**Содержание**

Введение

1. Понятие «этика»

2. Этика бизнеса

2.1 Этика бизнеса

2.2 Экономическая и деловая этика

2.3 Этика поведения

3. Деловое общение

3.1 Секрет успеха деловых встреч

3.2 Деловая риторика

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Актуальность работы. Когда-то начиная свое новое дело, мы тоже менее всего ожидали встретить именно в бизнесе надежду на позитивные перемены. Мы далеки от намерения идеализировать бизнес, и все же сегодня мы уверены: едва ли не единственная конструктивная сила, от которой можно ожидать хоть каких-то перемен к лучшему в России,— это бизнес.

Настоящими людьми бизнеса оказались десятки тысяч руководителей гораздо менее значительных по сравнению с «крупняком» кооперативов, фирм и корпораций, бывшие научные сотрудники и инженеры, военные и бухгалтеры, студенты и пенсионеры. В невероятно сложных условиях хаоса и беззакония они начинали свое дело, стремясь обрести независимость, решить свои простые семейные и личные проблемы, и создавали маленькие, но действующие производства, насыщали рынок товарами, добираясь до крупнейших поставщиков на всех континентах мира и до заброшенных российских деревень, давали другим людям работу и заработок, ощущение стабильности, хоть какой-то уверенности в завтрашнем дне. И этот процесс продолжается, приобретая все более зримые масштабы.

Целью написания реферата являлся анализ общих характеристик этики применяемых в бизнесе, а также оценка их применения в России.

Объект исследования – бизнес процессы.

Предмет исследования этические нормы.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить ряд задач, основные из которых:

- изучение понятия «этика»;

- изучение основ этики бизнеса;

- анализ особенностей делового общения

Работа строго структурирована и состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы

**1. Понятие «этика»**

Этика (философия этики, моральная философия) представляет собой научную дисциплину, изучающую социальную мораль. Практика показывает, что многие студенты не сталкиваются с этой научной дисциплиной вплоть до последних классов школы или начальных курсов института. В то же время знакомство с нормами морали является неотъемлемой частью процесса социализации человека с самого раннего возраста. На первом этапе этого процесса ребенку предстоит научиться отличать правила морали от правил благоразумия, здравого смысла. Задача может быть весьма нелегкой, так как правила усваиваются детьми одновременно, а учителя не разграничивают понятия морали и благоразумия.

Например, в раннем возрасте каждый человек постоянно выслушивает наставления о том, что можно и чего нельзя делать. Большая часть этих “делай” и “не делай” продиктована соображениями собственного интереса и является, таким образом, требованием здравого смысла. Одновременно люди усваивают обязательные правила поведения морального характера. Родители, учителя, наставники говорят, что определенные вещи нельзя делать, поскольку они являются неправильными, а другие делать нужно обязательно, ибо они правильны. Эти моральные правила направлены на регулирование поведения, затрагивающего интересы других людей. По мере того как люди взрослеют, они учатся принимать во внимание интересы других людей и таким образом соответствовать социальным стандартам.

Само понятие «этики» применимое к области недвижимости можно определить как систему норм нравственного поведения человека, общественной или профессиональной группы.

Этика (греч. ethika, от ethikos - касающийся нравственности, выражающий нравственные убеждения, ethos - привычка, обыкновение, нрав), философская наука, объектом изучения которой является мораль, нравственность как форма общественного сознания, как одна из важнейших сторон жизнедеятельности человека, специфическое явление общественно-исторической жизни. Этика выясняет место морали в системе других общественных отношений, анализирует её природу и внутреннюю структуру, изучает происхождение и историческое развитие нравственности, теоретически обосновывает ту или иную её систему.[[1]](#footnote-1)

В философии Объединения мораль определяется как "норма поведения человека в личной жизни", а этика - как "норма поведения человека на основе семейной жизни". Роль морали - направлять индивида на путь совершенствования личности, а роль этики - направлять его на путь совершенствования семейной жизни. Иначе говоря, мораль является нормой для осуществления первого Благословения, а этика - нормой для осуществления второго Благословения.

**2. Этика бизнеса**

**2.1 Этика бизнеса**

"Бизнес - это искусство заводить друзей", - говорил американский финансист Герберт Кэссон, изучивший более 300 видов предпринимательской деятельности и понимавший толк в бизнесе. Можно ли обучиться этому искусству?

Можно, если понять, что фундаментом деловых связей являются личные доверительные отношения. Именно они - лучшая форма обеспечения договорных отношений и самый ликвидный залог. По мнению западных экспертов, репутация компании, ее клиентская и партнерская базы (то что называется goodwill) имеют реальную стоимость, которая может доходить до 80% рыночной капитализации фирмы. Как только этот нематериальный актив пошатнется в цене, сразу становится видна реакция рынка - резкое снижение котировок акций компании. Сегодня все большее число российских руководителей осознают важность деловых связей при построении и поддержании благоприятного имиджа компании. В структуре отечественных предприятий появляются специальные отделы по налаживанию связей с общественностью, органами государственной власти и управления. Кроме формирования положительного имиджа, подобные структурные подразделения занимаются лоббированием интересов компаний в соответствующих органах[[2]](#footnote-2).

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность предпринимательской деятельности может оцениваться не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия). Бизнес – это четкая система зарабатывания денег.

Этика бизнеса – деловая этика, базирующаяся на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями.

В большинстве работ, посвященных бизнесу, обращает на себя внимание то обстоятельство, что обсуждению вопросов этики бизнеса традиционно отводится самый последний и обычно не самый большой по объему раздел. В какой-то мере и мы разделим эту традицию. Хотя для нас, в соответствии с английской поговоркой «last but not least», этот раздел — последний по очереди, но далеко не самый последний по значимости. Он попал на это место потому, что понять этику бизнеса невозможно, не обсудив существенные особенности самой этой деятельности, перипетий человеческих отношений, возникающих вокруг бизнеса, различия индивидуальных особенностей и позиций, оказывающих влияние на поступки людей, участвующих в бизнесе.

Анализ проблем этики бизнеса предполагает различные повороты этой темы. Можно говорить об индивидуальных этических различиях людей, действующих в бизнесе. Можно попытаться сравнить этику бизнеса как социального института с этикой других социальных институтов и видов деятельности. Можно ограничиться анализом внутренней, цеховой этики, проявляющей себя в отношениях и взаимодействиях бизнесменов.

Сравнение бизнеса с другими социальными институтами легко позволяет увидеть, что представления об этических системах в разных видах деятельности, за исключением, пожалуй, религии, не менее противоречивы и запутанны, чем представления об этике бизнеса. А для того чтобы узнать о внутрицеховой этике отношений в бизнесе, лучше раскрыть любую из многочисленных и весьма неплохих работ по деловому этикету, где многие из норм взаимоотношений описаны ярко и четко с приведением необходимых примеров и советов[[3]](#footnote-3).

Поэтому, говоря об этике бизнеса, мы попробуем остановиться на трех ключевых факторах, которые, на наш взгляд, определяют основные ее особенности и могут помочь увязать между собой многочисленные разрозненные факты и наблюдения относительно данной темы.

Нам представляется, главное, что определяет своеобразие и придает внутреннюю стройность и целостность на первый взгляд противоречивой этике бизнеса, заключено в трех неявных этических постулатах: принципе экономической целесообразности, принципе ситуативности и принципе индивидуальной ответственности.

**2.2 Экономическая и деловая этика**

Г. Форд считал, что счастье и благосостояние добываются только честной работой. Суть фордовской экономической этики в 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.

Этико-экономические установки Форда имеют практическое значение и в настоящее время.

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

Это – адаптированные к практическим нуждам бизнесмена сведения об этических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и облику делового человека.

Это - этика ведения переговоров с партнерами, этика составления документации, использование этических методов конкуренции.

Экономическая этика включает в себя деловой этикет, который формируется под влиянием традиций и определенных сложившихся исторических условий конкретной страны.

Деловой этикет - это нормы, регламентирующие стиль работ, манеру общения между фирмами, имидж бизнесмена и т.д. Этика предпринимательства не может возникнуть по субъективному желанию. Ее формирование - сложный и длительный процесс. Условиями ее формирования являются: политическая и экономическая свобода, сильная исполнительная власть, стабильность законодательства, пропаганда, право.

Основными постулатами этического кодекса предпринимателя являются следующие принципы[[4]](#footnote-4):

* он убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества в целом;
* исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют

работать;

- верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество;

- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;

* уважает любую собственность, общественные движения;
* уважает профессионализм, компетентность и законы;
* ценит образование, науку и технику.

Эти основные принципы этики делового человека могут быть конкретизированы применительно к различным сферам его профессиональной деятельности.

Деловая этика является одной из форм прикладной этики, который тщательно изучает этические принципы и моральные или этические проблемы, которые возникают в бизнес-среде. В более добросовестный рынках 21-го века, спрос на более этических бизнес-процессы и действия (называется ethicism) нарастает. Кроме того, давление на применение деловой этики в настоящее время оказывает через принятие новых общественных инициатив и законов.

Деловая этика требует, чтобы компания изучает его поведение по отношению к внешнему миру. Он принимает во внимание морали, этических рассуждений и этики приложения. Например, моральная философия бизнеса менеджера ситуаций влияют этические убеждения менеджера. Моральная философия относится к общей руководящей системы убеждений за восприятия индивида правильно или неправильно.

Важно, чтобы ознакомиться с моральной философии, этических рассуждений, и особенно применение этики в бизнесе и управлении. Этических теорий и концепций, которые важны для решения моральных проблем, стоящих перед бизнесом. Сотрудники и менеджеры должны интегрировать моральных проблем в их процесс принятия решений.

**2.5 Деловая этика как специальность**

Деловая этика превратилась в новую область исследования, а не только предмета философии, права и бизнеса. Поэтому необходимо иметь всеобъемлющее и систематическое изложение морали и этики для бизнес-менеджеров. Деловая этика уточняет моральных вопросов, которые были проигнорированы, и моральные дилеммы, к тому, чтобы пройти строгий этический анализ, рациональная аргументация, и в конечном итоге, разрешение.

По этическим решения моральных проблем, стоящих перед бизнесом, менеджеры могут лучше понять и классифицировать их собственные моральные убеждения и лучше оснащены, чтобы развивать критическое и отражающей личной морали. Моральные вопросы рассматриваются не только как философские вопросы, но и как принципиально важно, практические, деловые вопросы для руководителей. Этика должна рассматриваться как раздел философии, морали, руководства и заинтересованных значения управляемых поведения.

Деловая этика озабочена главным образом с этикой и моралью, которые помогут компании решения моральных проблем, стоящих перед бизнесом.

**2.3 Этика поведения**

Очень важна профессиональная репутация производителя. Такую репутацию трудно приобрести, на это уходят годы, утратить ее можно мгновенно, зачастую из-за пустяка: не ответив вовремя на телефонный звонок или письмо, не послав факс, которого ждут, проявив невоспитанность.

Для репутации важны и культура речи, и манеры, одежда, интерьер офиса и многое другое[[5]](#footnote-5).

Деловая вежливость обычно не приемлет заверений в расположенности собеседников друг к другу, длительных благодарностей, извинений за отнятое у человека время. Вежливость предполагает и предупредительность, готовность оказать услугу. Предупредительность не следует смешивать с подобострастием или льстивостью.

Вежливый человек сгладит неловкость, поможет человеку выйти из сложной ситуации.

Особое значение имеют тактичность и деликатность. Неизменным спутником и лучшим советчиком бизнесмена должна стать именно деликатность. Деликатность – слово нерусское, но так получилось, что оно очень емко стало выражать то, что мы имеем в виду, когда говорим о чутком, тонком, даже несколько щепетильном отношении к окружающим, к их чувствам.

Деликатность не должна быть излишней, превращаться в льстивость, приводить к ничем не оправданным восхвалениям. Тактичность – чувство меры, которое необходимо соблюдать в личных и служебных отношениях, способность чувствовать границу, которую нельзя переступать во взаимоотношениях с людьми. Важно учитывать духовный мир окружающих, понимать то, что у людей может вызвать негативную реакцию. Тактичный человек твердо знает, в какое время и в каком месте можно совершать те или иные действия. Л.Н. Толстой писал.: «Ты можешь быть умным, ты можешь быть глупым, но тактичным ты быть обязан». Дж. Леббок, английский естествоиспытатель утверждал.: «При помощи такта можно добиться успеха даже в тех случаях, когда нельзя ничего сделать при помощи силы».

Тактичность предполагает осознание того, что может доставить другому человеку неприятность или радость, это способность оценить потребности другого человека. Чтобы воспитать в себе тактичность, важно ставить себя на место другого человека. Это требование относится и к тактике деловых отношений.

«Если здесь и есть какой-либо секрет успеха, - говорил Генри Форд, - то он заключается в умении понять точку зрения другого человека и смотреть на вещи и с его, и со своей точек зрения».

Очень важное требование этикета – скромность. Признак воспитанного человека – его поведение, приспособленное к окружающей обстановке, способность скромно держаться. Она свидетельствует о цельности личности, ее разностороннем внутреннем мире, умении всегда владеть собой, что располагает к человеку, способствует эффективному решению деловых вопросов.

Важнейшее для делового этикета требование – точность и обязательность. Люди, умеющие ценить время, считают неприличными необязательность и неточность. Например, недопустимо заставлять человека ожидать более пяти минут, назначить встречу одновременно нескольким людям. Пунктуальности и обязательности можно поучиться у японцев. Назначая встречу японцу на три часа, вы смело можете приходить без десяти минут три – он уже будет вас ждать.

Особо следует остановиться на этикете руководителя высшего ранга, т.е. первого лица организации. Руководитель организации (президент, генеральный директор, ректор, председатель правления) является лицом всей организации. По его внешнему виду, манере вести себя, по степени выполнения им требований делового этикета судят обо всей организации; одна мелкая, но неудачная деталь в поведении, один, даже незначительный, но неэтичный поступок, могут испортить впечатление окружающих об организации в целом.

**3. Деловое общение**

**3.1 Секрет успеха деловых встреч**

Можно сказать, что секрет японского процветания – именно пунктуальность и обязательность.

Пунктуальность и обязательность считаются у англичан качествами национального характера.

Для успеха деловых встреч очень важны не только знание дела, но и воспитание, чувство собственного достоинства, понимание ситуации и умелая реакция на нее. Это проявляется в этике – поведении в ходе всего процесса от встречи партнеров до прощания с ними. Как бы ни шли дискуссии, важно всегда сохранять выдержку, терпение, не делать замечаний, не ходить по комнате. Стремясь изменить в свою пользу ход переговоров, не следует прибегать к разным уловкам. Это считается шантажом и бестактностью. Каждый волен выбирать себе компаньона, но делать это надо достойно, не оскорбляя других.

После окончания переговоров руководители переговоров должны составить запись беседы, где зафиксированы названия фирмы, место, дата и время начала переговоров, участники переговоров с обеих сторон (фамилии и должности), тема переговоров, выступления участников, результат переговоров.

Наряду с официальными особую роль играют неформальные контакты. Поход по увеселительным заведениям вместе с партнерами по переговорам после завершения рабочих дискуссий – неотъемлемая часть сотрудничества. Приглашает развлечься и несет все расходы тот, кто является хозяином или выступает инициатором переговоров. Отсутствие подобного приглашения означает, что хозяева намекают на отсутствие интереса к продолжению контактов. В неофициальной обстановке, в ресторанах и барах продолжаются те же дискуссии, что и за столом переговоров, только более откровенно и раскованно.

При последующих встречах обмен подарками становится обязательным. Нужно всегда хорошо представлять, кому будет преподнесен конкретный подарок, причем строго по рангам. Если вы вручите президенту фирмы такой же подарок, как и вице-президенту, это будет расценено как оскорбление.

Но главное, конечно, - организация делового общения. При проведении встречи и беседы важно учитывать не только их стратегию и тактику, но и обращать внимание на «мелочи» этикета, которые могут вырасти в факторы, серьезно влияющие на результат встречи[[6]](#footnote-6).

В деловых отношениях очень многое зависит от характера личных встреч, бесед, переговоров, совещаний. Деловая этика является своеобразным посредником, позволяющим быстрее найти оптимальное решение, сглаживая при этом острые углы, с достоинством выходить из затруднительных ситуаций. Искусству деловых контактов обучаются во всем мире. Многие российские предприниматели никогда не обучались процессу ведения переговоров, не имеют серьезного опыта участия в них[[7]](#footnote-7).

Любые деловые встречи, переговоры носят оригинальный характер: каждый раз иной предмет для обсуждения, новые условия и участники. Общее, что отличает их от других видов рыночной деятельности — их предварительная организация, соблюдение условий, принятых в деловом мире, во взаимоотношениях участников делового общения.

Важно не упустить еще одно немаловажное обстоятельство: сувениры для партнеров. Необходимо заготовить подарки на случай приема у руководства фирмы.

По этикету при первой встрече подарки дарят хозяева. Нужно обязательно преподнести что-либо прибывшему деловому партнеру в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и рассчитывают на длительные контакты.

Важно уметь не только дарить, но и принимать подарок. Все подарки, независимо от их материальной ценности, следует принимать с одинаковым вниманием. Хорошо вручать сувениры перед завершением переговоров, в конце встречи.

Деловая беседа – это особая форма общения, отличная от обыденного разговора, поведения, требующая сдерживания эмоций. Помимо положительного содержания это несет в себе негативный момент. В деловых контактах особенно важно не только то, что говорить, но и внимательно слушать. Не менее важное значение имеют правила, относящиеся к восприятию содержания услышанного.

Все деловые люди должны овладеть техникой живого контакта. Между тем многим предпринимателям явно не достает знаний и умения говорить красиво и убедительно и при этом выглядеть достойно.

**3.2 Деловая риторика**

Для этого им нужно овладеть наиболее эффективным инструментом общения – деловой риторикой.

Риторика в переводе с греческого означает красноречие. Это умение стройно и ясно излагать свои мысли, чтобы склонить людей к своим взглядам и позициям. И это необходимо каждому, кто хочет стать преуспевающим бизнесменом. Не владение риторикой – одна из существенных причин неудач многих предпринимателей, и их низкого рейтинга в среде профессионалов и потребителей.

Тембр, интонация, четкость произношения, паузы, громкость голоса – все это факторы, которые психологически воздействуют

на собеседника, вызывают у него уважение и симпатию к вам или, напротив, негативные эмоции. Слишком быстрая многословная речь создает впечатление о человеке как недостаточно надежном, а слишком медленная вызывает раздражение, заставляет подумать о замедленности реакции этого человека, недостаточной оперативности в деловых отношениях.

Разговаривая с несведущим в определенной специальной области человеком, не следует употреблять непонятные для него сокращения, специальные термины и принятые в этой сфере обороты речи. Точно так же нужно быть осторожным с употреблением иностранных слов и выражений.

При выборе слов надо стараться употреблять простые, общеизвестные и общепринятые, всем понятные слова. Но одновременно эти слова должны наиболее точно выражать вашу мысль[[8]](#footnote-8).

Не следует начинать разговор с тех вопросов, по которым вы расходитесь во мнениях. Не случайно люди интуитивно начинают разговор с общей темы, например, обменявшись мнением о погоде, - как правило, здесь позиции совпадают.

Не следует наносить обиды партнерам, обращая внимание на их ошибки и неточности. Это может вызвать только раздражение.

Если возникли трудности в ходе беседы, надо сосредоточиться не на позициях, а на интересах. Выяснится, что интересы у вас общие – завязать контакты, соединить вашу продукцию с рынком

сбыта партнера или ваше сырье с его передовой технологий обработки и т.д.

Ну, а уж если атмосфера переговоров накалилась, здесь надо использовать все, чтобы ее разрядить. Остроумное или шутливое замечание, сказанное вовремя, может разрядить обстановку.

Но не всю информацию можно выразить словами. Они дополняются другими средствами общения – невербальными (неречевыми). Это выражение лица, походка, пожатие рук, поза и жесты.

**Заключение**

В заключение можно отметить, что роль этики как науки в настоящий, переживаемый современным российским обществом период, велика: она должна проанализировать нравственное состояние общества, указать причины, вызвавшие это состояние, предложить решения, которые помогли бы обновить моральные ориентиры нашего общества.

К сожалению, в российском бизнесе очень мало людей, которые придерживаются этических принципов и норм в деловых общениях.

При всем жадном внимании бизнеса к науке, к малейшей возможности, используя тавтологию, «сделать на ней бизнес», нельзя сказать, чтобы достаточно значительная доля этого внимания уделялась психологии. И, как ни прискорбно это признать, в каком-то смысле это объективная оценка практической, прикладной ценности этой науки. В той или иной мере используя достижения и разработки психологии в маркетинге и рекламе, а также в менеджменте, особенно в той сфере, которая относится к мотивации персонала и к вопросам групповой динамики, формированию команд, бизнес практически отвергает сегодня психологию в ее наиболее «заповедных» сферах, в том, что связано с подбором и оценкой кадров. Попробовав на практике возможности разнообразных методов тестирования, от тестов «карандаша и бумаги» до пресловутого полиграфа, детектора лжи, по большому счету бизнес отдал предпочтение интуиции и практическому опыту менеджера как более экономичному и в целом не менее надежному инструменту.

**Список использованной литературы**

1. Ботавина Р.Н Этика деловых отношений. Москва: 2003 г.

2. Венедиктова В.И. Деловая репутация Москва: 2006 г.

3. Гананов К.Е. Политическая и экономическая этика. Москва: 2001 г.

4. Уткин Э.А. Этика бизнеса. Москва: 2001 г.

5. Стратегия бизнеса: аналитический обновленный справочник. Под редакцией Г.Б. Клейнера. Москва: 2008 г.

1. Гананов К.Е. Политическая и экономическая этика. Москва: 2001 г , С. 55 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ботавина Р.Н Этика деловых отношений. Москва: 2003 г, С. 45 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ботавина Р.Н Этика деловых отношений. Москва: 2003, С. 111 [↑](#footnote-ref-3)
4. Венедиктова В.И. Деловая репутация Москва: 2006 г, С. 91 [↑](#footnote-ref-4)
5. Уткин Э.А. Этика бизнеса. Москва: 2001 г, С, 78 [↑](#footnote-ref-5)
6. Венедиктова В.И. Деловая репутация Москва: 2006 г, С. 98 [↑](#footnote-ref-6)
7. Стратегия бизнеса: аналитический обновленный справочник. Под редакцией Г.Б. Клейнера. Москва: 2008 г., С. 109 [↑](#footnote-ref-7)
8. Стратегия бизнеса: аналитический обновленный справочник. Под редакцией Г.Б. Клейнера. Москва: 2008 г., С. 111 [↑](#footnote-ref-8)