этика.

Принципы персональной этики:

забота о благополучии окружающих; уважение права других на самостоятельность; надежность и честность; добровольное подчиненное закону; справедливость; отказ от несправедливого преимущества над другими.

Принципы профессиональной этики:

беспристрастность, объективность; прямота; конфиденциальность; должное старание; точное исполнение профессиональных обязанностей; избежание потенциальных или явных конфликтов.

Принципы общечеловеческой этики:

соблюдение общемирового законодательства; социальная ответственность; охрана окружающей среды; ответственность за целостность мира.

К вопросам этики менеджмента относятся:

взаимоотношения между корпоративной и универсальной этикой;

проблема социальной ответственности бизнеса;

вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений;

способы повышения этического уровня функционирования организации и др.

Этику менеджмента по аналогии с этикой бизнеса можно разделять на макро- и микроэтику. Макроэтика рассматривает специфику моральных отношений между организациями, государством и обществом и отдельными их частями. Микроэтика изучает моральные отношения внутри организации, между организацией, персоналом и акционерами.

2. Этическая роль предпринимателей и менеджеров в организации

Позиция предпринимателей и менеджеров играет большую роль при принятии решений, в которых должны сочетаться этические и коммерческие (деловые) стандарты поведения. В организации именно руководителю приходится решать дилемму, связанную с личными правилами поведения менеджера и интересами других индивидуумов. Эту дилемму рекомендуется разрешать в два этапа.

На первом менеджер должен более точно определить собственные правила поведения.

На втором - продумать, на кого повлияет решение, с тем чтобы выявить интересы потенциальных работников, которые либо позитивно воспримут решение, либо отнесутся к нему негативно. Возможное возникновение неформально организованных групп для защиты своих интересов делает важным учет менеджерами аргументов всех сторон. Давление таких групп в спорах с менеджерами дает им определенные преимущества, поскольку предприниматели и их менеджеры не могут избежать ответственности в случае принятия ранее продуманного решения.

В процессе управления менеджер должен учитывать четыре основных аргумента, которые могут привести к неправильному поведению.

Вести себя правильно означает следовать принципам морали:

1)Уверенность в том, что данная деятельность не выходит за границы этических и юридических норм. В пользу ошибочности данного аргумента могут служить ответы на вопросы: где граница между умом и хитростью, изобретательностью и мошенничеством и т.д.?

2)Уверенность в том, что данная деятельность отвечает интересам индивида или организации, и в том, что от индивида ожидают именно подобных действий. Этим самым предприниматели и менеджеры рискуют и вовлекают организацию в неприятности, поскольку полагают, что их поведение (неэтичное) отвечает интересам организации или индивида. Причиной такого поведения является ограниченное понимание менеджером этих интересов.

3)Уверенность в том, что данная деятельность «безопасна», поскольку никогда не будет разоблачена. Этот аргумент основывается на том, что действительно многие незаконные действия так никогда и не обнаруживают, и они остаются нераскрытыми. Однако остановить злоупотребления всегда возможно — все зависит от желания контролирующей организации (аудиторов, налоговых органов и др.) и персонала самой организации.

4)Уверенность в том, что если данная деятельность помогает организации, то организация отнесется к предпринимателю или менеджеру снисходительно и даже благожелательно, защитит человека, который занимается такой деятельностью.

Руководство любой организации несет ответственность за создание морального климата внутри организации. Предприниматели и менеджеры высшего звена должны быть ответственны за определение границы лояльности по отношению к возможной противозаконной деятельности организации. Эта граница (предел) в момент кризиса может исчезнуть или быть размытой, поэтому она должна быть четко определена. Предприниматели и менеджеры вправе ожидать лояльности от работников в условиях конкуренции, однако они не могут ожидать лояльности в противовес закону, морали и обществу в целом.

3.Власть и подчинение.

Этические нормы и правила проявляются в отношениях между организацией и социальной средой; между организациями; внутри одной организации - между руководителями и подчиненными, между людьми одного статуса.

Общий нравственный принцип человеческих взаимоотношений сформулировал И. Кант: «Поступай так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также и силу принципа всеобщего законодательства». Применительно к деятельности менеджера этот принцип можно сформулировать следующим образом: при принятии решений поступай так, чтобы твои устремления, продиктованные твоими этическими нормами и правилами, были совместимы с нравственными ценностями других сторон обсуждения, допускали координацию и гармонизацию интересов всех сторон, но при этом не противоречили нравственным эталонам как своеобразным всеобщим законам.

Выделим некоторые общепризнанные нравственные эталоны и образцы этичного поведения.

1.Стремитесь превратить вашу организацию в сплоченный коллектив с высокими моральными нормами поведения. Приобщайте сотрудников к целям организации. Человек только тогда будет чувствовать себя нравственно и психологически комфортно, когда он будет идентифицировать себя с организацией, ее коллективом. Вместе с тем необходимо поддерживать стремление каждого остаться индивидуальностью, и хочет, чтобы его уважали таким, каков он есть.

2.При возникновении проблем и трудностей, связанных с недобросовестностью сотрудников, руководителю следует выяснить ее причины. Если речь идет о невежестве, то не следует бесконечно попрекать подчиненного его слабостями, недостатками. Необходимо подумать о том, что вы можете сделать, чтобы помочь ему преодолеть их. При этом необходимо опираться на сильные стороны его личности.

3.Если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провел вас, либо считать такое поведение нормой как со своей стороны, так и со стороны руководителя.

4.Замечание сотруднику должно соответствовать этическим нормам. Соберите информацию по данному случаю. Выберите правильную форму общения. Вначале попросите сотрудника объяснить причину невыполнения задания, возможно, он приведет неизвестные вам факты объективного характера. Стремитесь делать сотруднику замечания один на один, уважая его чувство собственного достоинства.

5.Критикуйте действия и поступки, а не личность человека.

6.Если это уместно, используйте «прием бутерброда»: спрячьте критику между двумя комплиментами. Закончите разговор на дружеской ноте и вскоре найдите время поговорить с человеком, чтобы показать ему, что вы не держите на него зла.

7.Старайтесь никогда не советовать подчиненному как поступить в личных делах. Если совет поможет, вас, скорее всего, не поблагодарят. Если не поможет- на вас ляжет вся ответственность.

8.Не обрастайте любимчиками. Относитесь ко всем сотрудникам как к равноправным членам с одинаковыми мерками.

9.Чтобы сохранить уважение сотрудников, никогда не давайте им возможность заметить, что вы не владеете ситуацией.

10.Соблюдайте принцип распределенной справедливости: чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.

11.Поощряйте свой коллектив даже в том случае, если успех достигнут главным образом благодаря успехам самого руководителя.

12.Укрепляйте у подчиненного чувство собственного достоинства. Хорошо выполненная работа заслуживает не только материального, но и морального поощрения - не скупитесь на него.

13. Привилегии, которые вы делаете себе, должны распространяться и на других членов трудового коллектива.

14.Доверяйте сотрудникам и признавайте собственные ошибки в работе. Члены коллектива все равно узнают о них. Утаивание ошибок - проявление слабости и непорядочности.

15.Защищайте своих сотрудников и будьте им преданы. Они ответят вам тем же.

16.Выбирайте правильную форму распоряжения, учитывая прежде всего два фактора: во-первых, ситуацию, наличие времени для нюансов; во-вторых, личность подчиненного - кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник либо человек, которого нужно подталкивать на каждом шагу. В зависимости от этого следует выбирать и этически наиболее приемлемые нормы поведения.

Золотое правило этики предпринимательства и менеджмента гласит: «Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель». Отношение руководителя (предпринимателя и менеджера) к подчиненным определяет характер делового общения, нравственно-психологический климат в коллективе организации. Практика делового общения выработала нравственные эталоны и образцы поведения.

Этические нормативы менеджмента должны описывать общую систему и правила этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Цель их создания — установление нормальной нравственной атмосферы и определение этических правил при принятии решений. Каждая организация, если она дорожит своей репутацией, будет стремиться к тому, чтобы утвердить у себя высшие стандарты этики менеджмента, являющиеся важнейшими компонентами бизнеса.

Этические обязанности руководителей:

* Руководители должны быть образцом нравственного поведения в коллективе.
* Руководители несут персональную ответственность за перспективы возглавляемой ими организации.
* Руководители должны постоянно информировать подчиненных о своих намерениях.
* Руководители ответственны за формирование слаженно работающего коллектива, основанного на высоком уровне доверия друг к другу.
* Руководители отвечают за создание обстановки, поощряющей развитие личности и творчества.

Черты, присущие подчиненным:

* Подчиненные создают атмосферу взаимного стремления решить поставленные задачи.
* Подчиненные работники достаточно уверены в себе, корректны с оппонентами и исполняют указания руководства без преданного пристрастия.
* Подчиненные не стремятся занять место других членов организации, вносят свой опыт, умение и знания в работу коллектива.
* Подчиненные верны своему менеджеру и целям компании, сохраняя при этом способность к конструктивной критике.
* Если становится очевидной невозможность поддерживать ценности и цели компании, то они из нее уходят.
* Этика власти и подчинения затрагивает широкий круг вопросов, среди которых существуют проблемы служебных разоблачений, работающих женщин, выгодных связей, соотношения этики бизнеса и административной этики и др.
* Для повышения этичности поведения руководителей и подчиненных в организации рекомендуется:
* Разрабатывать кодекс этического поведения, который содержит систему общих ценностей и правил этики. Этих правил должны придерживаться все работники.
* Составлять и распространять так называемые «Карты этики», в которых содержится конкретизация кодекса организации для каждого работника (группы).
* Обучать этичному поведению путем преподавания этики как предмета на курсах обучения будущих специалистов в системе послевузовского образования.
* Прибегать к консультациям специалистов по этике в тех случаях, когда проблемы организации не могут быть решены внутренними силами из-за сложности и противоречивости ситуации, связанной с конкретными проблемами, или по другим причинам.

Кодексы этики существуют как часть профессиональных стандартов, разрабатываемых для различных видов деятельности в системе государственного управления.

Кодексы этики требуют от всех работников этичного поведения. И прежде всего, «основной функцией кодекса этики является предотвращение, а не наказание неэтичного поведения».

Кодексы этики обычно вырабатываются в профессиональных организациях. Они перечисляют те социальные функции, ради поддержания которых существует организация, и заверяют, что данные функции будут выполняться в соответствии с высокими моральными нормами. Профессиональные кодексы этики выполняют две нравственные функции. Они служат обществу гарантией качества и несут информацию о стандартах и ограничениях деятельности работников в той области, для которой данные кодексы разработаны.

Джеймс Боумен, издатель книги «Границы этики в общественном управлении», выделяет три признака удачного кодекса этики: кодекс обеспечивает руководство поведением; его можно применить ко многим специальностям внутри профессии; он предлагает эффективные средства для того, чтобы обеспечить выполнение предписываемых норм. Тем не менее, большинство кодексов этики не содержат санкций.

Когда кодексы этики все же содержат принудительные стандарты, они становятся более конкретными и менее идеальными. Они больше не являются нормативными описаниями желаемого правильного поведения, а превращаются в набор четко определенных, закрепленных законодательством требований. Как только кодекс этики становится описанием требуемого поведения, невыполнение которого наказывается по закону, он тут же становится кодексом поведения.

4.Основные направления повышения этичности поведения руководителей и подчинённых в организации.

В целях повышения этичности поведения руководителей и рядовых сотрудников можно использовать следующие мероприятия и методы:

1. этические кодексы описывают систему общих ценностей и правил этики, которых, по мнению организации, должны бы придерживаться ее работники. Этические нормативы разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этичной атмосферы и определения этических рекомендаций в процессе принятия решений. Обычно организации доводят этические нормативы до своих работников в виде печатных материалов;
2. «карты этики» - набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс корпорации для каждого сотрудника компании. Они содержат также имя и телефон консультанта компании по этическим вопросам. Данный метод активно применяется в японских компаниях;
3. комитеты по этике. Одни организации создают постоянные комитеты по этике для оценки повседневной практики с точки зрения этики, почти все члены таких комитетов - руководители высшего уровня; другие не создают таких комитетов, но нанимают специалиста по этике бизнеса, называемого адвокатом по этике. Роль такого адвоката - выработка суждения по этическим вопросам, связанным с действиями организации, а также выполнение функции «социальной совести» организации;
4. социальные ревизии предложены для оценки и составления отчетов о социальном влиянии действий и программ организации. Сторонники социальной ревизии полагают, что отчеты такого типа могут свидетельствовать об уровне социальной ответственности организации;
5. обучение этичному поведению. Еще один подход, используемый организациями для повышения показателей этичности поведения, - обучение этичному поведению руководителей и рядовых сотрудников. При этом работники знакомятся с этикой бизнеса, что повышает их восприимчивость к этическим проблемам, которые могут перед ними возникнуть. Встраивание этики как предмета в курсы обучения управления персоналом и государственному управлению является еще одной формой обучения этичному поведению, благодаря чему обучающиеся начинают лучше понимать эти проблемы;
6. этическая экспертиза представляет собой всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации (или конкретного проекта), которая вызывает обеспокоенность высшего руководства, персонала или общественности и может повлиять на имидж и перспективы организации. Результатом такой экспертизы становится система предложений, направленных на улучшение морального климата и моральной респектабельности организации, а также внесение коррективов в практику деятельности организации (или ее конкретных проектов);
7. этическое консультирование проводится тогда, когда проблемы организации не могут быть решены силами самой организации (или в ней отсутствуют соответствующие структуры) из-за сложности и противоречивости ситуации, связанной с конкретными моральными дилеммами, для чего приглашаются компетентные независимые специалисты по этике бизнеса со стороны.

5. Этика предпринимательства в различных странах, её особенности и отличительные черты.

Исламская этика бизнеса.

Нравственность - основа исламского бизнеса.

В мусульманском вероучении особо подчеркивается преимущество этических, нравственных ценностей перед материальными, экономическими благами, а Священный Коран отличается от других боговдохновенных текстов тем, что в нем содержится не повествование от третьих лиц, а непосредственно слова Бога, обращенные к человечеству. Коран для мусульман является также источником их морально-нравственного поведения в разных сферах общественной жизни, включая экономическую.

Исламские этические принципы определяют индивидуальный выбор человека, основанный не только на максимизации личной выгоды, но и выгоды для благосостояния общества. Исламская экономическая система поддерживает частную собственность и рыночную конкуренцию, но одновременно строго следит за справедливым распределением благ. Изначально все богатства мира принадлежат Аллаху, Который предал их во временное эффективное пользование человеку. Поэтому человек должен бережно и рационально относится к природным ресурсам, сохраняя природу для будущих поколений.

Исламская концепция этики предполагает принципы всеобщего равенства, которые отражаются во многих положениях Корана и заключаются в равенстве:

мусульман друг перед другом;

всех перед законом и правосудием;

мужчины и женщины перед Богом;

социальной ответственности.

Теория фирмы в рамках исламской экономики

Главной целью человеческой деятельности является достижение мирских и духовных благ. Исламский производитель, так же как и потребитель, стремится увеличить блага этого мира таким образом, чтобы приобрести блага вечной жизни. Поэтому их экономическая активность определяется нормами религиозной морали. В основе теории фирмы и производства лежат следующие этические правила:

• максимизация социальной полезности общественных интересов (маслаха). Данное правило подчеркивает преимущество общественной выгоды над частными интересами, важную роль взаимопомощи, особенно в чрезвычайных ситуациях;

• цели производства фирмы и виды деятельности должны соотносится с шариатом. Безусловно, что структура отраслей хозяйства экономик различных стран мира в целом схожа, независимо от религии или формы правления. Исламская концепция рассматривает производство как процесс достижения целей, не противоречащих шариату. Например, легкая промышленность не должна выпускать одежду, которая не соответствует критерию скромности и сдержанности, сельское хозяйство – заниматься свиноводством и т. д.;

справедливая форма распределения дохода с акцентом на особый налог - закят и благотворительность;

двойной контроль в управлении: божественный – на основе внутренней веры, внешний - со стороны уполномоченных органов;

запрещение нанесения вреда и ущерба другим или минимизация общественных потерь.

Основные характеристики исламской фирмы:

фирма в своей деятельности ограничена этическими правилами шариата и ставит своей целью удовлетворение основных потребностей общества за счет минимизации затрат и установления приемлемых цен;

* фирма получает прибыль в открытой конкурентной борьбе, без использования мошенничества и обмана;
* фирма рассчитывает работать в условиях, при которых общий доход равен общим издержкам. Однако некоторые экономисты также считают справедливым подход, когда оптимальное производство устанавливается при условии равенства предельных издержек и предельного дохода: MC=MR;
* работодатель может устанавливать более высокую заработную плату по сравнению с уровнем на рынке труда, если считает, что так будет справедливо;
* фирма несет социальную ответственность;
* права и обязанности рыночных агентов устанавливаются заранее и фиксируются в договоре.

Принципы ведения этичного бизнеса в модели исламского экономического поведения построены на положении о недопустимости «харам» - запретных действий и достижения этичного поведения посредством совершения разрешенных и желательных действий - «ха-ляль».

Базовые принципы построения этичного бизнеса сводятся к следующим:

-свобода предпринимательской деятельности и заключения договора;

-справедливость;

-законность;

-этичное поведение управляющих и управляемых;

-благотворительность и милосердие.

Исламская этика бизнеса, базирующаяся на принципах справедливости, оберегает финансовый рынок от пустых контрактов, фиктивного обращения средств, спекуляций, способных потрясти экономику любой страны. Она отвергает возможность взяток, монополизации и предоставления неверной информации при определении стоимости ценных бумаг, не приемлет также быстрых и нечестных способов обогащения, как азартные игры или спекуляция на фондовом рынке. Исламская модель оценивает эффективность фондовых рынков объемами инвестиций в реальные, действующие проекты в сфере производства, сельского хозяйства и т. д.

Следующие виды деловой активности рассматриваются в исламе как запрещенные:

• ростовщичество;

• неопределенные сделки с повышенным риском (опционы и фьючерсы);

• виды деятельности, несовместимые с моралью ислама: игорный бизнес, лотереи, спекуляция ценными бумагами;

• традиционное коммерческое страхование;

• производство и торговля запрещенными товарами;

• установление монополии, а также сговор продавцов с целью повышения цен на однородный товар;

• нерациональное использование природных ресурсов или препятствование их восстановлению.

В отдельную категорию можно выделить те виды деятельности, целью которых также является получение дохода, но которые практически в любой стране мира рассматриваются как экономические преступления: коррупция, коммерческий шпионаж, обман и дезинформация, разглашение секретов и тайн, мошенничество, выпуск фальшивых денег и т.д.

Список используемой литературы

1. Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво: Этические и социально-психологические основы бизнеса. - М., 1995.
2. Любимова Н.Г. Менеджмент - путь к успеху. - М., 1992.
3. Паркинсон С.Н., Рустомджи М.К. Бизнес - это люди. - М., 1995.
4. Семёнов А.К., Е.Л. Маслова Психология и этика менеджмента и бизнеса. - М., 1999.