#### Башкирский Государственный Университет

##### Реферат по этике на тему:

Этика бизнеса.

 **Выполнила:**

студентка юридического факультета

4 курс группа “в”

**Кутушева Екатерина.**

**Уфа - 1998.**

# План Реферата:

1. Этика бизнеса и деловых отношений:
	1. история экономической этики;
	2. этико-экономическая концепция Г. Форда.

1. Этика и современное управление.
	* 1. Повышение показателей этичности поведения.

1. Деловой этикет:
	1. общие понятия делового этикета;
	2. этические принципы и нормы деловых людей.

# Этика бизнеса и деловых отношений.

## История экономической этики.

Экономическая этика является особым проявлением профессиональной этики. Проблемам экономической этики в настоящее время уделяется много внимания, хотя трактуется она неоднозначно. Часто наряду с понятием **“экономическая этика”** как идентичные употребляют понятия **“деловая этика”**, **“этика** **бизнеса”**, **“предпринимательская этика”**, **“этика рынка”** и др. Большинство современных исследований по этике бизнеса внеисторичны. Помимо обязательных ссылок на Канта и Милля, в них обычно трудно найти обсуждение концепций и идей, сформировавшихся ранее. Экономическая этика - наука древняя. Ее начало положено Аристотелем в произведениях **“Этика”**, **“Никомахова этика”** и **“Политика”**. В этих произведениях Аристотель аргументирует три основных принципа: ***частная собственность, примат двух главных производственных отраслей - сельского хозяйства и промышленности, субподчиненность торговли, ростовщичества и денег по отношению к производственным отраслям.***

Аристотель не отделял экономику от экономической этики. Он советовал своему сыну Никомаху заниматься только производством благ. Его принципы нашли развитие в идеях и концепциях католических и протестантских теологов, которые в течение длительного времени напряженно размышляли над проблемами этики бизнеса.

Возникновение капитализма в Европе 16-го века было тесно связано с протестантской Реформацией.

Можно сказать, что протестантизм сделал возможным формирование этики бизнеса. Если бы он следовал за средневековой католической теологией, утверждавшей, что **“делание денег”** подлежит моральному осуждению, то не смог бы установить нравственных стандартов для достижения своих целей.

Как известно, один из идеологов католицизма Августин Блаженный утверждал, что **“торговец может считать себя** **безгрешным, но не может одобряться Богом”**, а основоположник католической философии Фома Аквинский верил в то, что большинство форм торговли, осуществляемой с целью извлечения прибыли, являются аморальными.

Католические теологи различали разные типы экономической активности. Они рассматривали производства продукта для продажи как подлежащие меньшему этическому осуждению, чем, например, торговля продуктами или выдача займом.

Отрицая эти установки, протестантизм сделал возможным формирование этики бизнеса в результате морального освящения стремления к прибыли. Он утверждал, что бизнесмен может быть одобрен Богом. Стремление к прибыли и стремление к Богу стали не только совместимыми, но и взаимообуславливающими. А вознаграждение финансовым успехом стало пониматься как знак расположения Бога. Светская версия протестантской этики бизнеса стала важной составной частью западной общественной культуры.

Светский вариант протестантской этики ныне возрожден основной частью представителей бизнеса. Доклады по этике бизнеса, подготовленные такими организациями, как “Круглый стол бизнеса”, “Тач Росс” и другие утверждают, что хорошая этика означает хороший бизнес. В них заявляется, что можно быть одновременно добродетельным и преуспевающим в бизнесе человеком, и что даже моральная добродетель необходима для успеха.

Идея о том, что успешные бизнесмены могут быть хорошими людьми, составила важное измерение сложившейся при капитализме моральной ситуации. Второе измерение включало новое понимание взаимосвязи между экономическим успехом и общественным благом. До капитализма, в сущности, вся прибыль рассматривалась как результат спекуляции. Соответственно и получение прибыли морально осуждалось. Капитализм обеспечил моральную правомочность **“делания денег”**.

## Этико-экономическая концепция Г. Форда.

Одной из первых этико-экономических концепций была концепция Г. Форда. Он считал, что счастье и благосостояние добываются только честной работой и что в этом заключается этический здравый человеческий смысл.

Суть фордовской экономической этики заключена в мысли о том, что произведенный продукт не просто реализованная **“деловая теория”**, а **“нечто большее”** - теория, цель которой создать из мира вещей источник радостей. Сила и машина, деньги и имущество полезны лишь постольку, поскольку они способствуют жизненной свободе.

Особое внимание Форд уделял производственным рабочим. Он обосновал дифференцированный подход к различным качествам и талантам людей, представляя работу по его силам и умению. После медицинского осмотра больных туберкулезом рабочих переводили на легкие работы. Пенсионеров обеспечивали пенсией

Форд считал, что высокопроизводительным может быть рабочий, чувствующий себя хозяином на предприятии. Метод производства на его предприятиях основывался на собственной системе управления, которая состоит в планомерных методах производства и планомерном сочетании процессов труда.

Форд провозгласил примат производства не над потреблением, а над прибылью и торговлей. Из примата производства он выводил принцип служения человеку. Реализация этого принципа предполагает три фазы:

* покупки сырья и материалов;
* производства конечного продукта-товара;
* продажи товара и получения прибыли.

Каждая из этих фаз сопровождается проявлением радости и удовлетворения для всех участников производства. Эти проявления имеют тройственный материальный результат:

* высокую заработную плату;
* низкие цены
* большой объем прибыли за счет огромной массы товара.

Непреложным законом производственной этики является экономия всех видов ресурсов. Рыночная экономика не может обойтись также и без фактора времени и ряда других моментов. Этико-экономические установки Форда имеют практическое значение и в настоящее время.

**Экономическая** (деловая, рыночная)  **этика -** это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.

**Экономическая этика -** это адаптированные к практическим нуждам бизнесмена сведения об этических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и облику делового человека.

**Деловая этика -** это этика ведения переговоров с партнерами, этика составления документации, использование

этических методов конкуренции и другие аспекты.

# Этика и современное управление.

## Повышение показателей этичности поведения.

Личностные ценности (общие убеждения относительно добра и зла) находятся в сердцевине проблемы социальной ответственности бизнеса перед обществом. Люди, полагающие, что **“организации должны максимизировать прибыль, подчиняясь** **закону”**, скорее всего, придадут высокую ценность максимизации прибыли, эффективности и жесткому следованию закону и низкую ценность - альтруизму. Такие люди считают, что организация ведет себя правильно и является социально ответственной пока ее действия отвечают данной системе ценностей. Чтобы сделать выбор в пользу правильного поведения важно иметь начальное представление об этике. Этика имеет дело с принципами, определяющими правильное и неправильное поведение.

Однако этика бизнеса затрагивает не только проблему социально ответственного поведения. Она сосредоточена на широком спектре вариантов поведения управляющих и управляемых. Более того, в фокусе ее внимания - и цели, и средства, используемые и теми и другими. Например, почти все американцы, скорее всего, считают, что неэтично давать взятку иностранному чиновнику ради получения контракта. В этом случае неэтичны средства. Представим, однако, что речь идет о контракте на закупку шкур котиков, используемых для производства одежды. Некоторые люди, для которых важна защита животных, считают, что использование котиковых шкур неэтично, даже если их можно получить, не давая взятки. Здесь неэтичной считается цель, поскольку подобные действия рассматриваются как неправильное поведение. С этой точки зрения поведение неправильно не потому, что противозаконно, а потому, что противоречит личным ценностям и является действием, которое не может быть поддержано.

Действия руководителей или рядовых работников, нарушающие закон также следует рассматривать как неэтичные. Например, Э.Ф. Хаттон признан виновным в подделке 2000 почтовых и телеграфных отправлений, т.е. в действии, определенно нарушающем закон. Однако действия, не нарушающие закона, могут рассматриваться, а могут и не рассматриваться как неэтичные в зависимости от личной системы ценностей. Например, ситуация с изъятием из продажи капсул “Тайленол” фирмы “Джонсон и Джонсон”. По большей части, люди должны считать это действие этичным. Некоторые должны полагать неэтичным поведение фирмы “Форд Мотор”, поскольку она возражала против изъятия модели “Пинто” или пере проектирования топливной системы с целью ликвидации возможных опасностей, связанных с бензобаком.

Другой пример сомнительной этики представлен действиями корпорации “Менвилл”, которая десятилетиями блокировала данные, свидетельствовавшие о том, что вдыхание асбестовой пыли убивает рабочих фирмы. Суд штата Нью-Джерси, в конечном счете, установил, **“что корпорация “Менвилл” сознательно и хладнокровно приняла деловые решения о неприятии защитных или восстановительных для здоровья мер в полном пренебрежении** **к правам других людей”**. Суд потребовал, чтобы компания перевела 80 % своих акций в соответствующий фонд для выплаты из него компенсаций многим людям, предъявившим иск. Рассматривая это дело, Сол Геллермен указывает:

 **“...как ни смотреть, компанию погубило несоблюдение корпоративной этики. Случай фирмы “Менвилл” выявляет четкую линию, разграничивающую приемлемое и неприемлемое поведение руководства. Руководители должны выдержать равновесие - блюсти интересы компании, но не преступать границ того, что при взгляде извне представляется недопустимы”.**

По мнению Ляру Осмера, этические проблемы в бизнесе имеют отношение к

**“*конфликту или, по меньшей мере, к вероятности такого конфликта между экономическими показателями организации, измеряемыми доходами, издержками и прибылью, и показателями ее социальной ответственности, выражаемыми через обязательства по отношению к другим людям как внутри организации, так и в обществе”.***

Помимо старших руководителей, часто демонстрирующих неэтичное корпоративное поведение, любое лицо в организации может также действовать неэтично.

Вышесказанное можно подтвердить следующими примерами:

* агенту по закупке вина поставщик предлагает ящик хорошего вина. Принять его или отказать.
* вести из офиса личные междугородние переговоры, как это делают сослуживцы или нет.
* если имеется возможность унести из офиса и использовать лично то, что предназначено для фирмы, то следует ли использовать эту возможность.

Вот всего несколько этических дилемм, с которыми каждый человек может столкнуться на работе. Следует подчеркнуть, что в этих нет речи о нарушениях закона, однако, соответствующие действия обычно расцениваются как неправильные. К неэтичным действиям людей с явным нарушением закона относятся фальсификация документов, отправляемых службам государственного регулирования, присвоение средств, национальная, расовая дискриминация, сексуальные домогательства в рабочей среде. Также следует считать неэтичными действия с нарушением закона, которые относятся к загрязнению окружающей среды, безопасности продукции и безопасности труда.

По данным исследований с середины 70-х гг. около 2/3 из числа 500 американских компаний в той или иной форме вели себя противозаконно. Опросы общественного мнения показали, что приверженность к этичному поведению в США падает. Так, около 65% опрошенных американцев считают, что за последние десятилетия общий этический уровень в стране значительно снизился. Как наиболее распространенные варианты неэтичной деловой практики называют взятки, подделку документов, недостоверные финансовые отчеты, искусственное завышение цен, тайные сговоры о ценах. Еще одно исследование, охватившее 15-ти летний период, показало, что руководители предприятий стали более цинично относиться к этике поведения руководства в целом.

К причинам расширения неэтичной практики ведения дел руководители предприятий относят:

* конкурентную борьбу, которая оттесняет на обочину этические соображения;
* усиливающееся стремление указывать уровень прибыльности в квартальных отчетах;
* неудачи с обеспечением должного вознаграждения руководителей за этичное поведение;
* общее снижение значения этики в обществе, что исподволь извиняет поведение на рабочем месте;
* нажим со стороны организации на рядовых работников с целью нахождения ими компромисса между собственными личными ценностями и ценностями управляющих.

Существование этой последней причины подтверждается результатами исследования, в котором было установлено, что основное влияние на принятие неэтичных решений служащими имело поведение их руководителей.

В широком смысле ***“то, что делает и как ведет себя******хозяин ”*** - основной фактор влияния на поведение подчиненного.

Организации предпринимают разные меры в целях повышения характеристик этичности поведения руководителей и рядовых работников.

К таким мерам относятся:

* Разработка этических нормативов.
* Создание комитетов по этике.
* Провидение социальных ревизий.
* Обучение этичному поведению.

***Этические нормативы*** описывают систему общих ценностей и правила этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Этические нормативы разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этичной атмосферы и определения этических рекомендаций в процессах принятия решений.

Рассматривая этические нормативы, глава фирмы “Ай Би Эм ” указывает: ***“Наша фирма ожидает от каждого своего работника в каждом конкретном случае действий в соответствии с высшими стандартами ведения бизнеса”.***

**К вариантам поведения, обычно запрещаемым этическими** **нормативами**, относятся взятки, вымогательство, подарки, выплата соучастнику части незаконно полученных денег, конфликт на почве столкновения интересов, нарушение закона в целом, мошенничество, раскрытие секретов компании, использование информации полученной в доверительной беседе, незаконные выплаты политическим организациям, противоправное поведение ради интересов фирмы.

Обычно организации доводят этические нормативы до своих работников в виде печатных материалов, некоторые создают рабочие группы по этическим нормативам.

При разработке этических нормативов применительно к бизнесу в других странах, следует учитывать преобладающее отношение к взятке и подарку в других культурах. В некоторых странах правительственные чиновники привыкли и ждут небольших денежных подношений для стимулирования деятельности. В связи с этим Конгресс Сша принял поправку, согласно которой такие выплаты вычитаются из суммы, подлежащей налогообложению.

***Комитеты по этике.***  Некоторые организации создают постоянные комитеты для оценки повседневной практики с точки зрения этики. Почти все члены таких комитетов - руководители высшего уровня. Некоторые организации 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 организацией, а также выполнение функции **“социальной совести”** организации.

***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.

Хотя некоторые компании пытались воспользоваться принципами социальной ревизии, но проблемы измерения прямых издержек и выгод от реализации социальных программ пока не решены.

***Обучение этичному поведению.*** Еще один подход, используемый организациями для повышения показателей этичности поведения - обучение этичному поведению руководителей и рядовых сотрудников.

При этом работников знакомят с этикой бизнеса и повышают их восприимчивость к этическим проблемам, которые могут перед ними возникнуть.

Встраивание этики как предмета в курсы обучения бизнесу на университетском уровне является еще одной формой обучения этичному поведению, благодаря чему обучающиеся начинают лучше понимать проблемы этичного поведения в бизнесе.

# Деловой этикет: общие понятия.

## Этические принципы и нормы деловых людей.

Наиболее общая формулировка слова “Этикет” - устои, порядок поведения где-либо. Перефразируя ее, можно сказать, что ***деловой этикет -***  это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов.

Этикет, если понимать его как установленный порядок поведения, помогает избегать промахов или сгладить их доступными, общепринятыми способами. Поэтому основную функцию или **смысл** **этикета** **делового** **человека** можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе делового общения.

Однако этикет не должен быть самоцелью или являться ценностью как таковой, сам по себе. Он ценен ровно настолько, насколько помогает человеку. Если этикет - помеха, то это уже не этикет, не система помощи в общении, а анти-этикет - система вреда.

Одно из главнейших правил, определяющих сам этикет - ***поступать так стоит не потому, что так принято, а потому, что это или целесообразно, или удобно, или просто уважительно по отношению к другим и самим себе.***

Этикет является одним из первых **“орудий”** формирования имиджа. В современном бизнесе лицу фирмы отводится немалая роль. Например, во многих странах считается, что по первому звонку в фирму у клиента создается самое стойкое впечатление об уровне ее работы. Эта закономерность проявляется повсюду и не только в телефонных разговорах. Повсюду, где присутствует этикет - выше производительность, лучше результаты.

Поэтому всегда необходимо помнить один из главнейших постулатов, который знают бизнесмены всего мира **- хорошие**  **манеры - прибыльны.**

Практически во всем мире деловой этикет стал нормой экономической деятельности. Дело в том, что сам этикет в силу своей жизненности создает приятный психологический климат, способствующий деловым контактам и об этом никогда не стоит забывать.

Деловой этикет - важная сторона морали профессионального поведения предпринимателя. У отечественных бизнесменов срывается множество выгодных сделок с иностранными фирмами из-за незнания правил делового этикета.

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих ситуаций и вырабатываются формы и правила поведения. Этот набор правил и составляет этикет делового общения.

**Деловой** **этикет** - это свод правил поведения в бизнесе, который составляет внешнюю сторону делового общения.

Деловой этикет - результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в деловых отношениях.

Правила делового этикета помогают сближению экономических и финансовых интересов **“торговых людей”**. Прибыль была и остается выше всех различий национального характера, вероисповедания, социального положения, психологических особенностей. Эти различия подчинены этикету интересующей бизнесмена страны. Подчиняясь правилам игры определяющей стороны, бизнесмен закладывает основу для успеха сделки.

Какие же правила поведения надо знать предпринимателю?

Прежде всего, следует помнить, что деловой этикет включает в себя точное соблюдение правил культуры поведения, которые предполагают в первую очередь глубокое уважение человеческой индивидуальности.

Культурный предприниматель будет в равной степени уважительно относиться и к министру и к президенту компании и к уборщице офиса. Это искреннее уважение должно стать составной частью натуры. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: ***деловой партнер - хороший человек.***

Культурное поведение в деловом общении немыслимо без соблюдения правил вербального этикета, связанного с формами и манерой речи, словарным запасом, т.е. со всем стилем речи, принятым в общении данного круга деловых людей. Так в среде бизнесменов вполне приемлемо обращение **“господин”** - хозяин имущества.

В вербальном отношении деловой этикет предполагает применение различных психологических приемов. Один из них -

**“формула поглаживания”** (**“желаю успеха”**, различные комплимент).

Деловой этикет предписывает неукоснительное при деловых переговорах соблюдение правил поведения страны - партнера по бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями.

Деловой этикет требует особого поведения в общение с клиентами. В каждом виде услуг, оказываемых клиентам, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Главный принцип: **клиент самый дорогой и желанный человек в вашем офисе.**

Важно соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида, костюм должен быть к месту и ко времени. Необходимо помнить, что в деловых отношениях мелочей нет. Одежда, поведение - это визитная карточка.

Соблюдение важнейших правил поведения с незнакомыми людьми - признак респектабельности, воспитания, уверенности в себе. Для предпринимателя важно, умение вести деловую переписку, телефонные переговоры.

Этикет и такт делового человека проявляется на каждом шагу:

во время мимолетного разговора с подчиненными, коллегами, друзьями. Этикет служебных деловых отношений требует строгого соблюдения речевых норм.

Деловая этика формулирует

## этические принципы и нормы деловых людей.

Деловая этика базируется на такой обще человеческой ценности как **свобода.** Это означает, что бизнесмен должен ценить не только свободу своих коммерческих действий, но и свободу своих конкурентов.

Другим основополагающим принципом является **терпимость,**

которая означает невозможность преодоления с наскока слабости и недостатков партнеров, клиентов, подчиненных.

Деловые отношения требуют **тактичности и деликатности.**

Быть тактичным - значит осознавать своего партнера, клиента или подчиненного как равноценную и равноправную личность.

Под деликатностью понимают вежливость и внимательность в общении, умение щадить самолюбие своих коллег.

Деловая этика ориентируется на такое понятие как **справедливость**, которая предполагает объективную оценку людей и их деятельности, признание их индивидуальности, открытость критике.

У деловых людей всего мира существует такое понятие как деловая обязательность. Договоры должны соблюдаться.

Формула успеха западных предпринимателей проста: **преуспевание = профессионализм + порядочность.**

Большое значение имеет деловая репутация. Хорошую репутацию приобрести очень трудно, зато утратить ее можно мгновенно и зачастую из-за пустяка. Для репутации важно все: культура речи, одежда, манера поведения, интерьер офиса и др.

Отсюда основной постулат этики каждой уважающей себя компании - **прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли**.

Поэтому основные принципы деятельности современного бизнесмена следующие:

* ***Уважать себя как личность и с уважением относится к другим. В деловых взаимоотношениях проявлять терпимость, деликатность, тактичность, доверять не только себе, но и своим партнерам.***
* ***Быть убежденным в том, что честь превыше прибыли.***
* ***Признавать неизбежность конкуренции, понимая необходимость сотрудничества.***
* ***Ценить не только свободу своих коммерческих действий, но и свободу действий своих конкурентов.***
* ***Уметь и не бояться рисковать и брать на себя ответственность за все принимаемые решения.***

# Список использованной литературы:

1. Соловьев Э.Я.

 ***Этикет делового человека.***

 Минск - 1994 г.

1. Максимовский М.

 ***Этикет делового человека.***

 Москва - 1994 г.

1. ***Социальная психология и этика делового общения.***

 П/ред. В. И. Лавриненко.

 Москва - 1995 г.

1. М. Мескон,

 М. Альберт,

 Ф. Хедоури.

 ***Основы менеджмента.***

 Москва - 1992 г.

1. Сухарев В. А.

 ***Этика и психология делового человека.***