**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………….2

1. Формирование и история этики…………………………..…………………...4

2.Сущность деловой этики……………………………………………………….6

3. Этика деловых отношений. Этикет в деловой карьере………………………8

4. Деловая российская этика……………………………………………………...9

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….12

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ……………………………………………….……....13

**ВВЕДЕНИЕ**

С развитием предпринимательства, государственного регулирования экономии и демократизации российского общества возрастает интерес к этике деловых отношений, построенной на современной теории менеджмента и российском опыте работы с персоналом.

Для достижения высокой результативности необходимо владеть определенным набором сведений, знаний, представлений о правилах, формах и методах ведения предпринимательского дела, о принципах делового общения.

Этика деловых отношений основывается на выработанных не одним поколением людей во всем мире правилах и нормах поведения.

Этика – одна из древнейших теоретических дисциплин, объектом изучения которой является мораль. Основа данного предмета была заложена Аристотелем, который и ввел данный термин. Говоря об этике, мы понимаем под этим манеру общения, поведения, культуру речи и пр., что впрочем, относится к имиджу. Вне всякого сомнения, красивым людям легче создать эффект личного обаяния.

**Этика бизнеса** не сводится только к понятию морали и является инструментом, с помощью которого менеджер принимает свои решения. К сожалению, в нашей стране деловая этика рассматривается лишь как совокупность моральных принципов, возможность применения которых на практике не изучается. В России этика менеджера принимается, прежде всего, как правила поведения руководителя в деловом окружении (деловой этикет).

В западных странах этика чётко подразделяется на **этикет и управленческую** **(прикладную) этику**. Этика поведения менеджера рассматривается с точки зрения моральных аспектов различных функций управления, таких как маркетинг, управление персоналом, оказание профессиональных услуг, взаимодействие с контрагентами и конкурентами, слияние и поглощение фирм и т.д.

**Деловая этика** предполагает трудный выбор оправданных с точки зрения нравственности и следующих целям деятельности решений. Следует подчеркнуть, что этичное поведение не устанавливается законодательно. Этика бизнеса основывается на удовлетворении интересов максимального числа участников рынка и на уважении интересов, как своей фирмы, так и интересов партнёров. Этика менеджера по отношению к конкурентам предполагает использование только «чистых» методов борьбы.

Сегодня как никогда раньше деловые отношения развиваются и укрепляются в процессе общения. Общение между людьми играет важную роль в нашей личной жизни и профессиональной деятельности.

**1.Формирование и история этики.**

Так что же такое этика, как она формировалась? Почему этические вопросы приобрели чрезвычайно важное значение? Для чего необходимо знание об основных проблемах этики?

Слово «этика» (от греческого ethos) означает нрав, характер, обычай. Его более 2300 лет назад ввел древнегреческий мудрец Аристотель (384 – 322 до н.э.), дав и название «науке о добродетели» - этика.

Однако формирование и развитие этики как науки, а также основных морально – нравственных ориентиров в жизни людей шло сквозь всю историю культуры. Поэтому понятие этики было исторически изменчивым. Оно трансформировалось и приобретало новые значения на разных этапах человеческого развития.

Так, в самых ранних культурных периодах (например, в первобытном обществе) люди еще не выделяли морально – этические ценности в разряд вопросов, требующих специальных, особенных форм рефлексии. Это было и невозможно, так как обычай, в рамках которого протекала жизнь человека, воспринимался как единственно верный и возможный. В этом случае, этика ярче всего соотносится с понятием обычая, укоренившейся привычки, общепринятым ритуалом, которые отражают принадлежность человека для всех членов племени целостной системе.

Когда же человек начинает задумываться над кругом моральных норм и ценностей, которым он подчиняется, то наступает совершенно иной этап в развитии и понимании этики. Так произошло в Древней Греции.

Античная этика, отражая идеалы греческой культуры о гармонии человека с действительностью, его духовном и телесном равновесии, здоровом отношении к материальному благополучию и миру вещей, акционирует наше внимание на счастье человека и основных способах и условиях его достижения. В качестве основных этических добродетелей греческие мудрецы выделяют мужество, благоразумие, доброжелательность и честность (справедливость).

В новое время, в эпоху «неуверенности в сущем, когда каждый должен сам заботиться о своей нравственности» этические идеалы вновь получают гуманитарную направленность. Однако сфера нравственно – этических проблем стала все более соотноситься с процессами, происходящими в общественной жизни людей, приобретая социально – правовой характер. Немецкий философ И.Кант (1724 – 1804) отмечает, что «в морали человек подчинен своему собственному и тем не менее всеобщему законодательству».

Показательным является и тот факт, что происходят существенные изменения в ранее тождественных друг другу понятиях этики, морали и нравственности. Теперь они наделяются специальными значениями. Этика – это теория, а мораль и нравственность отражают реальные явления, соответствующее общепринятым обычаям, традициям, ценностям и нормам.

Этика является наукой о «должном», она регламентирует то, как «должен» поступать человек (формирует нравственные нормы и принципы).

Сложнейшие этические проблемы возникают с сознанием морали как сферы самостоятельного выбора. Проблема самостоятельности выбора и его этического измерения становится одной из ведущих в 19 – 20 веках. Появляются новые аспекты изучения.

Во второй половине 20 столетия появляется идея отказа от попытки определить основные моральные категории, поскольку описать их в рамках существующей научной традиции невозможно. Возникает метаэтика, главной своей задачей ставящая попытку анализа языка морали.

Раскрывая сущностные особенности этики, необходимо обратить внимание на ее универсальное значение. Универсальность этики соотносится с ее надындивидуальным (т.е. распространяющимся на всех людей) и жизнеопределяющим (необходимым для существования людей) характером. Это означает, что этика связана с изучением с изучением фундаментальных ценностей человеческой жизни (добро и зло, любовь, счастье, долг, справедливость и др.) и является основополагающим компонентом всей культуры, всего общества. Гуманист 20 века, лауреат Нобелевской премии Альберт Швейцер (1875 – 1965) в своей знаменитой книге «Культура и этика» писал, что этическое является конструирующим элементом культуры.

В конце 20 века широкое распространение получает прикладная этика. Это направление возникает как ответ на практические потребности и запросы современного общества. Возникает профессиональная этика, отражающая специализированные формы деятельности людей (этика бизнеса, этика делового общения, политическая этика, медицинская этика, педагогическая этика, этика цензуры и др.).

**2.Сущность деловой этики**

Этика деловых отношений область специального знания возникает во второй половине 20 века. Ее появление обусловлено потребностью в теоретическом осмыслении моральных норм и отношений, которые сложились в такой сфере человеческой деятельности, как предпринимательство.

Как явление реальной жизни, отражающее деловую сферу, этика бизнеса представляет собой довольно сложный конгломерат ее составляющих. Это и обусловило трудности ее теоретического освоения. Она рассматривалась в рамках различных наук: философии, социологии, психологии, культурологи… Разные ученые, пытаясь дать определение этики деловых отношений, выделяли именно те ее грани, которые были наиболее актуальны и существенны для тех наук, с позиций которых она рассматривалась.

Поскольку этика деловых отношений представляет собой именно систему, то необходимо рассмотреть составляющие ее элементы, характер их взаимосвязи между собой, а также результаты подобного взаимодействия.

Процесс становления этики деловых отношений как научной сферы знаний не был обособленным от других наук. Наоборот, самоопределение этики деловых отношений становится особенно заметным при анализе ее взаимодействия с другими областями знания (рис. 1.2.). Изучение подобного взаимодействия позволят глубже уяснить специфику этики деловых отношений.

**3.Этика деловых отношений. Этикет в деловой карьере.**

Проявление интереса к непростым вопросам этики и психологии деловых и межличностных отношений помогает развить способность ориентироваться в сложном мире человеческого общения и принимать взвешенные решения, избегая подводных камней, мешающих достижению поставленных целей.

Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших факторов, определяющих шансы добиться успеха в служебной или предпринимательской деятельности. Ведь любой предприниматель имеет дело не только с ресурсами, машинами и продуктами, сбытовыми и производственными процессами, он постоянно имеет дело с людьми – руководит подчиненными, советуется со специалистами, ведет переговоры с партнерами. И от того, насколько хорошо он это делает, зависит его репутация и авторитет, а, следовательно, и успех предпринимательского дела.

Этика в широком смысле слова – это совокупность норм человеческого поведения и практическая их реализация, т.е. этика как идеал и этика как действие.

Деловая этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требований, предъявляемых культурным обществом к характеру его общения с людьми, социальному облику, адаптированные к его практическим нуждам сведения об основных эстетических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и облику делового человека. Деловая этика позволяет рассматривать и оценивать деловые отношения предпринимателей, а также их личное поведение с точки зрения соответствия общепринятым в деловом мире принципам поведения.

Деловая этика базируется на такой общеловеческой ценности, как свобода. Это означает, что бизнесмен должен ценить не только свободу своих коммерческих действий, но и свободу свои конкурентов, что выражается в недопустимости вмешательства в их дела, ущемления даже в мелочах их интересов.

Другим основополагающим принципом деловых отношений является терпимость, которая означает осознание невозможности преодоления «с наскока» слабостей и искоренения недостатков партнера, клиентов или подчиненных. Терпимость рождает взаимное доверие, понимание и откровенность, помогает избежать конфликтных ситуаций.

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

Основной постулат этики каждой уважающей себя компании: «прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли».

**4. Деловая российская этика**

***История нравственных норм делового поведения в России***

Развитие этических норм бизнеса в России имеет свою специфику, обусловленную историко-культурными особенностями нашей страны. Основы российских норм экономического поведения складываются в период становления Московского царства, когда русские князья реально осознали роль предпринимательства для развития государства. При этом сильная централизация власти и усиление отчужденности от Запада способствовали формированию в поведении московских купцов подозрительности к иностранцам, привычку действовать «всем миром», склонность строить на обмане торговые отношения с чужими, слабое уважение к «букве закона».

Первый толчок к правовому оформлению западных традиций дали реформы Петра I. Возросшее взаимное доверие между предпринимателями и государством способствовало проявлению и закреплению новых черт деловых отношений.

Купеческие гильдии ( от немецкого Gilde – корпорация, объединение ) появляются в России во времена царствования Петра I.

Россия XIX - начала XX вв. характеризуется уже набором традиций, позволяющих ей встать на один уровень с ведущими нациями мира. В это время в России существовал механизм, позволяющий «отсекать» от предпринимательства тех, кто не стремился соблюдать принятые во всем мире морально-этические нормы. В каждом городе действовало купеческое общество, имевшее право рекомендовать или не рекомендовать предпринимателя в купеческую гильдию. Это право надо было заслужить добросовестностью и личной честностью. Создавались «товарищества на вере», которые объединяли людей без всяких учредительных договоров, одним только купеческим словом.

Русское купечество своей благотворительностью меценатством явило образец высочайшей нравственной культуры, оно настолько глубоко заложило моральные основы всего русского экономического общества, что уничтожить их, как показала история нашей страны, оказалось просто невозможно.

В целом характер внутрифирменных отношений в России конца XIX в., как правило, был таков, что служащие очень дорожили работой, уходя только при намерении начать собственное дело. Предприятие, где из-за плохого обращения служащие часто менялись, не пользовались уважением в обществе, их презрительно называли «проходными дворами».

***Развитие отечественной деловой культуры в XX веке.***

Этика современного российского бизнеса оказалась под влиянием сразу двух культур делового поведения, которые существовали в стране до реформ 1990-х годов.

Первая культура связана с административно-командной системой, господствовавшей с начала 30-х годов XX века. Моральные нормы, привносимые в этику бизнеса, зависят от происхождения предпринимателей, составивших класс российских бизнесменов. Эти люди во многом придерживаются этических ценностей прежних бюрократических отношений, в том числе традиций «кормления» при государстве, однако некоторые из них привнесли с собой в бизнес и представления о служении обществу.

Вместе с тем в бизнес пришли и другие предприниматели. Их отличительными чертами являются интерес и внимание к дореволюционным традициям российского предпринимательства, стремление восстановить эти традиции с учетом принятых в мировой практике норм деловой этики. Однако их деятельность лежит, в основном, в сфере мелкого бизнеса.

Вторая культура – это жесткая деловая культура «теневой», полукриминальной и криминальной экономики. Деятели «теневой» экономики, пополняя ряды легальных бизнесменов, принесли с собой в возрождающийся российский бизнес своеобразные этические требования и моральные нормы.

По сути, все эти группы лишены исторической перспективы. В настоящее время на стыке поведенческих традиций этих групп происходит своеобразный поиск новых жизненных форм. Соответственно, этика нового класса бизнесменов в России представляет собой явление сложное и противоречивое. На него влияют разные силы, различные этические традиции и системы ценностей, так как в российском бизнесе занято множество людей разных национальностей, разного вероисповедания и разных этических воззрений. Кроме того, в российском бизнесе в 90-е годы XX века пришли граждане зарубежных стран, деятельность которых основана на канонах устоявшейся западной этики.

Существуют серьезные сложности в формировании деловой российской этики.

1. Российский бизнес действует в условиях неприятия значительной частью общества преуспевания как такового, богатства в любом виде, даже как результата собственного труда. В России не полностью сформирована культура успеха.

2. В России не полностью действует главный фундаментальный принцип современного западного общества – неприкосновенность частной собственности. Частная собственность в России не священна.

3.Сложилось своеобразное отношение к закону и роли государства. Этический парадокс российского бизнеса состоит в том, что этичность или неэтичность тех или иных поступков часто не определяется ни законом, ни личным выбором, а диктуется, прежде всего, необходимостью выживания предпринимателя в условиях неопределенности, несовершенства и несоблюдения законов, безразличия, а зачастую и притеснения со стороны государства.

4. Система партнерства бизнеса и государства в современной России существует, главным образом, в виде сращивания крупных структур бизнеса с коррумпированным чиновничеством в виде олигархии.

Тем не менее, нравственные основы российского предпринимательства становится актуальным для нашего общества. Специалисты выделяют в качестве приоритетного направления деловой российской этики рынок покупателя, поскольку только потребительский выбор может стать базой успеха бизнеса. В таких условиях нарушение этики может обойтись предприятию дороже.

Все это обусловило пристальное внимание российских организаций к собственной деловой репутации. Проблема управления деловой репутацией стала одной из ключевых в отечественной бизнес - этике.

В основе деловой репутации должны лежать честные этические правила и отношения. Управление репутацией вовсе не подразумевает создание красивого мифа, неявный обман общества.

Знание об управлении деловой репутацией и овладение его технологиями позволит более продуманно и эффективно привести предприятие к финансово-экономическому и нравственно-деловому успеху.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проблема этики деловых отношений существует несколько тысячелетий, возникнув в древнем мире с созданием первых государств, предпринимательства и торговли. В развитой рыночной экономике и демократическом обществе роль этики деловых отношений возрастает.

Этика помогает деловому человеку благополучно преодолеть многочисленные минутные колебания при непосредственном общении с другими людьми. Многие испытывают такие моменты некоторой рассеянности, когда не вполне уверены в том, как начать беседу, как одеться и пр.

Формирование и развитие этики как науки, а также основных морально – нравственных ориентиров в жизни людей шло сквозь всю историю культуры. Поэтому понятие этики было исторически изменчивым. Оно трансформировалось и приобретало новые значения на разных этапах человеческого развития.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Алехина Ия. Имидж и этикет в бизнесе – М.: Дело, 2003.

2. Венедиктовна В.И. О деловой этике и этикете. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994.

3. Егоршин А.П., Распопов В.П., Шашкова Н.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие для вузов. – Н.Новгород: НИМБ, 2005.

4. Сабат Энн Мэри. Бизнес – этикет. М.: ФАИР ПРЕСС, 2000.

5. Смирнов Г.Н. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений. – М.: Изд-во УРАО, 2001.

6.Честара Дж. Деловой этикет. М., 1999.

7. Шрейдер Ю.А. Этика. – М., 1998.