**Содержание**

Введение

## История экономической этики

1. История возникновения деловой этики за рубежом

Заключение

Список литературы

**Введение**

Слово «этика» (греческое ethika, от ethos – обычай, нрав, характер) обычно употребляется в двух смыслах (3, стр. 89).

С одной стороны, этика – это область знания, научная дисциплина, изучающая мораль, нравственность, их возникновение, динамику, факторы и изменения. С другой стороны, под этикой понимается сама совокупность нравственных правил в той или иной сфере поведения человека или организации.

Как обозначение особой области знания этот термин впервые употребил Аристотель. Понятием «этос» обозначают согласованные правила и образцы житейского поведения, уклад, стиль жизни какого-либо сообщества людей (сословия, профессиональной группы, социального слоя, поколения и т.п.), а также ориентацию какой-либо культуры, принятую в ней иерархию ценностей.

Непосредственная связь этики с жизненной практикой хорошо прослеживается в сфере, так называемой профессиональной этики, которая представляет собой систему моральных требований к профессиональной деятельности человека. Одним из видов профессиональной этики является этика деловых отношений. Она возникла сравнительно поздно на основе общей трудовой морали. В свою очередь, основное место в этике деловых отношений занимает этика бизнеса (предпринимательства). Она включает в себя этику менеджмента (управленческую этику), этику делового общения, этику поведения и др.

Существует две основные точки зрения на соотношение общечеловеческих этических принципов и этики бизнеса:

1) правила обычной морали к бизнесу не относятся или относятся в меньшей степени. Эта точка зрения соответствует концепции так называемого этического релятивизма, согласно которой для каждой референтной группы (т.е. группы людей, на мнение которых о своем поведении ориентируется данный субъект) характерны свои особые этические нормы;

2) этика бизнеса основана на всеобщих универсальных этических нормах (быть честным, не причинять вреда, держать слово и т.п.), которые конкретизируются с учетом специфической социальной роли бизнеса в обществе. Теоретически более правильной считается вторая точка зрения (3, стр.90).

## История экономической этики

Историю развитию делового этикета и его трансформацию с течением времени можно проследить по памятникам литературы и культуры. Знание истории делового этикета важно и для нашего времени, поскольку многие современные правила поведения берут свое начало в далеком прошлом и зачастую первоначально имели совсем другой смысл. Некоторые этикетные нормы прошлого изменились почти до неузнаваемости, а другие просто исчезли вместе с породившими их условиями, но так или иначе все принятые ритуалы поведения наложили отпечаток на развитие западноевропейской культуры.

Слово «этикет» впервые было употреблено в современном его значении на приеме при дворе короля Франции Людовика ХIV (1638–1715), когда гостям были розданы карточки (этикетки) с изложением того, как они должны держаться, но само существование сводов определенного порядка поведения людей гораздо древнее (2, стр.34).

Об этом говорят дошедшие до наших дней памятники культуры Древнего Египта с его сложной системой внутридворцовых отношений и обширными дипломатическими связями, и Шумерского царства с его многочисленными записями на глиняных табличках, в которых фиксировались все более-менее значимые события, включая передачу предметов, необходимых для храмового обмена, или процедуры вручения даров, предназначавшиеся божеству.

С давних времён летописцы, философы, писатели и поэты давали многочисленные рекомендации относительно поведения человека за столом. В Древнем Египте в III тысячелетии до н. э. одной из популярных рукописей был сборник добрых советов "Поучения Кочемни". В сборнике в виде рекомендаций отца сыновьям объяснялась необходимость практически обучать молодых людей правилам приличия и образцового поведения в обществе. Уже тогда у египтян считалось необходимым пользоваться столовыми приборами, также умение есть красиво, бесшумно. Такое поведение расценивалось как большое достоинство и необходимый компонент культуры.

В памятнике древнескандинавской литературы "Эдда" также повествуется подробно о правилах поведения за столом. Например, для произнесения тостов был детально разработан деловой этикет, и нарушение этих правил вело к штрафу. У скандинавов мы заимствовали также правило предоставлять почётные места за столом женщинам и наиболее уважаемым гостям.

Первый письменный дипломатический договор был заключён в 1278 году до н. э. между египетским фараоном Рамзесом Вторым и хеттским царём Хаттушилем Третьим. Египтяне проиграли войну, но для хеттского царя было выгодно иметь в Египте не врага, а союзника, поэтому он заключает мир, условия которого были выгравированы на серебряной пластинке, которая и является первым материальным воплощением дипломатического протокола и этикета. И неслучайно, что первые проявления регламентированных отношений появлялись в наиболее важных - "горячих точках" человеческих взаимоотношений. Говоря в целом об истории развития делового этикета, необходимо упомянуть древних греков, которые, придавая большое значение межгосударственным отношениям, в дальнейшем в большой степени развили дипломатический этикет, насытив его огромным количеством сложных ритуалов (2, стр. 36-38).

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 (1, стр.12).

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”.

1. **История возникновения деловой этики за рубежом**

Система норм и правил, принятая в настоящее время в мировом бизнесе, не возникла в готовом виде. Она складывалась на протяжении длительного исторического периода, по мере развития цивилизации, на основе непреднамеренного следования людей определенным традициям и обычаям.

Первичные основы профессиональной этики были заложены в период расцвета античных цивилизаций. Оттуда берут свое начало, например, профессиональная клятва Гиппократа, правила и нормы торговли, в том числе – (что особенно важно для ситуации в отечественном бизнесе) представление о важности соблюдения договоров. Однако в духовном мире человека античной и средневековой культур, основанных на насильственном принуждении человека к производительному труду, не было места представлениям о связи между трудом и собственностью, богатством. Более того, они мыслились как отдельные, даже противоположные элементы человеческой жизни (1, стр. 1-3).

Большинство постулатов и норм, лежащих в основе современной этической культуры хозяйствования, современного морального отношения к труду и коммерческой деятельности, уходит своими корнями в протестантскую этику. В период Реформации западноевропейские страны пережили важный духовный переворот, сущность которого состояла в новом осмыслении труда и богатства. Согласно представлениям идеологов Реформации Лютера и Кальвина, труд является не наказанием, а божественным призванием, предназначением человека. Цель труда – не искупление греха и не спасение от греха праздности, а приобретение и умножение богатства, накопление собственности, стремление к прибыли.

Переосмысление роли труда наряду с установкой на максимальную прибыль, финансовый успех привели и к новой оценке роли собственности и богатства в жизни человека. В протестантской этике собственность важна как основа и фундамент свободы личности.

Такое понимание связи свободы, независимости, самостоятельности личности с богатством привело к формулированию одного из фундаментальных принципов современного буржуазного общества: принципа неприкосновенности частной собственности. Частная собственность оказалась мощным стимулятором деловой и трудовой активности человека, динамичного развития общественного производства. Ценными качествами стали признаваться индивидуальная инициатива, способность к разумному риску, готовность самостоятельно принимать решения и отвечать за свои действия. На первое место среди принципов ведения бизнеса вышли строгое соблюдение всех договоренностей с партнером, высокое качество работы.

Низкое качество и несоблюдение договоренностей, в конечном счете, способствуют вытеснению бизнесмена (фирмы) с рынка. Конкуренция обеспечивает выживание, прежде всего тем, кто умеет трудиться в соответствии с высшими, лучшими достижениями профессиональной трудовой культуры, от чего выигрывает и все общество в целом. Однако частная собственность обеспечивает этот эффект не автоматически, а лишь в условиях правового государства, в котором закон жестко соблюдается и при этом не может быть произволом властвующей группы. Только при законодательной поддержке этические нормы начинают играть роль единых для всех ограничителей.

На первых этапах развития капитализма доминирующая установка на деловой успех и стремление к прибыли вызвали жестокую эксплуатацию наемного труда. Соответственно получили развитие теории, нацеленные на примирение моральных принципов со стремлением к максимальной выгоде. Вершиной в разработке таких воззрений стала теория М. Фридмана, согласно которой закон автоматически считается институционализированным выражением моральных норм, следовательно, в бизнесе морально оправданы любые действия, если они не противоречат закону (соображения честности, нравственности и справедливости не должны влиять на принятие решения). Эта позиция получила название «этики laissez-faire».

В 1924 г. Комитет по этике бизнеса при Торговой палате США впервые в истории разработал национальный этический кодекс «Принципы ведения бизнеса». В нем отмечено, что в основе бизнеса лежит доверие, проистекающее из справедливых взаимоотношений, эффективного оказания услуг и взаимной выгоды. Здесь, однако, еще доминируют воззрения «примитивной этики» прошлого века, согласно которым моральное оправдание получает любой бизнес, в котором партнеры по сделке признают их обмен эквивалентным.

Следующим переломным моментом стал кризис 1929–1931 гг. «Новый курс» Ф. Рузвельта послужил отправной точкой в поисках новых принципов организации хозяйственной деятельности. К 50-м годам в США сформировался ряд социально-философских доктрин, которым можно дать общее название «теории человеческих отношений». В практике корпораций стали реализовываться лозунги «социального партнерства», «участия в доходах» и т.п. Концепция «человеческих отношений» получила свою конкретизацию в комплексе конкретных профессиональных кодексов морали (этика управления, этика бизнеса, этика делового общения и др.)

Наконец, последний существенный переворот в этике бизнеса был вызван современной НТР и созданной ею экологической угрозой. Современная цивилизация находится на таком этапе, когда необходимо развивать и усиливать эффективность хозяйственной деятельности, отказавшись в то же время от установки на извлечение максимальной финансовой выгоды. Существенно изменились моральные требования, предъявляемые обществом к бизнесу. Основная черта этих изменений – рост социальной ответственности бизнеса. К нему сейчас предъявляются такие требования, как обеспечение занятости, охрана здоровья, устранение дискриминации, охрана окружающей среды, и т.п.

В сфере отношений фирмы и общества на смену традиционной модели приходит корпорация нового типа. Она провозглашает себя морально ответственной как перед людьми, которые в ней работают, так и перед всеми, кто оказывается под воздействием ее деятельности. Важными признаются следующие принципы, носящие по существу этический характер (5, стр.54-56):

* объему власти, которой обладает бизнес, должен соответствовать объем социальной ответственности;
* бизнес должен действовать как открытая система, которая получает от общества необходимую информацию и предоставляет обществу объективные сведения о своих операциях;
* в пределах своей компетенции бизнес должен помогать обществу решать социальные проблемы;
* учет социальных затрат и доходов должен служить одним из решающих факторов в процессе принятия решений;
* потребитель должен оплачивать все затраты на производство продукции, оказание услуг и т.п., включая социальные расходы.

Наиболее ярко эти принципы проявляются в сфере маркетинга, поскольку через систему маркетинговых мероприятий происходит взаимодействие фирмы с ее контрагентами, с конкурентной средой, с целевыми потребителями и обществом в целом. В той части, в которой маркетинговые мероприятия касаются разработки товара, велика социальная ответственность с точки зрения его пользы (или вреда) для человека. В той части, которая связана с организацией сбыта и рекламой, наиболее тесной является связь с общественным мнением и, следовательно, наиболее тщателен контроль со стороны общества (общественных организаций). В сфере маркетинговых исследований чрезвычайно важно не переступить грань, за которой получение маркетинговой информации, необходимой фирме, перерастает во вмешательство в частную жизнь и нарушение соответствующих прав человека. Поэтому менеджеры, ответственные за маркетинг, в наиболее явном виде сталкиваются в своей профессиональной деятельности с этическими проблемами. Стремление учесть этическую сторону бизнеса нашло свое выражение в концепции общественного маркетинга, предложенной Ф. Котлером (Котлер, 1992). Эта концепция провозглашает целью предприятия не просто удовлетворение потребностей покупателей, а непритворную заботу об их благополучии и долгосрочном благополучии общества в целом.

**Заключение**

Регламентация поведения и общения людей пронизывает всю человеческую историю. Без соблюдения определенных норм или регламента невозможно строить политические, экономические, культурные и семейные отношения, ибо мы не можем существовать, не считаясь друг с другом, не налагая на себя определенные обязательства.

Этикет — это свод норм, правил общения людей между собой, поведения каждого конкретного человека в обществе — в той социальной среде, где он живет, с членами которой взаимодействует.

Некоторые этикетные нормы прошлого изменились почти до неузнаваемости, а другие просто исчезли вместе с породившими их условиями, но так или иначе все принятые ритуалы поведения наложили отпечаток на развитие западноевропейской культуры.

**Список литературы**

1. Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е. Психология Бизнеса. – М.: АРМАДА, 1998. - 511 с.
2. Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство. – Петрозаводск, 1996.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1993. – 702 с.
4. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. / Под ред. Ю.М. Осипова. – М., 1992. – 432 с.
5. Разин А.В. Этика: история и теория – М.: Академический проект, 2002
6. Смирнов И. Н., Титов В. Ф. Этика – М.: Гардарики, 2005
7. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
8. Уледов А.К. Структура общественного сознания. — М.: Мысль, 1968.
9. Ягер Д. Деловой этикет: Как выжить и преуспеть в мире бизнеса. – М., 1994.
10. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. «Инфра-М», Москва, 1995.
11. Этика бизнеса: Межкультурные аспекты. Отв.ред. Лобанов А.А. М., 1992.
12. Этика бизнеса: Международные аспекты. Отв.ред. Лобанов А.А. М., 1996.
13. Этика бизнеса. (К определению предмета). РАН ИНИОН. М., 1994.
14. Этика. Вводный курс. // Под общ. редакцией И.Н. Сиренко. – М.: Серебряные нити, 2006