

Лекція №8

Тема: "Ділова етика підприємництва"

План

1. Етичні критерії бізнесу, етичні норми фірми.
2. Основи етикету, службовий етикет.
3. Планування і проведення переговорів. укладання угоди.

1. Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад. **Право** — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державою.

Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується зокрема морально-етичних параметрів бізнесу.

Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад. Право — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державою.

Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується зокрема морально-етичних параметрів бізнесу.

У більшості західних країн ділова етика внесена до програми шкіл бізнесу, коледжів, інститутів і університетів, навчальних посібників тощо. Як у державних, так і в комерційних навчальних закладах України, включаючи школи бізнесу, приватні інститути, слід ввести спеціальні курси.



Рис. Етичні та правові критерії підприємництва

Етичні норми на відміну від норм права офіційно ніде не записані і довгий час усно передавалися від "батьків" "дітям", від старших - молодшим, від одного покоління - іншому. Вони склалися століттями в процесі спільної діяльності і гуртожитки багатьох поколінь різних народів і є одним з основних придбань культури.

На відміну від правового регулювання, де на варті законодавства стоять спеціальні державні органи, що карають за порушення тієї чи іншої статті закону, контроль за дотриманням або недотриманням етичних норм здійснюється тільки громадською думкою і людською совістю. Саме тому бути чи не бути моральним майже повністю залежить від власної доброї чи злої волі людини. Зрозуміло, кожен вільний вибір обумовлений безліччю факторів, проте насильно змусити людину бути порядною неможливо. Скрізь, де існують людські відносини, присутній і мораль, оскільки жити в суспільстві і бути повністю від нього вільним не можна. Поважаючи в собі особистість і власну гідність, розсудлива людина розуміє, що кожен, з ким він має справу, також розраховує на визнання його особистості та гідності.

Етика ділових відносин визначається рівнем загальної культури та, в свою чергу, є одним з аспектів культури менеджменту. Її норми виконують соціальну роль, регулюючи поведінку індивідумів, формуючи певний соціально-психологічний клімат у колективі. Дотримання етики керівником дозволяє уникнути або зменшити кількість стресових ситуацій, що благотворно позначається на психофізіологічному стані і здоров'я працівників. У кінцевому рахунку слідування етичним принципам в рамках підприємства і у взаємодії із зовнішнім діловим середовищем відбивається на економічних показниках діяльності, сприяє отриманню більш високого розміру прибутку і економному використанню такого важливого ресурсу, як час. Дотримання етики поведінки надає впевненість у своїх силах і діях, впорядковує і полегшує "ділове існування", сприяє формуванню іміджу фірми, окремого працівника, його кар'єри. Щоб домогтися успіху в бізнесі, для менеджерів важливо володіти основами ділової етики.

Управлінська практика виробила етичні норми, тобто постулати професійної етики, які лежать в основі того, що можна визначити як етичний кодекс підприємця, менеджера. А саме, цивілізований підприємець, менеджер:

- Перекоаний у корисності своєї праці не тільки для себе, а й для інших, для суспільства, для держави;
- Виходить з того, що люди, що оточують його, хочуть і вміють працювати, прагнуть реалізувати себе разом з підприємцем;
- Вірить у бізнес, розцінює його як привабливе творчість, відноситься до бізнесу як до мистецтва;
- Визнає необхідність конкуренції, але розуміє і необхідність співробітництва;
- Поважає себе як особистість, а будь-яку особистість - як себе;
- Поважає будь-яку власність, державну владу, громадські рухи, соціальний порядок, закони;
- Довіряє іншим, поважає професіоналізм і компетентність;
- Цінує освіту, науку і техніку, інформатику, культуру, поважає екологію;
- Прагне до нововведень;
- Є гуманістом.

Ділова людина повинна опанувати етикет, який є складовою підприємницької етики. Етикет підприємця включає такі складові:

1) етику спілкування;

- норми та правила коректної поведінки у стосунках зі своїми колегами та підлеглими, іншими підприємцями, споживачами;
- правила взаємного привітання, представлення, знайомства;
- правила організації бізнес-зустрічей та проведення ділових переговорів;
- культуру службового листування;
- знання міжнародного протоколу та національних особливостей під час ділових контактів.

2) вимоги до зовнішнього вигляду, манер, одягу, службового приміщення, робочого місця;

3) вимоги до мови;

4) етику реклами;

5) створення позитивного іміджу.

Для встановлення етичних принципів необхідно наступне:

- розумна податкова політика;
- чітке та стабільне правове регулювання економіки;
- ліквідація організованої злочинності, корупції;
- політична стабільність;
- професійність підприємців;
- рівні умови для всіх для ведення бізнесу;
- формування у суспільстві позитивного іміджу підприємця;
- формування корпоративної етики підприємців;
- навчання етичним основам бізнесу.

2. Етика (теорія моралі) - в широкому розумінні є збір систематичного обґрунтування правил і наказів, які визначають та регулюють відносини між людьми. Етикет — це встановлений порядок і манери поведінки, а також ритуали й форми поведіння, прийняті в певних соціальних групах.

Реалізація норм і правил етикету в спілкуванні — це ввічливість, тактовність, коректність, доброзичливість, чуйність, скромність, простота та ін.

Правила ділового етикету визначають порядок поведінки працівників при виконанні ними професійних обов'язків. Серед них виділяють групу норм, які регламентують характер відносин "керівник — підлеглий". До їх числа входять форми привітання, правила ведення ділової розмови, правила прийому відвідувачів, етикетні норми службового спілкування з працівниками в типових виробничих ситуаціях.

Службовий етикет — це напрям службового спілкування. В його основі лежить розуміння службової місії і, насамперед, розуміння важливості питання, яке обговорюється.

В процесі комунікації повинна бути створена правильна настанова. Настанова свідомості — це ставлення людини до оточуючого її світу, людей, своїх колег. Для формування правильної настанови вимагається подолати стереотипи стійкої, повсякденної, розхожої думки, упереджених уявлень, неправильні відносини та оцінки. Стереотип перешкоджає комунікації подвійним

чином: зміст інформації може бути викривлений відправником під дією стереотипу, а також одержання інформації може бути деформовано стереотипом мислення одержувача інформації. Найпростіше правило етикету службового спілкування — відійти від стереотипів мислення.

Важливим імперативом етикету службового спілкування буде «правило об'єктивності», яке говорить про те, що не слід шукати підтвердження правильності своїх слів і не відвертати всього того, що їм суперечить.

Неправильні відносини між відправником і одержувачем інформації можуть мати своєю причиною особисті антипатії.

Важливим правилом службового спілкування повинна бути увага до фактів. Саме вони повинні визначити правильні настанови свідомості й встановити відповідність вказаних вище понять.

В основі етикету службового спілкування лежить звичайний мовний і поведінковий етикет, а також прагматичні норми ділової комунікації, імперативи управління та самоуправління.

Етика наказу й прохання — важливі поняття службового етикету. Використання того чи іншого ступеня категоричності цілком визначається ситуацією. Наказова форма, жорсткий стиль вимог виправдані лише в деяких ситуаціях. Наказ - синонім адміністрування. Критерії доречності наказу такі: наказ недоречний скрізь і всюди, де можна обійтись проханням. Чим твердіше відданий наказ, тим більше він позбавляє підлеглого можливості проявити ініціативу. Тим більше недопустима форма наказу, яка супроводжується погрозою покарання. Рівень ефективності відразу ж значно знижується і у виконавця виникає почуття протесту та опору.

Найбільш індиферентна форма, яка пасує до більшості службових ситуацій спілкування, -доручення. Відповідно, доручення трансформується в прохання, якщо його зміст виходить за межі звичайних службових обов'язків.

Етика покарання - важливий елемент службового етикету спілкування. Тут мова йде не стільки про ефективність покарання (догана, осуд, стягнення, штраф та ін.), скільки про покарання як елемент службового спілкування.

Формула звільнення в службовому етикеті - одна з найбільш хворобливих, її сухий стиль зажди викликає психічний злам не тільки у того, кого звільняють, але й у тих, хто продовжує виконувати службові обов'язки.

Подяка та комплімент в етиці службових відносин також посідають важливе місце. В основі подяки - увага до успіхів підлеглих і своєчасність стимулювання. Вчасно похвалити, відзначити прогрес, підвищення показників - значить ще більше стимулювати роботу. Краще не покарати взагалі за той чи інший вчинок, ніж не похвалити, не помітивши успіху. Формою стимулювання можуть служити «золоті слова». Це непряме стимулювання, але часом воно більш дієве, ніж пряма подяка.

Правила та принципи етики службових відносин

1. Посміхайтесь людям
2. Вітайтеся.
3. Між «ти» і «ви»
4. На паритетних засадах

Збори, засідання, наради - колективні форми управління. Їх ефективність досягається тоді, коли поставлені питання розглядаються на рівних умовах, незалежно від посадового положення, віку, стажу роботи. Тому дотримуйтесь такого правила: виявляйте максимум доброзичливості до учасників зборів.

5. Наказ і прохання

6. Дякуйте, але й вимагайте. Стимулювання й покарання - суттєві інструменти активізації та виховання працівників.

7. Будьте уважні до своїх підлеглих, помічайте кожен їх успіх у роботі й стимулюйте за це

8. Зрозуміти та допомогти

Багатьом керівникам доводиться проводити прийоми відвідувачів з особистих і службових питань.

9. Критика і етика

Критика має три напрямки: зверху, знизу і зсередини (самокритика). Кожен з них на практиці має свої етичні риси та проблеми. Критика зверху, як відомо, розвивається без перешкод. Але треба мати міру й такт. Найбільше перешкод зазнає критика знизу

10. Належить беззастережному осуду.

Фахова етика відбиває особливості моральної свідомості, поведінки і взаємовідносин людей, що зумовлені специфікою фахової діяльності.

Фахова етика визначає етичні принципи і норми поведінки людей у рамках певного виду трудової діяльності. Тому виділяють педагогічну, медичну, військову, управлінську та іншу етику.

Вирішальними умовами успіху є працьовитість, фахова майстерність, талант. У активізації перерахованих якостей усе більше значення має моральний підхід і рівень моральної свідомості. Важливим у професійній етиці є об'єктивне і доброзичливе ставлення до людей, їх фахової думки, службових прагнень. Реальним проявом фахової порядності є єдність слова і діла.

Найпоширенішими шляхами формування етичної поведінки в підприємницьких структурах можуть бути такі:

- розробка етичних нормативів;
- створення груп або комітетів з етики;
- проведення соціальних обстежень і ревізій;
- навчання етичній поведінці.

3. Етика є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності фірми, і не може бути викладена за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування. Етика свою закінчену форму набуває у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у бізнес-середовищі.

Етика відносин із партнерами:

- дотримання зобов'язань;
- недопущення маніпулювання інвестиціями;
- урахування інтересів партнерів під час розподілу прибутку.

Етика взаємовідносин із конкурентами:

- запобігання таємних угод на ринках;
- використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки конкурентних стратегій;
- вихід із сумнівних ринків під час виникнення значних етичних проблем.

Причини неетичної поведінки:

- недостатність законодавчої та нормативно-правової бази;
- значний обсяг “тіньової” економіки;
- конкурентна боротьба, що відсуває на дальній план етичні міркування;
- зростаюче прагнення звітувати про рівень прибутковості за дедалі коротші періоди, тобто у кожному кварталному звіті;
- відсутність належного стимулювання етичної поведінки керівників;
- загальне зниження ролі етики в суспільстві;
- певний тиск на рядових працівників з боку організації з метою пошуку компромісів між їхніми цінностями вищого керівництва;
- низькі моральні якості членів суспільства

Процес планування переговорів поділяють на три етапи, які розглядаються впродовж півроку:

- підготовка до переговорів;
- безпосереднє ведення переговорів;
- аналіз результатів і підсумків переговорів.

На етапі підготовки потрібно опрацювати три аспекти проведення переговорів: змістовний, організаційний і тактичний.

змістовний аспект переговорів включає:

необхідність ретельного аналізу наявної ситуації;

прогнозування найімовірніших варіантів та зміни;

проектування найбільш сприятливих умов, навіть якщо їх створення малоімовірне за нинішніх ситуацій. У великих фірмах, звичайно, створені спеціальні відділи, які займаються опрацюванням зазначених питань, на підставі чого визначаються найперспективніші розробки та напрями діяльності фірми.

Організаційний аспект охоплює коло питань, починаючи з місця, часу та загального антуражу проведення переговорів і закінчуючи підбором команди з точним розподілом функцій та ролей, які виконує кожний її член на переговорах.

Тактичний аспект забезпечує необхідну професійну спрацьованість висунутих пропозицій. Він включає в себе весь обсяг конкретних питань: від тактико-технологічних характеристик пропозицій до фінансових та юридичних деталей.

Є тактика ведення переговорів перевірена часом:

- Дохідливо поясніть свою пропозицію;
- Не обіцяйте нічого неможливого;
- Вчіться відхиляти не здійсненні вимоги;
- Записуйте все, з чим ви погоджуєтесь і що ви обіцяєте;
- Не вірте причини відмови, якщо вона переконливо не обґрунтована;
- Не йдіть на пряму конфронтацію;
- Важкі питання обговорюйте в самому кінці