

Этика и культура предпринимательства

Михеева П.Ю.

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Тюменской области «Западно-Сибирский государственный колледж», Тюмень, e-mail: polinaevapelageia@mail.ru

Ethics and culture of entrepreneurship

Mikheeva P.Yu.

State autonomous professional educational institution of the Tyumen region "West-Siberian State College", Tyumen, e-mail: polinaevapelageia@mail.ru

Что представляет собой этика и культура предпринимательства? Каковы основы корпоративной культуры? Зачем она необходима? Какие существуют этические принципы бизнес-общения? Как она применяется в профессиональной деятельности делового и управленческого общения? Эти вопросы в настоящее время встают перед каждым начинающим предпринимателем.

Этика бизнеса или корпоративная этика призвана контролировать поведение сотрудников компании, участников бизнеса, партнеров. Она регулирует правила и нормы, установленные в организации. Другими словами, предпринимательская этика является одной из сложных проблем формирования культуры цивилизационного предпринимательства. Корпоративная культура - это модель поведения внутри организации, сформированная в процессе функционирования компании и разделяемая всеми членами коллектива, некая система ценностей, норм, правил, традиций и принципов, по которым живут сотрудники.

Элементы корпоративной культуры:

- видение развития компании - направление, в котором движется организация, ее стратегические цели;
- ценности - что является наиболее важным для компании;
- традиции (история) - сложившиеся со временем привычки, ритуалы;
- нормы поведения - этический кодекс организации, в котором прописаны правила поведения в определенных ситуациях;
- корпоративный стиль - внешний вид офисов компании, интерьер, фирменная символика, дресс-код сотрудников;
- взаимоотношения - правила, способы коммуникации между департаментами и отдельными членами коллектива;
- вера и единство команды ради достижения определенных целей;

- политика ведения диалога с клиентами, партнерами, конкурентами;
- люди - сотрудники, которые разделяют корпоративные ценности компании.

Функции корпоративной культуры

1. *Имиджевая.* Сильная внутренняя культура помогает создавать положительный внешний образ компании и, как следствие, привлекать новых клиентов и ценных сотрудников.
2. *Мотивационная.* Вдохновляет сотрудников на достижение поставленных целей и качественное выполнение рабочих задач.
3. *Вовлекающая.* Активное участие каждого отдельного члена коллектива в жизни компании.
4. *Идентифицирующая.* Способствует самоидентификации сотрудников, развивает ощущение собственной ценности и принадлежности к команде.
5. *Адаптивная.* Помогает новым игрокам команды быстро вливаться в коллектив.
6. *Управленческая.* Формирует нормы, правила управления командой, подразделениями.
7. *Системообразующая.* Делает работу подразделений системной, упорядоченной, эффективной.

Еще одна важная функция - *маркетинговая*. На основе целей, миссии и философии компании разрабатывается стратегия позиционирования на рынке. Более того, корпоративные ценности естественным образом формируют стиль коммуникации с клиентами и целевой аудиторией.

Например, слоган «Nike. Just Do It. Просто сделай это!» одной из рекламных кампаний Nike быстро стал девизом и стилем жизни для миллионов людей по всему миру.

Эти слова вдохновляют: не обязательно быть олимпийцем, чтобы достичь многого. Если вы хотите, просто встаньте и сделайте это.

Типы корпоративных культур в современном бизнесе.

1. *«Ролевая модель».* Взаимоотношения строятся на правилах и распределении обязанностей. Каждый сотрудник выполняет свою роль маленького винтика в большом механизме. Отличительная черта - наличие четкой иерархии, строгих должностных инструкций, правил, норм, дресс-кода, формальных коммуникаций.
2. *«Dream Team».* Командная модель корпоративной культуры, в которой нет ни должностных инструкций, ни конкретных обязанностей, ни дресс-кодов. Иерархия власти горизонтальная- подчиненных нет, есть только равноценные игроки одной команды. Общение чаще всего неформальное, дружеское. Рабочие вопросы решаются сообща. Такой тип культуры характерен для прогрессивных компаний, стартапов.

3. «Семья». Характеризуется наличием теплой, дружеской атмосферы внутри коллектива. Компания похожа на большую семью, а руководители отделов выступают в роли наставников, к которым всегда можно обратиться за советом. Особенность - преданность традициям, сплоченность, общность, клиентоориентированность. Главная ценность компании - это люди (сотрудники и потребители). Стабильные позиции на рынке обеспечивают лояльные клиенты и преданные сотрудники.

4. «Рыночная модель». Такой вид корпоративной культуры выбирают организации, ориентированные на прибыль. Коллектив состоит из амбициозных, целеустремленных людей, которые активно борются друг с другом за место под солнцем (за повышение, выгодный проект, премию).

5. «Фокус на результат». Гибкая корпоративная политика, отличительной чертой которой является стремление развиваться. Главные цели — достичь результата, реализовать проект, укрепить свои позиции на рынке.

Для того чтобы цель делового общения была успешно реализована, в современной психологической науке выделяют основные этико-психологические *принципы* делового общения, к которым относят:

1) *принцип* создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности, на основе которого возможно согласовать личные цели сотрудника с общими целями организации;

2) *принцип* полномочий и ответственности, регламентирующий деловое общение в рамках служебных прав и обязанностей в соответствии со служебным статусом сотрудника, оценку его деловых качеств и использование его квалификации и опыта.

Джен Ягер в книге «Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса» выделяет шесть следующих основных принципов:

1. *Пунктуальность (делайте все вовремя)*. Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 % к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.

2. *Конфиденциальность (не болтайте лишнего)*. Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.

3. *Любезность, доброжелательность и приветливость.* В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.

4. *Внимание к окружающим (думайте о других, а не только о себе).* Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников 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. 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.

5. *Внешний облик (одевайтесь как положено).* Главный подход – вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения – в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Важное значение имеют тщательно подобранные аксессуары.

6. *Грамотность (говорите и пишите хорошим языком).* Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

Виды этики делового общения:

1. Особенности этики делового общения «сверху вниз». Деловое общение «сверху вниз» - это отношение руководителя к подчиненному. Основное правило этики подобного общения можно сформулировать следующим образом:

«Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель».

Искусство и успех делового общения определяются этическими нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчиненным, какое поведение на службе является этически приемлемым, а какое – нет. Именно на этом уровне формируются в первую очередь нравственные эталоны и образцы поведения.

2. Этика делового общения «снизу вверх». В деловом общении «снизу вверх», т.е. в отношении подчиненного к своему начальнику, общее этическое правило поведения можно сформулировать следующим образом:

«Относитесь к своему руководителю так, как вы хотели бы, чтобы к вам относились ваши подчиненные».

Знать, как следует обращаться и относиться к своему руководителю, не менее важно, чем то, какие нравственные требования следует предъявлять к своим подчиненным. Без этого трудно найти «общий язык» и с начальником, и с подчиненными. Используя те или иные этические нормы, можно привлечь руководителя на свою сторону, сделать своим союзником, но можно и настроить его против себя, сделать своим недоброжелателем.

3. Этика делового общения «по горизонтали». Общий этический принцип общения «по горизонтали», т.е. между коллегами (руководителями или рядовыми членами группы), можно сформулировать следующим образом:

«В деловом общении относитесь к своему коллеге так, как вы хотели бы, чтобы он относился к вам».

Если вы затрудняетесь, как вести себя в той или иной ситуации, поставьте себя на место вашего коллеги. Необходимо найти верный тон и приемлемые нормы делового общения с равными по статусу сотрудниками из других подразделений. В рассматриваемом случае участники делового общения должны чувствовать себя равными по отношению друг к другу.

Таким образом, этика и культура представляют собой сложную систему, свод правил, норм, часто неписаных законов, которые должны быть путеводителем для менеджера (сотрудника) компании в процессе общения, принятия решений и ведения бизнес-деятельности. Корпоративная культура необходима каждой организации для нормального её функционирования. Соблюдая определённые принципы этики, будет достигнута цель делового общения между различными группами людей.

Список источников:

1. Деловой этикет: Как выжить и преуспеть в мире бизнеса: [Перевод] / Джен Ягер. - М. : АОЗТ "Джон Уайли энд санз", 1994. - 284с
2. Лавриненко, В. Н. Деловая культура: учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 118 с.
3. Этика деловых отношений (для бакалавров). /Блинов, Лыскова: Учебник, Издательство: Кнорус, 2018. 176с.
4. Корпоративная культура в современном бизнесе: типы, уровни и лучшие примеры. URL: <https://1qu.ru/yEtQ>
5. Этические нормы и принципы делового общения URL: <https://1qu.ru/VPNU>