

Этика деловых отношений

Деловая этика — это совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов в сфере управления и предпринимательства .

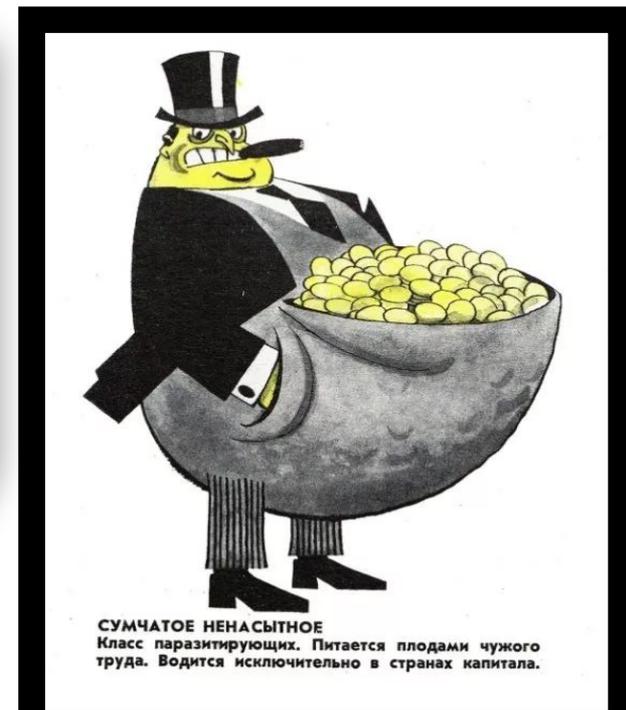
Этапы формирования деловой этики и социальной ответственности

(в развитых странах)

1 этап. Управление направлено на **максимизацию доходов** (до второй четверти XX века): этичность второстепенна по отношению к прибыльности, свойственен "дикий" капитализм.

2 этап. **Попечительское управление** (начиная с 1930-х годов): организация заботится о своих сотрудниках и их семьях постольку, поскольку это в конечном итоге ведет к более высокой производительности и доходности.

3 этап. **Социальное управление** (начиная с 1960х-70х годов): организация несет ответственность перед обществом в целом и перед стейкхолдерами (заинтересованными лицами).



СУМЧАТОЕ НЕНАСЫТНОЕ
Класс паразитирующих. Питается плодами чужого труда. Водится исключительно в странах капитала.

Этапы формирования деловой этики и социальной ответственности

ВРФ

- 1. Традиционный капиталистический этап** (до 1917г.): меценатство и попечительство считались "хорошим тоном" в традиционных предпринимательских кругах, однако большинство было ориентировано на максимизацию прибыли.
- 2. Прямое государственное регулирование** (1920е годы): извлекаемые в виде налогов (в принудительном порядке) средства направлялись на финансирование социальных программ.
- 3. Плановая социалистическая ответственность** (1930е-1980е годы): за каждым предприятием закреплялись социальные объекты и программы, а также предписывался план по открытию новых - невыполнение плана каралось государством.
- 4. «Дикий российский капитализм»** (1990е): приоритет отдан получению краткосрочной экономической выгоды любыми средствами, программы социальной ответственности часто принимали характер "прикрытия" незаконных операций.
- 5. Локальное попечительство** (с 2000 года): крупные предприятия считают своим долгом заботу о местных сообществах, финансируя локальные социальные программы.

Традиционный (узкоэкономический) подход. Логика этого подхода такова: поскольку деловые организации должны служить интересам своих собственников, а менеджеры являются всего лишь наемными служащими, то их первостепенная задача заключается в том, чтобы **вести бизнес в соответствии с желаниями собственников**. Отсюда следует, что истинная роль бизнеса состоит "в использовании его энергии и ресурсов в деятельности, направленной на увеличение прибыли при условии, что он придерживается правил игры... участвует в открытой конкурентной борьбе, не прибегая к мошенничеству и обману". Таким образом, **организация уже несет социальную ответственность, соблюдая законы и предписанные правила ведения бизнеса** (в этом видели социальную ответственность, этику ведения бизнеса).

Аргументы сторонников Традиционного подхода ПРОТИВ широкой социальной ответственности:

- цена такого поведения- снижение доходных статей компании и, следовательно, расходы на программы социальной ответственности в конечном итоге переносятся на потребителей в виде повышения цен;
- расплата за социальную ответственность может принять форму снижения заработной платы, сокращения инвестиций в обновление и совершенствование производственных мощностей;
- принятие социальной ответственности может ввести в заблуждение членов организации относительно её главных целей;
- ответственность за решения социальных проблем должна лежать на индивидуумах, а не компаниях;
- решение социальных проблем должно находиться в компетенции государственных и муниципальных органов и предприятий - руководители корпораций не научены решать общественные проблемы;
- компания, которая несет большую долю социальной ответственности может проиграть в конкурентной борьбе другим компаниям;
- эффект социальных программ не может быть точно определен - о результатах подобных действий крайне трудно отчитываться перед заинтересованными лицами и широкой ответственностью;
- нарушается принцип максимизации прибыли. В то же время, преследуя только экономические цели и соблюдая при этом законы и нормы государственного регулирования, организация: а) удовлетворяет потребительский спрос в товарах и услугах; б) создает рабочие места; в) платит налоги; г) обеспечивает определенный уровень возврата на капитал (в виде дивидендов); д) создает новые общественные богатства и ценности.

Основной вывод сторонников данного подходы

Организация уже вовлечена в теснейшее социальное взаимодействие и вносит определенный вклад в выше обозначенных сферах.

Подходы к пониманию социальной ответственности

Этический подход. Логика этого подхода - организация в целом имеет обязательства этического характера перед определенными группами заинтересованных лиц - *стейкхолдерами* (учредителями, менеджерами, акционерами (собственниками), поставщиками, кредиторами, клиентами, местными сообществами, государственными регулирующими органами, профессиональными ассоциациями и сотрудниками). Социальная ответственность позволит существенно влиять на достижение целей организации, поэтому руководству организации придется уравнивать внутренние чисто экономические цели с социальными, этическими и экономическими интересами стейкхолдеров.

Социально-этичный. Согласно этому подходу менеджеры и сотрудники организации отвечают за сбалансированное следование компании общим интересам: экономическим интересам организации, интересам стейкхолдеров и глобальным общественным интересам. Этот подход утверждает, что организации должны нести добровольные обязательства перед обществом и направлять часть своих средств на его совершенствование.

Аргументы ЗА социальную ответственность сторонниками этического и социально-этичного подходов:

- социальная вовлеченность организации создает лучшее общество и лучшую среду для бизнеса организации;
- программы социальной ответственности являются средством формирования и поддержания положительного публичного имиджа;
- социально ответственный и этичный менеджмент ослабляет отрицательный эффект воздействия на организацию со стороны государственных и муниципальных органов власти;
- широкая общественность ожидает этического поведения организаций и их руководства - несоответствие этим ожиданиям может привести к негативному общественному имиджу компании;
- собственники, менеджеры и сотрудники организации являются членами общества и для них естественным является следовать его моральным нормам;
- создаваемые организациями социальные проблемы, такие как, например, загрязнение окружающей среды, должны решаться за счет этих организаций;
- социальная ответственность уравнивает могущество и ответственность компании;
- социальная ответственность оправдывает существование организации как элемента общества.

Современные меры по повышению этичности сотрудников

компания:

Разработка этических нормативов - положений, описывающих систему общих ценностей и правил этики организации ("этический кодекс", "заповеди основателя", "образ жизни компании" и т.п.). В них прописано «не одобрение» к: *взяткам, вымогательству, подаркам, выплате соучастнику незаконно полученных денег, конфликт на почве столкновения интересов, нарушение законов, мошенничество, раскрытие секретов компании ("коммерческой тайны"), использование информации, полученной в доверительной беседе от членов "своей" группы, незаконные выплаты политическим организациям, противоправные действия в интересах фирмы, производство заведомо некачественной продукции и т.п.*

Создание комитетов по этике. В них входят представители высшего руководства компании, собственники и прочие стейкхолдеры. Они выполняют роль мирового судьи, "совести организации", вынося авторитетные официальные нравственные суждения по спорным этическим вопросам.



Современные меры по повышению этичности сотрудников

компании:

Проведение социальных ревизий. Подготовка отчетов перед широкой общественностью о ходе программ социальной ответственности, а также о этичности ведения бизнеса, принятия управленческих решений и взаимоотношений сотрудников (отчеты составляются внешними независимыми организациями - влиятельными журналами, телеканалами, ассоциациями и т.п.).

Обучение сотрудников этичному поведению. Курсы этики включают во многие программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Цель - повысить общую культуру профессионального поведения и этичность поступков, а также подвести людей к мысли о моральной ответственности и нравственных последствиях совершаемых ими действий.

Личный пример руководителя. Руководитель, как правило является моральным лидером компании, задавая общий климат и определяя степень этичности поступков. Личный пример высоко нравственного поведения руководителя практически всегда побуждает сотрудников следовать новым эт



Моральные (этическое) обязательства руководителей

- Анализ ценностных аспектов любой проблемы, встающей перед организацией.
- Контроль аффектов и эмоций - как своих собственных, так и окружающих людей.
- Реализация этического выбора - "делать не то, что хочется, а то, что следует".
- Овладение "философией благородного труда".
- Овладение искусством безразличия к собственной выгоде.

Этический кодекс менеджера / предпринимателя

Этичный менеджер:

- ✓ убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества, для государства;
- ✓ исходит из того, что все люди вокруг него хотят и умеют работать, стремятся реализовать себя вместе с ними;
- ✓ верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество, относится к бизнесу как к искусству;
- ✓ признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- ✓ уважает себя как личность, а любую личность - как себя;
- ✓ уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения, социальный порядок, законы;
- ✓ доверяет себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;
- ✓ ценит образование, науку и технику, уважает культуру и экологию;
- ✓ стремится к нововведениям;
- ✓ является гуманистом.

Самая острая этическая проблема - деньги

Проблема "брать деньги". Брать деньги в долг – значит необходимо понимание того, что имеешь не только экономическое и правовое обязательство вернуть их, но и моральную ответственность перед человеком, который доверил их тебе. Точность и аккуратность возвращения долгов – это хороший тон или норма этикета, - это должно быть внутренней моральной необходимостью, потребностью, поскольку закладывает основу долгосрочных партнерских отношений, не только с кредитором, но и с другими субъектами делового мира.

Проблема "давать деньги". Нередко человеку трудно отчуждать от себя с трудом заработанное богатство, давая их в долг. Это сопряжено с психологическим восприятием отданных в долг денег как утраты, а с другой - риском возможного невозвращения долга. Этическая же сторона проблемы заключается в том, что всегда есть люди, для которых ваши деньги могут представлять собой возможность удовлетворения их потребностей, реализации их желаний: в этом случае собственнику денег предстоит решить дилемму: использовать деньги самому и оставить другого в затруднительном положении или же помочь другому, ограничив собственное потребление и возможности, взяв на себя ощущение утраты и риск невозвращения.

"Звёздная болезнь". Часто случается так, что на гребне первых финансовых успехов человек становится невыносимо заносчив, не терпит ни малейших противоречий собственному мнению, с удовольствием при случае критикует окружающих, доказывая их полную несостоятельность, "сорит" деньгами, стремясь произвести впечатление на других, часто делает нелепые, но роскошные приобретения и т.п. При этом человек не редко теряет чувство реальности, у него возникает ощущение бесконечности своих возможностей и неограниченности открывающихся перед ним перспектив. Собственное Я ставится много выше окружающих людей и их интересов.

Рекомендации людям сферы бизнеса и экономики, желающими быть преуспевающими:

- Помните, что предприниматель высокого класса способен превращать вредное (мешающее делу явление) в полезное (помогающее достижению цели).
- Выработайте привычку: все, с чем Вы сталкиваетесь, рассматривать с точки зрения пользы для Вашего дела.
- Выполняйте обещания в срок. Если не смогли выполнить - не оправдывайтесь, а определите новый срок и сдержите слово, пусть с опозданием.
- Будьте внимательны и объективны к "бесполезным" предложениям.
- Отклоняйте ненужные предложения, но тактично и вежливо.
- Будучи уверенным в себе, избегайте быть самоуверенными. Самоуверенность - предпосылка использования не лучших приемов и методов в работе.
- Не перекладывайте ответственности за принятие нужного решения на подчиненных, если это не входит в их компетенцию или они не получили ли от Вас соответствующего задания или рекомендации.
- Помните, что ничто так не компрометирует предпринимателя / экономиста, как его растерянность.
- Чтобы эффективно подчинять, умейте подчиняться, хотя бы обстоятельствам.
- Воспитывайте подчиненных ненавязчиво, но верно, поощряйте их плодотворный труд и инициативу.
- Никогда не забывайте, что Ваше мнение или позиция вовсе не всегда хороши, есть и другие мнения и позиции, отнюдь не худшие.
- Не оставляйте без тщательного анализа ни один случай неудачи, сбоя, промаха.
- Не забывайте, что знание личных побудительных мотивов людей - одна из важнейших основ эффективного взаимодействия с подчиненными.
- Согласовывать цели предприятия с личными целями сотрудников не менее важно, чем согласовывать личные цели сотрудников с целями предприятия.

Рекомендации людям сферы бизнеса и экономики, желающими быть преуспевающими:

- В общении с людьми научитесь понимать то, что не высказано.
- Руководствуйтесь в работе тремя "не": не раздражайтесь, не теряйтесь, не распыляйтесь.
- Высшая форма неуважения к партнерам и подчиненным - задержать начало работы из-за своего опоздания или неподготовленности мероприятия.
- Будьте терпимы к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают Вашему бизнесу.
- Помните, что человека можно оскорбить не только словом. Поза, жесты, мимика часто не менее выразительны.
- Занимайтесь только теми вопросами, в решении которых Ваше участие обязательно.
- Будьте справедливы к деловым качествам человека, особенно если Ваши отношения с ним оставляют желать лучшего. Вполне возможно, что не лучшее отношение к Вам - следствие Ваших несовершенств.
- Не страшитесь талантливых подчиненных.
- Предоставляйте сотрудникам максимум свободы для достижения целей предприятия.
- Хвалите на людях, порицайте с глазу на глаз.
- Помните, что нет ничего острее и болезненнее для человека, чем унижение. Последнее никогда не забывается и не прощается. Бойтесь совершить несправедливость - она сильно задевает людей.
- Сочувствие часто ценнее денег.
- Умейте слушать, имейте бесконечное терпение.

Правила / заповеди делового этикета:

Делайте все вовремя! Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Прийти вовремя иногда значит прийти не слишком рано, не раньше своего начальства. Главное в вашем дневном расписании - прийти вовремя утром. Если вдруг случится так, что вам необходимо задержаться и вы знаете об этом заранее, позвоните в офис, и пусть ваш секретарь или кто-нибудь из начальства обязательно будет в курсе дела.

Не болтайте лишнего! Смысл этого принципа в том, что вы обязаны хранить секреты корпорации, учреждения или конкретной сделки так же бережно, как и тайны личного характера. Никогда никому не пересказывайте того, что вам приходится услышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни.

Будьте любезны, доброжелательны и приветливы! Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные могут сколько угодно придирается к вам, это неважно: все равно вы обязаны вести себя с ними вежливо, приветливо и доброжелательно. Кому нравится работать с людьми брюзгливыми, подозрительными и капризными? Достичь вершины вам позволит только дружелюбное отношение к окружающим (что вовсе не означает дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы). Если все вокруг твердят, что вы умеете понравиться, значит, вы на верном пути. Один из важных элементов воспитанности и доброжелательности - искусство сказать то, что нужно. Вам надо придерживаться того же принципа в своих поступках, а они отражаются в ваших речах.

Правила / заповеди делового этикета:

Думайте о других, а не только о себе! Какое бы дело вы ни делали, потребность выяснить точку зрения клиента или покупателя позволит вам выдвинуться практически в любой отрасли экономики. Внимание к окружающим должно проявляться не только в отношении клиентов или покупателей, оно распространяется и на сослуживцев, начальство и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Не начинайте сразу «огрызаться», когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы (покажите, что цените соображения и опыт других людей). *Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.*

Одевайтесь как положено! Самый главный принцип, о котором ни в коем случае не следует забывать, - прежде всего вы должны стремиться вписаться в ваше окружение на службе, а внутри этого окружения - в контингент работников вашего уровня. Некоторые специалисты советуют одеваться на работу так, как вам хочется, а не "как положено", но этому совету лучше не следовать. На каких бы ролях ни находились вы в фирме сейчас, вам надо "вписаться", но при этом вы должны выглядеть самым лучшим образом, т.е. одеваться со вкусом, подбирать цветовую гамму к лицу, тщательно подбирать аксессуары от туфель до галстуков.

Говорите и пишите правильно! Все произносимое, а равно написанное вами: будь то внутренние записки или любые письма, отправляемые за пределы фирмы кому бы то ни было, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные должны быть переданы без ошибок. Следите за тем, чтобы никогда употреблять бранных слов: может случиться, что разговор, на ваш взгляд, совершенно приватный, на горе вам невольно услышит человек, от мнения которого зависит вся ваша карьера. Если по каким-либо причинам вы повторяете скверные слова, употребленные третьим лицом, - в качестве цитаты или при разборе какой-то ситуации, - не произносите самого бранного слова.

Этикет электронной почты

