

Ю.М. БЕСПАЛОВА

**ДЕЛОВАЯ ЭТИКА,
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ЭТИКЕТ**

УЧЕБНИК

2-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2016

УДК 17 (075.8)
ББК 10715.4я 83
Б53

Р е ц е н з е н т ы :

д-р филос. наук, профессор Тюменского государственного нефтегазового университета *В.А. Кондаков*;

д-р филос. наук, профессор Тюменского государственного университета *М.Н. Ересько*

Беспалова Ю.М.

Б53 Деловая этика, профессиональная культура и этикет [Электронный ресурс] : учебник / Ю.М. Беспалова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2016. – с.

ISBN 978-5-9765-2778-2

В пособии рассматривается комплекс принципиальных и актуальных для современного общества морально-деловых и профессионально-нравственных проблем: деловая этика и деловая культура, национально-культурные ценности в деловой этике, особенности российской деловой этики, российская деловая этика в современном мире, профессиональная культура и профессиональная этика, этика предпринимательской деятельности и др. Пособие включает теоретическую часть: лекции, вопросы для обсуждения, темы докладов и сообщений, вопросы для самостоятельного повторения, глоссарий; а также практические задания, упражнения, тесты.

Для студентов высших учебных заведений. Пособие также может быть интересно учащимся и преподавателям средних образовательных учреждений, специалистам органов государственной власти, предпринимателям и всем интересующимся проблемами этики и этикета.

УДК 17 (075.8)
ББК 10715.4я 83

ISBN 978-5-9765-2778-2

© Беспалова Ю.М., 2016
© Издательство «ФЛИНТА», 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
--------------------------	---

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Раздел I. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА

Глава 1. Понятие деловой этики.....	7
Глава 2. Деловая этика и деловая культура.....	21
Глава 3. Национально-культурные ценности в деловой этике.....	28
Глава 4. Особенности российской деловой этики.....	40
Глава 5. Деловая культура и деловая этика в Западной Сибири.....	52
Глава 6. Российская деловая этика в современном мире.....	77
Глава 7. Профессиональная культура и профессиональная этика.....	95
Глава 8. Этика деятельности руководителя.....	114
Глава 9. Этика деятельности организации.....	124
Глава 10. Этика предпринимательской деятельности.....	138

Раздел II. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

Глава 1. Особенности этикета.....	151
Глава 2. Этикет и имидж делового человека.....	163
Глава 3. Культура невербального общения и деловой этикет.....	184
Глава 4. Этикет деловых переговоров.....	195
Глава 5. Основные правила этикета на службе.....	212
Глава 6. Этикет на официальных мероприятиях.....	230

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	246
-------------------------	-----

ПРАКТИКУМ. Раздел I	247
----------------------------------	-----

ПРАКТИКУМ. Раздел II	355
-----------------------------------	-----

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ

Рекомендации по выполнению контрольных работ.....	370
Темы контрольных работ.....	371
Темы перспективных научных исследований.....	372
Вопросы для подготовки к зачету.....	373
СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ.....	376
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	383

ПРЕДИСЛОВИЕ

В учебном пособии изложены основные понятия деловой этики, профессиональной культуры и этикета как областей науки и практической деятельности.

Учебное пособие состоит из трех разделов. Первый раздел посвящен деловой этике, деловой культуре, национально-культурным ценностям в деловой этике, особенностям российской деловой этики, деловой культуре и деловой этике в Западной Сибири, российской деловой этике в современном мире, профессиональной культуре и профессиональной этике, этике деятельности руководителя, этике деятельности организации, этике предпринимательской деятельности.

Во втором разделе внимание уделяется такому направлению деловой этики и профессиональной культуры как этикет. Рассматриваются проблемы этикета, принципы создания имиджа делового человека, культуры невербального общения, правил и норм деловых переговоров, этикета на службе, этикета на официальных мероприятиях.

Заключительный раздел является практикумом, основная цель которого – оказание помощи студентам при изучении учебного курса. Каждая тема практикума включает цель и задачи ее изучения, вопросы для обсуждения, темы устных сообщений, тестовые задания, конкретные ситуации, задачи и упражнения, контрольные вопросы.

Задачи и упражнения практикума направлены на формирование и развитие умений и навыков, связанных с этическим сопровождением приоритетных для Западносибирского региона проектов.

Самостоятельное решение задач и упражнений помогает выработке системного мышления, аналитических способностей, определению алгоритма принятия наилучших решений связанных с применением деловой этики на практике, формированию умения среди массива знаний, инструментов, технологий выбрать наиболее эффективные для решения этических проблем страны и региона;

Самостоятельному изучению курса помогают тесты. Работа с тестами позволяет студентам систематизировать знания, тренировать память, формулировать наиболее точный ответ, а также оперативно проверять степень освоения изученного материала, закреплять полученные знания.

Работу с текстами практикума необходимо сочетать с пониманием основных терминов, встречающихся в тексте. Для этого можно использовать словарь терминов и понятий. Данный словарь способствует усвоению учащимися профессиональной терминологии.

Контрольные вопросы помогают самопроверке и оценке готовности к дальнейшей работе по последующим темам.

В практикуме предлагаются темы контрольных работ. Их написание связано с целями глубокого изучения курса, умением ориентироваться в системе деловых и профессиональных отношений, умением разбираться в острых нравственных вопросах современности, не имеющих однозначного решения.

Практикум может быть использован также в ряде учебных предметов, где ставятся морально-деловые и профессионально-нравственные проблемы. Собранные в практикуме тексты способствуют выработке умения в различных областях общественной жизни применять компетенцию в области институализации моральных практик, а именно участвовать в конфликтных комиссиях, этико-социальной экспертизе, комитетах по этике, группах по разработке корпоративных кодексов.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Раздел I. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА

Глава 1. Понятие деловой этики

Мораль и этика. Понятие деловой этики. Деловая этика и этика бизнеса. Формирование нравственных предпосылок деловой жизни. Философские и религиозные основы деловой этики. Этические измерения деловой жизни. Базовые ценности деловой этики. Взаимное доверие как основа деловой этики. Способы поддержания деловой этики. Этические принципы деловых отношений.

Современная философская наука рассматривает *мораль* как один из важнейших общественных институтов, а также основных способов нормативной регуляции деятельности и поведения людей. В то же время мораль представляет собой особую форму общественного сознания и вид общественных отношений (моральные отношения). Мораль воплощается в оценочных суждениях о добре и зле, которые передаются в рамках культуры определенного общества от поколения к поколению.

Мораль выступает предметом изучения *этики*, которая представляет собой научную дисциплину, а также науку, область знания, интеллектуальную традицию.

Под *деловой этикой* подразумевается совокупность нравственных принципов и норм, которыми необходимо руководствоваться в деловом мире, нравственные аспекты отношений между участниками делового предприятия. Сюда входят отношения между предпринимателями в контексте горизонтальных рыночных связей, т.е. отношения между партнерами, акционерами, продавцами и покупателями, производителями товаров и услуг и их клиентами, а также отношения в контексте вертикальных связей: между работодателями, менеджера-

ми и наемными работниками. Специфика деловой этики состоит в том, что ее субъектом выступают не только отдельные индивиды (как в классически понимаемой этике, относящейся всегда к личности), но и целые фирмы, действия которых также могут рассматриваться с точки зрения нравственности.

Деловую этику часто называют *этикой бизнеса*. Значение этих понятий необходимо уточнить. Понятие «этика бизнеса» является более широким, чем понятие «деловая этика», и современная западная научная литература помимо собственно деловой этики включает нравственные аспекты взаимоотношений бизнеса и общества. Кроме этого, этика бизнеса включает в себя всю совокупность ценностей и норм, определяющих и регулирующих предпринимательскую деятельность.

Главной проблемой собственно деловой этики является исследование общих нравственных предпосылок деловой жизни.

Участие человека в деловой жизни определено его представлениями о смысле жизни, достойном образе жизни, социально значимых целях, престижности тех или иных видов деятельности, успехе, собственности, материальном благосостоянии, взаимоотношениях людей в процессе хозяйственной деятельности.

Формирование нравственных предпосылок деловой жизни связано с тем, что нравственный характер деловой жизни ставился под сомнение до капиталистического периода мировой истории. В христианских странах Запада, ставших затем колыбелью буржуазного рынка, такие формы предпринимательства, как ростовщичество и банковское дело, торговля, использование наемного труда в мануфактурном производстве и др., подвергались суровым религиозным и нравственным репрессиям.

В европейском обществе не верили в добропорядочность и честность делового человека. Он покупает за одну цену, а продает товар за более высокую. Здесь таятся возможности обмана и несправедливой наживы. Иоанн Златоуст говорил: «Ремесло купца неугодно Богу». По словам отцов церкви, трудно пове-

рить, чтобы в отношении купли-продажи не затесался грех. Фома Аквинский считал, что торговля несет в себе «нечто постыдное», предполагая, что прибыль не может получаться без обмана и несправедливости.

На уровне русского народного сознания непризнание нравственности деловых отношений зафиксировалось в пословицах и поговорках типа: «Не обманешь – не продашь».

Занятие ростовщичеством накладывало на человека ничем не смываемое нравственное пятно. Немецкий проповедник и философ Бертольд Регенбургский в своем обращении к ростовщику говорит: «Ты можешь принять крест папы, переплыть море, сражаться с язычниками, отвоевать святой Гроб, погибнуть за Божье дело и даже лечь в святой Гроб, и, тем не менее, при всей твоей святости душа твоя погибла» (Гуревич А.Я. Средневековый купец //Одиссей, с.100 - 104).

Радикальные изменения в представлении о нравственном облике западного делового человека произошли с распространением *протестантской этики*. Нравственное признание богатства и успеха как признаков богоизбранности и стремления к наживе как служения Богу привели к признанию нравственного достоинства деловой жизни. Протестантский капитализм, как показал в своем фундаментальном труде «Протестантская этика и «дух капитализма» выдающийся западный социолог М.Вебер, национализировал религию и экономику, вырвав ее из рук ростовщиков, попирающих местные интересы. Основой такого капитализма стало национальное самоуважение и ответственность держателей капитала. Была создана новая экономическая и предпринимательская мораль, основанная на уважении партнера и потребителя.

Особый подход к деловой этике, предлагал и другой выдающийся западный социолог - В.Зомбарт. Он выделял в деловой этике два неоднородных ценностных пласта. Во-первых, героическое, беспокойное «фаустовское» начало, дух раннего предпринимательства, симпатичный своей человечностью. И, во-вторых, прозаический, расчетливый мещанский дух зрелого капитализма.

Различие в подходах Зомбарта и Вебера состоит в том, что Зомбарт считал основанием капиталистической деловой этики любую форму религии, а Вебер – лишь протестантизм. Однако оба этих ученых едины в том, что главную роль в происхождении капиталистической деловой культуры отводят религии, а также духовно-этическим факторам. По определению В.Зомбарта, деловой человек, в частности капиталистический предприниматель, должен соединять в себе три типа нравственных качеств. Это качества завоевателя, организатора, торговца. Качества завоевателя – это способность составлять планы и осуществлять их с упорством, постоянством, волей к действию, решимостью, желанием побороть все препятствия на пути, “духовной энергией”. Качества организатора – умение соединять людей для успешной совместной деятельности, оценивать работников с точки зрения продуктивности их труда, заставлять людей работать с наивысшей степенью отдачи. И, наконец, качества торговца состоят в умении приобретать доверие, убеждать, пробуждать желание купить (см.: Зомбарт В. Буржуа, с.46-47).

В XIX веке появились философские и этические теории не только оправдывающие стремление к выгоде, успеху и богатству, но и провозглашающие такие установки универсальным принципом нравственности. Английский философ И. Бентам и Д.С. Миль создали философию *утилитаризма*, провозглашающую *полезность* основной ценностью и движущим мотивом человеческого поведения. В качестве нравственного идеала утилитаризм признавал «наибольшее счастье наибольшего числа людей», а критерием нравственности – достижение выгоды, удовольствия, добра и счастья. Индивидуальные интересы рассматриваются Бентамом как единственно правильные, общественные же интересы не принимаются им во внимание и сводятся лишь к совокупности индивидуальных.

В 70-х годах XIX века в Америке появилась философия *прагматизма*, а также были сформулированы основные ее принципы. Прагматизм рассматривал мораль как продукт индивидуального, а не общественного человеческого опыта. Критерием добра он видел удовлетворение человеком основных своих по-

требностей. Так, по мнению основоположников прагматизма, удовлетворение потребности в богатстве и успехе уравнивается удовлетворением потребности общества в экономическом развитии, производстве материальных благ и услуг, создании рабочих мест и др.

Совсем по иному понимали основы деловой этики выдающиеся русские философы – В. Соловьев, Н.Бердяев, И. Ильин, С.Булгаков Н. Федоров и др. Данные ученые, также как М.Вебер и В.Зомбарт, рассматривали деловые вопросы в тесной связи с религиозно-этическим мировоззрением. Однако они призывали не к индивидуальным успехам, а к установлению “братских отношений между людьми”, ”праведному хозяйству”. Человек-хозяин, по мнению русских ученых-философов, должен сочетать свою деятельность с чувством религиозной ответственности и высокими нравственными принципами. Всякая человеческая деятельность должна стоять под моральным контролем. Человек должен быть ответственен перед миром и, преобразуя мир, служить его «совершенствованию». Особенно важное значение имеет честное, искреннее желание послужить всеобщему благу, а не корыстным индивидуальным интересам.

Религиозно-нравственные ориентации, по мнению русских ученых, помогают деловому человеку трудиться творчески, предприимчиво и инициативно, дают собственнику чувство уверенности, доверия к людям, помогают ему любить труд, землю, родину, формируют хозяйственную солидарность.

Современные специалисты в области деловой этики исходят из того, что деловая жизнь очень сложна и многогранна, она затрагивает интересы слишком большого числа людей, чтобы к ней можно было подходить с единой универсальной шкалой оценок. Применительно к сфере деловой жизни нельзя дать однозначного заключения об абсолютной предпочтительности одних типов поведения и абсолютной недопустимости других. Альтруизм и эгоизм, гуманное и негуманное, общественное и антиобщественное поведение так тесно переплетены в деловой жизни, что ее оценка возможна лишь с позиций основных тенденций, добра или зла.

Каковы же этические составляющие деловой жизни? В качестве основных проблем деловой этики можно выделить нравственный аспект отношений между партнерами и конкурентами, деловыми людьми и их клиентами, между фирмами и наемными служащими. Основные нравственные проблемы на свободном рынке заключаются в честном выполнении контрактов, надежности партнеров и доверии, корректном отношении к конкурентам. Так, в истории становления деловой этики доверие, честность и надежность всегда выступали как основные добродетели делового человека, залог его репутации.

Важнейшей частью деловой этики является принцип взаимного доверия. Его роль увеличивается по мере того, как возрастает продолжительность деловых отношений. Чем долгосрочнее сделка, тем важнее и нужнее доверие. Установлению доверия в деловых отношениях способствуют такие нравственные факторы как порядочность, верность слову, компетентность, надежность, предсказуемость, открытость. Доверие укрепляется, когда стороны понимают возникающие проблемы, идут на их совместное обсуждение или решение, не оказывают давления друг на друга, уступают в некоторых вопросах, стараются расширить спектр взаимоотношений. Доверие уменьшается, когда растут претензии к друг другу, обязательства не выполняются.

Необходимым элементом свободного рынка является конкуренция. Она связана с ценностями *свободы, инициативы, успеха*. Конкуренция воплощает свободу личности в сфере экономики, она является основой динамики рынка, его гибкости и функционального соответствия потребностям общества. Главной предпосылкой конкуренции является *свобода и равенство возможностей, «достижительные ориентации», стремление к успеху*. Однако зачастую конкуренция проявляется в жесткой борьбе, сопровождается безжалостным подавлением, вытеснением, разорением соперника. Именно в сфере конкуренции труднее всего соблюдаются моральные нормы. Поэтому поддержка, прежде всего, государства должна помочь смягчить негативные последствия конкуренции при сохранении ее положительного влияния на рынок.

Деловая этика регулирует отношения между производителями и потребителями товаров и услуг. Права потребителей защищает закон, однако могут возникать ситуации, когда используются недостаточная компетентность или бдительность потребителей по принципу – «на то и щука в море, чтобы карась не дремал». Деловая этика подразумевает поиск таких стратегий поведения, когда коммерческий успех достигается без «игры» с потребителем. При этом у продавца сохраняется деловая репутация.

Важнейшим аспектом деловой этики являются взаимоотношения между фирмами и наемными работниками. Наиболее распространенные нравственные проблемы в этой сфере – эксплуатация и манипулирование личностью, а также конфликт между нравственными принципами работника и ответственностью перед фирмой.

Эксплуатация и манипулирование человеком возникает, когда один обладает властью над другим и использует эту власть в своих интересах. Важнейшей причиной эксплуатации является неравномерное распределение власти и ответственности, когда решения принимаются единицами, а их последствия ложатся на всех служащих. Следует отметить, что, например в Японии принята этика «общего несения тягот», и в кризисные моменты именно руководство несет основную ответственность за принятие деловых решений. Частный случай манипулирования личностью – вторжение в частную жизнь (например, это сверхурочные работы, отнимающие свободное время от семьи и личных дел служащего). Руководство под предлогом соблюдения морали или религиозных норм может вторгаться в семейную, интимную жизнь работников, незаконно присваивает себе функции «воспитателя» и «блюстителя нравственности». Так, Г.Форд, рассматривал своих рабочих в качестве винтиков конвейерных линий, но платил им большую зарплату. Форд учредил «отдел социологии», который был своеобразной «полицией нравов». Служащие этого отдела посещали на дому всех рабочих заводов Форда и докапывались до каждого злонамеренного поступка, а провинившегося наказывали удержаниями из зарплаты, а также требовали его публичного раскаяния и исправления.

В США в настоящее время интенсивно обсуждаются такие проблемы деловой этики как *сексуальные домогательства на службе*, унижающие человеческое достоинство и грубо вторгающиеся в частную жизнь.

Конфликты между моральными принципами работника и ответственностью перед фирмой возникают вследствие существования у людей противоречивых нравственных мотивов – чувства долга, благодарности, лояльности, дружбы, симпатии, а также ориентаций на успех, лидерство, карьеру.

Нравственные обязанности наемных работников перед фирмой предполагают *дисциплину и лояльность*. Например, в случае предстоящих массовых увольнений имеет ли осведомленный служащий моральное право предупредить тех людей, с которыми он связан дружескими чувствами, или он должен соблюсти тайну, как ему предписано руководством? Традиционные представления о дисциплине и лояльности в фирме состоят в предпочтении нравственных обязанностей перед фирмой всем другим обязанностям и интересам.

Другим истоком конфликта ценностей являются, так называемые, «*достижительные ориентации*» – *успех, лидерство, соперничество, карьера*, которые многие фирмы культивируют среди своих работников. В таких условиях перед личностью встает выбор между нормальными, человеческими, дружескими отношениями между сослуживцами или реализацией собственных карьерных устремлений.

Защитники жесткой конкуренции между служащими ссылаются на то, что «*достижительные ориентации*» способствуют прогрессу в деле. Однако необходимо учитывать тот факт, что атмосфера противостояния, соперничества, недоброжелательности часто приводит не к росту деловой эффективности, а к ухудшению морально-психологического климата в коллективе, и, как следствие – ухудшению работы. В целом данная этическая проблема требует решения, направленного на поддержание разумного баланса между высокими «*достижительными ориентациями*» служащих и доброжелательной, неконфликтной атмосферой в фирме.

Сегодня в связи с растущей потребностью общества в свободе и открытости, нравственные обязанности сотрудников перед фирмой корректируются в сторону права наемных работников на относительную нравственную независимость от компании и линию поведения, преследующую собственные нравственные идеалы.

Каковы же способы поддержания деловой этики в мире? Часто встречается точка зрения, что свободный рынок способен сам поддерживать нравственное поведение на должном уровне, ибо тот, кто нарушает правила рыночной игры, отстает от норм честности, добросовестности, справедливости, в конечном итоге теряет доверие партнеров и клиентов и терпит поражение в конкурентной борьбе. Это, конечно, так, но, с другой стороны, необходимые для развития свободной конкуренции «достижительные ценности», часто выходят за рамки «мирного соревнования», способствуют постоянному нарушению нравственных норм. Поэтому многие практики и теоретики бизнеса считают, что деловая этика нуждается в сознательной поддержке.

Многие фирмы принимают внутренние *этические кодексы*, предписывающие определенные нормы и правила поведения, обязательные для соблюдения всеми служащими. Этические кодексы предназначены для того, чтобы сделать определенные нормы деловой этики не просто предметом свободного выбора служащих, а придать им институциональный характер.

Практика показывает, что включение этического измерения в деловую жизнь определяется прагматическими мотивами, т.к. это полезно и выгодно. Средством контроля за соблюдением норм деловой этики являются *санкции* предпринимательских кругов и широкой общественности, *словесное или печатное одобрение или неодобрение, доброжелательные или недоброжелательные слухи, улучшение или ухудшение репутации*.

В работе американского социолога Л.Хосмера сформулированы современные этические принципы делового поведения:

1. *«Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании».* Принцип основан на учении древнегреческой философии о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей и различии между интересами долгосрочными и краткосрочными (Протагор).

2. *«Никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действие честное, открытое и истинное, о котором можно было бы с гордостью объявить на всю страну в прессе и по телевидению».* Принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях, честности, открытости и умеренности.

3. *«Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, чувства того, что все мы работаем на одну общую цель».* Принцип основан на заповедях всемирных религий, призывающих к добру и состраданию (Св. Августин).

4. *«Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества».* Принцип основан на учении Гоббса и Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за блага.

5. *«Никогда не делай того, что не ведет к большому благу или ведет к вреду для общества, в котором ты живешь».* Принцип основан на этике утилитаризма (практической пользе нравственного поведения), разработанной И.Бентамом и Д.С. Миллем.

6. *«Никогда не делай того, чего ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации».* Принцип основан на категорическом императиве И.Канта, в котором декларируется знаменитое правило об универсальной, всеобщей норме.

7. *«Никогда не делай того, что ущемляет установленные права других».* Принцип основан на взглядах Руссо и Джефферсона на права личности.

8. *«Всегда поступай так, чтобы максимализировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат, ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства».* Принцип основан на экономической теории А.Смита и учении В.Парето об оптимальной сделке.

9. *«Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в нашем обществе».* Принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса.

10. *«Никогда не делай того, что препятствовало бы праву другого человека на саморазвитие и самореализацию».* Принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества (см. в кн.: Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру, с. 50-51).

В той или иной степени данные принципы присутствуют в различных деловых культурах. Целью мирового делового сообщества является тип отношений, основанный на морально-этических принципах. Важным шагом в этом направлении является Декларация «Принципы бизнеса», принятая в швейцарском городе Ко (Саух). В Декларации предпринята попытка объединить основы восточной и западной деловых культур, Ее инициаторами были руководители крупнейших корпораций США, Западной Европы и Японии.

В преамбуле «Принципов бизнеса», в частности говорится: «Законы и движущие силы рынка являются необходимым, но недостаточным руководством к действию. Фундаментальными принципами являются: ответственность за проводимую политику и действия в сфере бизнеса, уважение человеческого достоинства и интересов тех, кто участвует в сфере бизнеса. Разделяемые всеми ценности, включая обстоятельство о содействии всеобщему процветанию, так же важны для мирового сообщества, как и для общин меньшего масштаба.

В качестве главных принципов международного бизнеса выделены следующие:

ответственность бизнеса – от блага акционеров к благу его ключевых партнеров;

экономическое и социальное влияние бизнеса, приближающее человечество к прогрессу, справедливости и мировому сообществу;

этика бизнеса от буквы закона к духу доверия;

уважение правовых норм;

поддержка многосторонних торговых отношений;

забота об окружающей среде;

отказ от противозаконных действий.

Российский ученый, специалист в области деловой культуры и этики П.Н.Шихирев и американский бизнесмен Р.Андерсен выделили два универсальных типа предпринимателя, но полярных по их моральной ориентации. Первый из них был назван «*акулой*», второй – «*дельфином*».

Первый руководствуется принципами: «деньги не пахнут» и «все дозволено», второй – принципами «честь выше прибыли» и «не хлебом единым жив человек». Образы двух морских животных выбраны не случайно как моральные антиподы. Выделенные типы деловых людей практически неразличимы по большинству качеств. Оба наделены от природы незаурядными способностями: умом, энергией, независимостью, самостоятельностью. Их цель состоит в том, чтобы получать прибыль, доход, выгоду, наживать. Одновременно данные типы противоположны по важнейшему нравственному параметру – социальной ориентации, основанной на системе базовых отношений к людям, обществу и природе. Соответственно, различна их идеология, различны ответы на ключевые, смыслообразующие вопросы: что такое мир, для чего я живу, как достичь цели, кто мой союзник, а кто – соперник, конкурент. И, соответственно, различны наборы средств, используемых для достижения цели.

«Акула» принципиально никому не верит, проецируя на окружающих свои собственные цели, приписывая другим стремление переиграть, обмануть,

получить все, ничего не дав взамен. «Дельфин» видит людей в разнообразии, в противоречивости их добродетелей и пороков, он не считает, что все они хотят его обмануть. Изначально «дельфин» он настроен на доверие. Отсюда открытость его поведения, готовность раскрыть свои планы и намерения. «Дельфин» приглашает к сотрудничеству и готов поделиться всем, что у него есть.

Другая особенность, принципиально отличающая «дельфина» от его антипода – «акулы», – отсутствие жадности, стремления захватить все. «Дельфин» живет по принципу: «Живи и давай жить другим». «Акула» – по принципам: «Хватай и беги» и «Победитель получает все». Отсюда постоянная подозрительность и недоверие «акулы», стремление контролировать каждый шаг партнера, потенциального противника. Ей, «акуле», чужда идея, что вместе можно сделать так много, что, разделив совместно созданный продукт, каждый получит намного больше, чем в одиночку. «Дельфин», напротив, доверчив. Он не истолковывает неверный шаг партнера как следствие злого умысла и легче прощает ошибки при условии неповторения их в будущем.

Поддержка «дельфина» и ограничение «акулы» – цель деловой этики, когда необходимо соотнести личные и общественные интересы без ущерба для тех и других, выбрать между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом, между материальными или духовными, моральными ценностями.

5. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс.2008.

Использованная литература

1. Андерсен Р., Шихирев П.Н. «Акулы» и «дельфины». Психология и этика российско-американского делового партнерства. М.: Дело, 1994.
2. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
3. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX - начала XX вв.: имена, биографии, судьбы. Тюмень: ТюмГУ, 2002.
4. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003.
5. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
6. Гуревич А.Я. Средневековый купец //Одиссей. М., 1990.

7. Зомбарт В. Буржуа. М.: Наука, 1994.

8. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА-М, 2002.

9. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений. М.: НИЭМП, 2010.

Глава 2. Деловая этика и деловая культура

Деловая культура и деловая этика. Понятие деловой культуры. Деловая культура как система, ее ценности, нормы, знания и символы. История становления деловой культуры. Традиционная и буржуазная деловая культура.

Деловая этика является ядром или основой деловой культуры. Перспективы становления деловой культуры в обществе зависят в первую очередь от нравственных факторов.

Деловая культура является составной частью хозяйственной культуры общества, а также элементом культуры общества в целом и элементом цивилизации. Деловая культура как частное проявление культуры вообще, представляет собой систему, состоящую из ценностей, норм, знаний и символов.

Ценность – это субъективное значение, смысл, которым наделяется объект. В деловых культурах всего мира ценностями являются деловой успех (т.е. увеличение прибыли, развитие, рост, расширение дела), сопутствующие ему материальные блага, уважение окружающих, социальное признание, общественный вес, авторитет, благодарность потомства. К важнейшим ценностям деловой культуры относятся также общественная стабильность и развитие, выгода и устойчивость, риск и надежность, формальные и личные отношения между партнерами, хозяевами и служащими, инициатива и исполнительность, быстрота получения результата, тщательность проработки делового решения. Ценность содержит ответ на вопрос: «Для чего действовать?». Ответ же на вопрос: «Как полагается, допускается, разрешается действовать в данном социальном окружении?» – содержит норма.

Норма – это стандарт, правило. Нормы фиксируют правила поведения, определяют рамки дозволенного. Нормы складываются в системы и кодексы. Они определяют «как принято» и «как полагается» поступать. Влияние норм в области деловых отношений очень велико. Нормы деловой культуры формируют стиль и формы ведения хозяйства и бизнеса, а также внешние особенности поведения хозяев и предпринимателей. Кроме того, в сферу норм деловой

культуры входят такие вопросы, как скорость принятия решений, склонность к тому или иному виду сотрудничества, ориентация на быструю прибыль или долгосрочное сотрудничество, склонность к тому или иному виду дела, форма ведения дела, особенности проведения переговоров, стратегии взаимодействия и освоения рынков.

Слово «*знание*» в широком смысле означает «информировать», «сохранять в какой-то форме», «фиксировать», «постигать». Знания передаются не только в языковом общении, но и с помощью невербального, «бессловесного» языка, т.е. жестами, интонацией, паузами, тонами речи. В деловой культуре знания можно получить из многих источников, например, чтения, обучения, подражания, наблюдения, неосознанного восприятия и социальной практики.

Символ – это знак, который в сжатой, свернутой форме содержит определенное содержание. Деловая культура имеет свою систему символов. Это ритуалы, детали, показывающие единство работников предприятия, от униформы до визитной карточки, особые формы рекламы.

Исторически деловая культура формировалась постепенно, по мере развития различных видов хозяйственной деятельности. В разных цивилизациях деловая культура значительно отличается по ценностным приоритетам и ориентациям, стилям ведения дела, приемлемым уровням риска, механизмам разрешения противоречий и конфликтов и др. Японская деловая культура, например, существенно отличается от западной и американской, а дореволюционная российская деловая культура существенно отличается от советской и постсоветской.

С начала XIX века эталоном высокой деловой культуры стали считаться западноевропейские страны. На это повлияло развитие отчетности, счетоводства и бухгалтерии в Западной Европе, что было связано с прогрессом математики, упрощением счетных процедур. По мере исторического развития и становления западная деловая культура приобрела такие черты как *рациональ-*

ность, скрупулезный учет, ориентация на прибыль и рентабельность, культивирование специальных организационных методик.

В докапиталистических обществах деловая культура в значительной мере «растворялась» в культуре межличностных отношений. Хозяйственная и предпринимательская деятельность были подчинены традиционным сословным ценностям: солидарности, долгу, чести по отношению к «своим» и конкуренции, не связанной с нравственными ограничениями, по отношению к «чужим». Цели, стиль и приоритеты ведения хозяйства резко отличались и зависели от среды ведения дела. В отношениях с вышестоящими использовались такие деловые операции, как денежная ссуда, поставка товара и продуктов, производство одежды, оружия, утвари, предметов роскоши. Однако данные операции чаще всего носили характер личной услуги или выполнения личных обязательств. В рамках таких (вертикальных) отношений не могла сформироваться развитая деловая культура.

Наряду с вертикальными существовали и горизонтальные отношения. Однако и здесь деловая культура характеризовалась неустойчивостью. Отношения между участниками делового предприятия зачастую носили личный, эмоциональный характер. Например, торговые операции велись с учетом личности клиента. По свидетельству писателя И.Аксакова, в середине XIX века, «русский торговец тотчас распознает своего покупателя по платью, по речи, по приему, мигом смекнет: должно ли сделать ему «уважение», т.е. уступить, или стянуть с него вдвое больше настоящей цены» (см. в кн.: Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства, с. 269).

Неразвитость в добуржуазных обществах важнейших составляющих деловой культуры, таких, например, как умение воспринимать свое дело и весь мир в целом в точно измеряемых, цифровых величинах, стремление к скрупулезному учету и точному сведению балансов, отмечал и В.Зомбарт. Незрелость бухгалтерского учета и баланса, по его мнению, влекла за собой неопределенность в отношениях между должниками и кредиторами. Последние были лишены реальной возможности требовать возврата долга, так как не вели учета

кредита: «Все счетоводство ни в чем другом не состоит, как только в беспорядочной записи их покупок и продаж, как ее теперь делает всякий мелкий торговец маленького провинциального городка. Это в подлинном смысле «журналы» или «мемориалы», т.е. записные книжки, заменяющие узлы на носовых платках у крестьян, едущих на рынок в город. И сверх того еще полные неточностей. К тому же мягкие и либеральные закрепления сумм долгов и требований», - писал В.Зомбарт (там же, с. 270).

Западносибирский предприниматель второй половины XIX начала XX вв. – Н.М. Чукмалдин также писал в своей книге о том, что деловые отношения в сибирской деревне в пору его детства были очень простыми. Понятия о кредите деревенские жители совсем не имели, а всякую сбереженную копейку прятали дома в какой-нибудь сундук или узелок из тряпок, закатывали в холстины или складывали в горшок, а затем закапывали горшок в землю, в углу подполья. Если крестьяне и давали деньги кому-нибудь взаймы, то отмечали это зарубкой на бирке, и это считалось “верным обеспечением”.

“Брат бабушки моей, дед Василий, – писал Чукмалдин, – часто рассказывал, как должник ему в ноги кланялся и умолял “не скалывать зарубки”, пока он не уплатил долга” (Чукмалдин Н.М. Мои воспоминания, с. 58).

Однако из воспоминаний автора можно узнать, что все деревенские расчеты велись добросовестно и честно, случаев спора между должником и кредитором никогда не было, не было и случаев обмана или того, чтобы подводили в “сделке”. В самых крайних случаях требовались лишь уверения: “вот вам Бог порука” или “святой угодник Никола”(там же).

А вот как, по свидетельству сибирского исследователя К.Носилова, проходила торговая ярмарка на севере нашего края в Березове во второй половине XIX веке. В отличие от других ярмарок на северных ярмарках не было никакой суеты и торгового шума. Торговля большей частью производилась скрытно: “Иноходец, пришедши к своему приятелю (так они называют тамошних купцов и торговцев, с которыми ведут торговлю и у которых одолжаются), вытаскивает из-под одежды звериные шкуры и, если сойдется в цене, отдает рухлядь и вза-

мен получает хлеб, табак и другие нужные товары; если же торг не состоится, то идет к другому приятелю... Ценность денег остякам и самоедам мало известна. Общим мериллом для денег остается доселе у остяков белка и рыба муксун, а у самоедов – белый песец” (Носилов К. О сибирской торговле //Сибирская торговая газета. 1897, 23 ноября).

Традиционная деловая культура отличалась малой динамичностью. Напротив, для западной деловой культуры стали характерными высокий динамизм и ориентация на увеличение масштабов дела. Получение прибыли велось уже не за счет повышения цен, а за счет роста и ускорения оборота.

В конце XIX в. Н.М. Чукмалдин писал в «Письмах из Москвы» о различии в деловой культуре у западных и русских специалистов. Он акцентировал внимание на тех профессионально-нравственных качествах, которым русским деловым людям необходимо было поучиться у иностранцев. “Еще недавно возникла фирма русская до мозга костей..., – читаем мы в его письме, – затеявшая фабрику, хотя и с иностранными машинами, но исключительно с русскими техническими силами. И эта фирма должна была по опыту признать, в лице ее директора, что при таких условиях, как у нас сейчас, нельзя достигнуть полного успеха... Англичанин точен, как машина, не рвется временами пламенно вперед и не опускает руки в другое время до полного безделья, как русский человек. В какой бы должности он ни состоял, англичанин ровно минута в минуту является на фабрику, переменит чистое платье на рабочую куртку и методично принимается за дело, не покладая рук, и не боясь ни пыли, ни грязи. Русский человек нередко опоздает к началу работ, не покажет рабочему примера своими руками, а чаще всего ограничится словесными приказами подмастерьям...

Англичанин нальет масла в масленку сколько нужно и когда нужно, русский же механик то нальет больше, чем следует, то пропустит время налива, и машина на ходу начнет нагреваться. Чистя и разбирая машину, механик-иностранец всегда сам осмотрит всякую машинную частицу, вычистит ее, проверит, что русский не всегда сделает.

Затем русский человек часто работает по вдохновению, в зависимости от его настроения, то с усердием выше меры, то с апатией. А в фабричном деле всякое отклонение от нормы тотчас отзывается убытком предпринимателя. Вот почему в управлении промышленностью крупного предприятия методичность англичанина, аккуратность немца выгоднее подрывов и апатии русского человека, несмотря на то, что иногда последний образованнее и учнее иностранного собрата.

Молодой европеец, вышедший техником, обязательно поступит на фабрику или завод простым рабочим и последовательно проходит на практике все стадии производства, прежде чем займет ответственную должность в управлении делом. У нас же, окончивая курс технического училища, выходят оттуда настоящими учеными – техниками, но, что называется, белоручками. Для этого барина бывает едва достойно внимания все то, что ниже теории, формул и чертежей...” (Чукмалдин Н.М. Письма из Москвы //Сибирская торговая газета, 1899, 17 февраля).

Неотъемлемым свойством западной деловой культуры являлась *рациональность*. «Современного экономического человека (каким он всегда в наиболее чистом виде представляется в американском предпринимателе) воодушевляет воля к единственно рациональному устройению хозяйства, и он обладает и решимостью осуществить эту волю, следовательно, применить всякий наиболее совершенный метод, будь то метод коммерческой организации или счетоводства, или производственной техники, потому что он самый рациональный, что, естественно, с другой стороны, означает, что он, не стесняясь какими бы то ни было трудностями, оставит старый метод в тот момент, когда он узнает о существовании лучшего» (Зомбарт В. Буржуа, с. 139).

Важной ценностью и одновременно нормой западной деловой культуры являлось и *умение вести переговоры*, то есть добиваться желаемого результата путем согласия, а не насилия и обмана (как это нередко свойственно было средневековым купцам). По Зомбарту, одним из многочисленных проявлений деловой культуры выступает умение вести переговоры.

Важнейшими нравственными качествами предпринимателя выступают *способность убеждать, решительность, умение выбирать верные пути для достижения поставленной цели.*

С распространением капитализма западного типа и формированием мировой экономической системы основные свойства западной деловой культуры приобрели уже всемирный характер. Сформировалась единая общемировая деловая культура всех стран, вовлеченных в мировые хозяйственные связи, которая не снимает, однако, существенных культурных различий.

Использованная литература

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003.
2. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М.: Магистр, 1998.
3. Зомбарт В. Буржуа. М.: Наука, 1994.
4. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА-М, 2002.
5. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию М.: Дело, 1999.
6. Носилов К. О сибирской торговле // Сибирская торговая газета. 1897, 23 ноября.
7. Чукмалдин Н.М. Мои воспоминания. Ч. I. СПб., 1899; Записки о моей жизни. По-смертное издание книги. Ч. II. М., 1902; Письма из Москвы // Сибирская торговая газета. – 1897. – 27 июля, 30 июля, 14 августа; 1898. – 17 февраля, 19 февраля, 21 февраля, 11 апреля, 27 июня, 18 декабря, 29 декабря; 1899. – 17 февраля.

Глава 3. Национально-культурные ценности в деловой этике

Цивилизационные особенности деловой этики. Национально-культурные ценности и их реализация в национальном характере, «деловом духе» народа, этических принципах, деловых и торговых обычаях. Ценности национальных общностей в современном мире и их влияние на особенности деловой этики. Деловая этика США. Европейская деловая этика. Деловая этика Японии, Китая, мусульманских стран.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи деловой этики и делового общения. Чтобы понимать другую культуру и успешно вести диалог с ней, надо проникнуть в дух культуры, в базовые ценности и нормы, в то, что В.Овчинников в “Ветке сакуры”, говоря о японском образе жизни, назвал “анатомией души” народа (см.: Овчинников В. Сакура и дуб. Ветка сакуры. Корни дуба. М.: АСТ, 2011).

Национальные особенности выражаются также в стиле мышления, восприятия, поведения, характерном для представителей определенной культуры. Знание национальных особенностей может служить своеобразным ориентиром и в области деловой этики. Приведем примеры деловой этики в ряде культур.

Отличительными особенностями деловой этики *Запада* являются *рациональность и индивидуализм*. Деловые отношения строятся между партнерами, не связанными отношениями подчинения, на основе принятых нравственных норм и принципов.

Целью деловой активности на Западе является *прибыль и успех*. Вместе с тем, рациональной деловой культуре свойственно отдавать предпочтение долгосрочным стратегическим целям перед быстрыми и прибыльными, но не имеющими перспектив операциями. Западная деловая культура в целях развития дела основывается на *стратегии постоянных изменений*, которая осуществляется на основе *профессионально разрабатываемых программ*.

Для западной деловой этики характерен *высокий профессионализм* работников, который дает им возможность квалифицированно решать возникаю-

щие проблемы. В современных условиях большое значение имеет сбор разнообразной *информации* (о состояниях рынков, тенденциях их развития, перспективах экономического развития в целом, планах и действиях конкурентов и т.д.). Однако нормой западной деловой этики является соблюдение права собственности на интеллектуальную продукцию и информацию.

Ориентация на прибыль в деловой культуре Запада порождает *высокую степень риска*. Западная деловая этика основывается на *личной инициативе* принципах *индивидуализма, индивидуальной свободы и ответственности*.

Удачное деловое решение всегда основывается на *интуиции*, т.е. своего рода вдохновении. Поэтому при всем рационализме Запада деловое решение в своей новаторской сути сродни искусству. В основе выдающегося западного предприятия лежит, помимо скрупулезного расчета и четкой организации, интуиция, способность видеть новое и идти на риск ради достижения цели. На эту особенность деловой деятельности особое внимание обращал известный западный ученый Й.Шумпетер, видевший в деловой этике прежде всего *новаторство*, а в деловой деятельности «способность производить новые комбинации», т.е. видеть новые методы производства, рынки, источники сырья, вводить новые товары, создавать новые организации. Только такая деятельность способна обеспечить развитие экономики.

Один из отцов современной индустрии и научной организации дела Г.Форд (основатель массового автомобилестроения), отмечал, что успех современного бизнеса зависит не только от «гения» отдельного предпринимателя, но и от «системы», устоявшихся структур, интуиции и профессионализма менеджеров.

Соединенные Штаты Америки. Для деловой культуры США характерны оперативность и конструктивизм, ориентация на прибыль, склонность к нестандартным решениям, открытость. При этом американская деловая культура характеризуется пренебрежением к традициям, иначе говоря, к «почве и крови».

Американцы внесли в практику делового общения значительный элемент демократизма и прагматизма.

Индивидуальность и права личности – самое главное для американцев. Американцы самостоятельны и независимы. С раннего детства американцы привыкают «крепко стоять на ногах», т.е. надеяться только на себя. Они ценят прямоту, честность и откровенность, быстро переходят к сути разговора, не тратят время на формальности. Американцы оказали значительное влияние на стиль ведения деловых переговоров во всем мире.

Американцы любят удобство, простое обращение (даже если между собеседниками большая разница в возрасте и общественном положении), простую одежду.

Американцы любят соревноваться, ценят достижения и рекорды. Они дружелюбны, но по-своему. Американцы не любят зависеть от других людей, поэтому они «ранжируют» друзей и выделяют «друзей по отдыху», «друзей по работе», «друзей по спорту», «друзей семьи».

Американцы задают много вопросов, часто очень личных. В вопросах они прямолинейны.

Американцы ценят успех, который зачастую определяется количеством заработанных денег. «Воздействие бедности на человеческую личность в Америке разрушительно, – пишет социолог М.Лернер о современной Америке, – хуже всего, что бедные люди чувствуют себя отчужденными от остальной человеческой культуры и не имеют собственной субъективной культуры, которая принесла бы им утешение и чувство сплоченности. Они чувствуют себя презираемыми и отверженными, и сами начинают презирать себя. Им остается только надеяться, что в результате какого-то чуда их дети выиграют приз, которого они не смогли достичь, и они тем самым получают возможность плыть по волнам реки Богатства» (Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. Образ жизни и мыслей в Соединенных Штатах сегодня, с.418).

Американцы энергичны. Их общество тяготеет к высокой активности, движению, переменам. Американцев раздражает тишина, они не любят перерывов в беседе и пауз в разговоре.

Деловой американец по своему характеру не мелочен и не педантичен. Но он понимает, что для организации любого дела – нет мелочей. Поэтому к деловой сделке он готовится тщательно, с учетом всех элементов, от которых зависит успех дела.

Непременным качеством американского бизнесмена является соблюдение трех правил: анализируй, разделяй функции (обязанности), проверяй исполнение. Эти правила считаются условием квалифицированного руководства.

Американцы берегут время и ценят пунктуальность. Они живут по расписанию и пользуются еженедельниками, точно приходят на назначенную встречу (опоздания для них недопустимы и не могут быть оправданы).

В деловом общении американцы прагматичны, энергичны и настроены на интенсивную работу. Этому способствует вся система образования и воспитания в Америке. Со школьной скамьи в детях США одобряется напористость, умение ставить цели и добиваться их.

Демократизм американцев в деловом общении проявляется в неформальной атмосфере при ведении деловых бесед и переговоров, в отказе от строгого следования протоколу. Американцы хорошо реагируют на шутки, стараются подчеркнуть дружелюбие и открытость.

Стиль делового общения отличает профессионализм. В США на деловых переговорах трудно встретить человека некомпетентного в обсуждаемых вопросах.

Американская деловая этика имеет и «обратную сторону». С точки зрения иностранных партнеров, американцы могут быть слишком напористыми, агрессивными, грубыми и фамильярными. Они часто проявляют эгоцентризм, полагая, что иностранец должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами.

Европейская деловая культура в целом характеризуется привязанностью к традициям. Многие фирмы и предпринимательские династии имеют вековую историю, гордятся ей и следуют сложившимся традициям и нормам. В Западной Европе важны не только деловые качества человека, но и личные достоинства, репутация, культурный уровень. Круг деловой элиты ограничен, и входить в него лучше через рекомендации посредников. В европейских странах прослойка деловых людей (предпринимателей) достаточно узка, профессия переходит из поколения в поколение и уровень подготовки, как культурной, так и образовательной, достаточно высок.

В Европе больше, чем в Америке, стараются свести к минимуму возможный риск, поэтому уделяется большое внимание доскональной проверке и проработке всех деталей делового предприятия. Для европейских деловых людей характерны национальная гордость, приверженность к национальным интересам.

Великобритания. Англичанам присущи такие черты как сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильность, почитание собственности, предприимчивость и деловитость. Независимость, граничащая с отчужденностью и необщительностью – основа человеческих отношений в Британии. Англичане склонны к выжиданию и неторопливым поискам компромисса.

У англичан высоко развито чувство справедливости, поэтому при ведении дел они используют веру в «честную игру», не терпят хитрости и коварства. На честное слово англичан можно положиться.

Английские традиции предписывают сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику. Отсюда склонность избегать категорических утверждений или отрицаний. В целом англичане старательно избегают в общении любых личностных моментов, т.е. всего того, что может показаться вторжением в чужую частную жизнь.

Англичане внешне приветливы и доброжелательны, готовы помочь, пойти навстречу, выручить из беды, однако они абсолютно непоколебимы во всем,

что касается соблюдения правил или законов. Здесь они не допускают снисхождения.

Умение терпеливо выслушать собеседника, не возражать ему, в Англии не всегда означает согласие. Просто англичане считают самообладание главным достоинством человеческого характера. С английскими деловыми партнерами можно не бояться молчать и делать паузы при разговоре. Наоборот, грубым поведением считается, когда человек слишком много говорит, т.е. по мнению англичан, «навязывает себя другим». Англичане проявляют бережливость не только к деньгам, но и к словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому открытому выражению чувств.

Пунктуальность в Великобритании – основное правило. Не следует начинать переговоры с английскими фирмами без тщательной подготовки и согласования, импровизации здесь недопустимы.

К деловым переговорам англичане подходят с большой долей прагматизма и медленно принимают решения. Традиционным для них является избегать острых углов во время переговоров.

Германия. Немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, серьезностью, расчетливостью и стремлением к упорядоченности.

Немцы не любят, когда нарушается порядок, а также их планы. Они искренне убеждены, что инструкции, предписания, распоряжения нужно соблюдать неукоснительно, а приказам повиноваться безоговорочно. Немцы предупредительны и внимательны.

Немецкий стиль ведения переговоров отличается сухостью и педантичностью. Они вступают в переговоры только тогда, когда уверены в возможности нахождения решения. Ведя переговоры с немцами, следует учитывать их пристрастие к точности и строгой регламентации поведения. Немцы имеют привычку расписывать свою деловую и частную жизнь по дням и часам. Такие записи позволяют лучше планировать время, которое немцы очень ценят.

Целесообразно учитывать приверженность немцев к титулам. Для этого еще до начала переговоров следует уточнить титулы своих деловых партнеров.

Франция. Для установления деловых отношений с французскими партнерами следует четко представлять цели этих отношений, в зависимости от которых методы сотрудничества будут отличаться друг от друга. Подготовленные документы лучше излагать на французском языке, т.к. французы болезненно реагируют на использование в деловом мире иностранных языков.

Французов характеризуют такие качества как внимательность, осторожность и предусмотрительность в принятии решений. В бизнесе они предпочитают знакомства и связи. Новые контакты устанавливаются обычно через посредников.

Французы досконально изучают все стороны и последствия поступающих деловых предложений. Они не сразу позволяют убедить себя в целесообразности сделанного предложения, отдавая предпочтение аргументированному обсуждению всех деталей предстоящего контракта. Во время переговоров французские партнеры внимательно следят за тем, чтобы сохранить свою независимость. Французы не любят компромиссов.

Несмотря на присущую французскому характеру эмоциональность, французы не проявляют чувствительности к неутешительным или излишне приукрашенным доводам. Они предпочитают аргументы, подкрепленные точными фактами и технико-экономическим анализом.

В целом же во французском деловом мире следует подчеркнуть разнообразие поведения, образа мышления, воспитания французов. Современные исследователи отмечают, что самой характерной чертой французской нации является неповторимость ее индивидов.

Япония. В японском национальном характере выделяется трудолюбие, развитое эстетическое чувство, приверженность традициям, дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга, вежливость, аккуратность, самообладание, бережливость, любознательность, стремление к согласованным действиям в группе. Японец с детства воспитывается в духе «групповой солидар-

ности», учиться подавлять свои эмоциональные порывы, сдерживать амбиции, не выпячивать свои сильные качества.

Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Японцы привыкли судить о человеке прежде всего по его принадлежности к той или иной группе. Когда два японца встречаются впервые, они пытаются выяснить принадлежность друг друга к определенной группе, а также положение, которое занимает в своей группе каждый из них. Без этих сведений им трудно найти основу для общения. Соединяя свои интересы с интересами группы, японец будет автоматически продвигаться одновременно с коллегами вверх по служебной лестнице. Отсюда большое значение для японцев имеет «верность» своей фирме, самоотверженность и патриотизм при отстаивании ее интересов.

Важнейшей особенностью деловой культуры Японии является ее ориентация на стабильность и минимизацию риска: «Японцы предпочитают исключить как можно больше элементов неопределенности из рыночного процесса, что напоминает их практику использования веревок, проволок и шнурочков для связывания и сгибания стволов и веток деревьев с целью придания им форм, отвечающих их эстетическим ценностям» (см. в кн.: Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства, с. 276).

Японские деловые люди предпочитают избегать конфликтов, т.к. в японском обществе существует ориентация на компромисс и согласие. Японцы редко обращаются в судебные инстанции, они склонны к взаимным уступкам и предпочитают налаживать отношения на взаимовыгодной основе. В то же время японская деловая жизнь знает и вспышки жесткой конкуренции, переходящие в «войну на уничтожение».

В Японии существует особая система принятия решений, суть которой составляет участие в обсуждении большого круга лиц – от руководителей до экспертов и рядовых сотрудников. Специалисты выделяют три главные характеристики японской модели принятия решений: выработка решений по линии «снизу-вверх»; принцип разделения риска; достижение согласия между всеми

заинтересованными сторонами путем длительных переговоров и консультаций. Ответственность распределяется между всеми участниками принятия решения и персонально не определяется. В японской деловой культуре большое значение имеют личные неформальные контакты.

Большое значение в японской деловой этике придается пунктуальности и точности. Договорившись о встрече, японец непременно в срок, вплоть до минуты, появится на месте. На предельной обязательности основана вся практика делового общения в Японии.

Терпение в Японии считается одной из основных добродетелей, в том числе и в бизнесе. Иностранец, впервые встретившийся с японскими бизнесменами, может быть удивлен медленным темпом ведения переговоров. Однако, чем серьезнее выдвинутые на повестку дня вопросы, тем больше внимания уделяется малозначительным деталям. За этим кроется традиционное стремление создать соответствующую атмосферу переговоров, установить «отношения сотрудничества» для облегчения процесса принятия главного решения, когда все второстепенные вопросы будут улажены к взаимному удовлетворению сторон.

Арабские страны. Для арабов важнейшим элементом деловой этики является установление доверия между партнерами. Арабы привыкли ориентироваться на прошлое, обращаться к своим корням и традициям. Они также предпочитают предварительную проработку деталей, обсуждаемых деловых вопросов. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции.

В целом арабский мир далеко не однороден, поэтому существуют значительные различия в деловой этике у представителей различных арабских государств. Например, в основе египетской деловой культуры и этики лежит чувство национальной гордости за свою страну, которая является одним из древнейших очагов человеческой цивилизации, а также следование историческим традициям своей страны. Другие особенности – это тяготение к сильному правлению, к жестким административным правилам поведения. Египтяне чувствительны к вопросам, связанным с национальной независимостью. Все, что рассматривается ими как вмешательство в их внутренние дела, беспощадно от-

вергается. В переговорах египтяне предпочитают «торг» иным типам взаимодействия с партнером. Большое значение они придают дружбе, искренности и гостеприимству.

В мусульманском мире иностранец не может обращаться с вопросами и просьбами к женщине, т.к. это считается неприличным. Все деловые контакты и обсуждения ведутся с мужчинами. При встрече в арабских странах мужчины обнимаются, слегка прикасаются к друг другу щекой, похлопывают по спине и плечам. Однако такие знаки внимания возможны только между своими, и не распространяются на чужестранцев.

Если европейское приветствие короткое и сухое, то арабское – это целая процедура, сопровождаемая вопросами о здоровье и делах. На протяжении беседы одни и те же вопросы могут повторяться. Даже, если деловой человек спешит, он должен выслушать арабского собеседника, а также принять его многочисленные пожелания благополучия. Поводы для таких пожеланий могут быть самыми разными: встреча, приезд, отъезд, покупка. Речь арабского собеседника сопровождается частыми обращениями к Аллаху, упованием на его помощь в завершении предстоящих дел. В арабской среде это обычная формула вежливости.

Дистанция между беседующими арабами значительно короче, чем у европейцев. Беседующие деловые люди почти касаются друг друга, что свидетельствует о взаимном доверии.

При самом первом знакомстве арабский деловой партнер выражает радушие и любезность. Это дань традиции, так как среди арабов господствует мнение, что только такое поведение достойно нравственного мусульманина. Однако последующая деловая беседа может проходить менее гладко. Арабские партнеры избегают определенных, четких ответов «да» или «нет», а заменяют их туманными, например, «если Аллаху будет угодно». Арабское понимание делового этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным. Во время беседы арабы избегают также суетливости и по-

спешности. Арабские собеседники всегда стараются «сохранить лицо» и свое, и делового партнера. Считается необходимым оставить возможность для дальнейших контактов. Отказ от сделки сопровождается отговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения. Арабские деловые люди выражают отказ в максимально смягченном, завуалированном виде.

Исламская мораль относит торговлю к престижному, почитаемому занятию. В средние века торговля рассматривалась мыслителями как род искусства, успех в торговых начинаниях считался признаком глубокого ума.

Торговая сделка у арабов – всегда маленький спектакль, сопровождаемый большой любезностью продавца. Назвав многократно завышенную цену товара, хозяин начинает его расхваливать. Покупатель должен сбивать цену. Продавец и покупатель могут многократно расходиться, вновь обсуждать достоинства товара, пока не ударят по рукам. Процесс покупки часто сопровождается угощением прохладительными напитками, чаем и кофе.

Китай.

Для китайского национального характера, как и для японского, характерны трудолюбие, дисциплина, терпение, усердие, аккуратность, а также коллективизм, бережливость, расчетливость и неприхотливость в ведении хозяйства. Китайцев отличает умение сдерживать эмоции, спокойствие и хладнокровие в стрессовых ситуациях.

Учитывая авторитет старшего, китайцы стараются всячески избегать конфликтных ситуаций с авторитетным лицом, начальником, учителем или отцом. Если же конфликт произошел, то виновным в большинстве случаев считается младший или подчиненный.

Стиль деловых отношений отличается процедурной длительностью (например, переговоры длятся от нескольких дней до нескольких месяцев). Китайцы не принимают решений без досконального изучения всех сторон предполагаемых сделок.

Китайские деловые партнеры всегда внимательны к двум вещам: к сбору информации относительно предмета обсуждения и к формированию «духа дружбы». Причем, «дух дружбы», обусловленный древними традициями, в китайском деловом мире имеет первостепенное значение. «Дух дружбы» отождествляется с хорошими личными отношениями партнеров.

В деловом мире Китая большое внимание уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям внутри делегации.

В Китае придается большое значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Делового человека могут спросить о возрасте, семейном положении, детях, что говорит об искреннем интересе к нему. Обычно китайцы радушно приглашают партнера в гости или в ресторан, где подают не менее 20 блюд. Деловые подарки в Китае лучше делать не определенному лицу, а всей делегации, т.к. определенному лицу может быть запрещено принимать подарки.

Использованная литература

1. Асадов А.Н., Покровская Н.Н., Косалимова О.А. Культура делового общения. СПб.: СПбГЭЭФ, 2010.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003. А-М, 2002.
3. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М.: Магистр, 1998.
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс, 2008.
5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФР
2. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. Образ жизни и мыслей в Соединенных Штатах сегодня. В 2 т. М.: Радуга, 1992.
6. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию М.: Дело, 1999.
7. Овчинников В. Сакура и дуб. М.: Восток и Запад, 2008.
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

Глава 4. Особенности российской деловой этики

Русский и российский «деловой дух». Эволюция российской деловой культуры и этики. Деловая этика в донетровской России; от петровских реформ до октябрьской революции; от октябрьской революции до перестройки. Характеристика российских и советских традиций деловой культуры и этики.

Историю России можно разделить на четыре относительно самостоятельных отрезка: от истоков до петровских реформ; от реформ до Октябрьской революции; от Октябрьской революции до перестройки и от начала перестройки до наших дней. Рубежи, отделяющие одну эпоху от другой – «великие потрясения», которые, тем не менее, не смогли потрясти до конца основы российской деловой культуры.

Черты российских деловой культуры и деловой этики предопределили российский климат, обширная территория, срединное положение между Востоком и Западом, общинный тип организации хозяйства.

Выдающийся русский историк В.Ключевский отмечал в русском национальном характере, наряду с противоречивостью, деловые черты – *осмотрительность и расчетливость*. Он писал: «Великороссия XIII - XV вв. со своими лесами, топями и болотами на каждом шагу представляла поселенцу тысячи мелких опасностей, непредвидимых затруднений и неприятностей, среди которых надобно было найтись, с которыми приходилось поминутно бороться. Это приучало великоросса зорко смотреть за природой, смотреть в оба, ходить, оглядываясь и ощупывая почву, не соваться в воду, не поискав броду, развивало в нем изворотливость в мелких затруднениях и опасностях, привычку к терпеливой борьбе с невзгодами и лишениями. В условиях суровой и своенравной природы... невозможность рассчитать наперед, заранее сообразить план действий и прямо идти к намеченной цели заметно отразилось на складе ума великоросса, на манере его мышления... В одном уверен великоросс – что надобно дорожить ясным летним рабочим днем, что природа отпускает ему мало удобного времени для земледельческого труда и что короткое великорусское лето

умеет еще укорачиваться безвременным неожиданным ненастьем. Это заставляет великорусского крестьянина спешить, усиленно работать, чтобы сделать много в короткое время и впору убратся с поля, а затем оставаться без дела осень и зиму... Так великоросс приучился к чрезмерному кратковременному напряжению своих сил, привыкал работать скоро, лихорадочно и споро, а потом отдыхать в продолжение вынужденного осеннего или зимнего безделья. Ни один народ в Европе не способен к такому напряжению труда на короткое время, какое может развить великоросс, но нигде в Европе, кажется, не найдем такой непривычки к ровному, умеренному и размеренному, постоянному труду, как в той же Великороссии» (см. в кн.: Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру, с.80).

Геополитическое положение России между двух цивилизаций – западной и восточной – имело свои нравственные последствия. Если в домонгольский период развитие российской деловой культуры шло в русле западноевропейской цивилизации, а в экономике, социальной и культурной жизни проходили процессы и тенденции сходные западным, то с середины XII в. в русском обществе формируются иные стереотипы делового поведения, устанавливаются иные ценности. Благодаря монгольскому нашествию, на Русь пришли образцы восточной цивилизации. Особенно резкие изменения были в торговых обычаях, обрядах, формах и способах ведения дела, нормах деловой этики. Типичной для Руси организацией хозяйства и торговли стали восточные гостиные дворы, торговля не велась без взяток, национальный русский костюм стал напоминать азиатский, в деловой обиход вошли восточные слова (например, «таможня»). В сфере деловых отношений стали распространяться в основном краткосрочные сделки. Все, что надо было делать в торговом мире, делалось быстро, иначе говоря, «железо ковалось, пока горячо». Поощрялись ловкость и удачливость купцов. Сделки, сопровождаемые уговорами, нажимом, завышением цены, обманом, не считались неэтичными. Чем дальше от дома, тем позволительнее было взять чужое. Преступлением же считалось украсть у родственника или у соседа.

Были случаи, когда купцы меняли свою «специализацию» и становились грабителями. Это, например, знаменитые новгородские купцы – «ушкуйники», которые промышляли на Волге на быстроходных лодках и занимались обычным пиратством. Иногда они грабили целые города – Новгород, Казань, Астрахань и другие. Чтобы защититься от этих набегов, купцы нередко брались и за оружие. Важными становились такие нравственные свойства их личности, как смекалка, расчетливость, энергичность, самообладание.

К началу Петровских реформ в России постепенно сложились четыре основных типа деловых людей: «казенные», т.е. предприниматели, работавшие на нужды царского двора; «гости» - представители русского купечества; «немцы» - иностранцы; «монастырские» - представители монастырей, занимавшиеся разнообразной экономической деятельностью.

Характеризуя двухсотлетний период от петровских реформ до октябрьской революции, следует отметить, что страна сделала очень многое. Фактически Россия обрела ранг крупнейшей державы, встала вровень по многим областям экономики и культуры с ведущими странами мира.

Результаты достижений России, в том числе и в областях деловой культуры и деловой этики, были такими: российский рубль стал одной из двух валют в мире, которые обменивались на золото; Россия стала одним из крупнейших экспортеров сельскохозяйственной продукции на мировом рынке; в 1911 г. по просьбе американского правительства царское правительство сформировало группу русских инженеров и послало их в США, чтобы помочь создать там военную промышленность; российская культура того времени известна как культура серебряного века. К этому следует добавить отмену крепостного права в 1861 г., последовавшие великие реформы, первые ростки российской демократии, появившиеся с Манифестом 1905 г., резкое снижение коррупции при правительстве Витте, высокую репутацию российских деловых людей за рубежом. В деловые будни входили новые афоризмы, среди них известное выражение купца и основателя Третьяковской галереи П.Третьякова: «Мое слово дороже денег».

В 1912 г. российское деловое сообщество приняло свой первый этический кодекс:

«Семь принципов ведения дел в России»

Уважай власть.

Власть – необходимое условие для эффективного ведения дел. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к властителям порядка в узаконенных эшелонах власти.

Будь честен и правдив.

Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетели, честности и правдивости.

Уважай право частной собственности.

Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо Отчизны.

Люби и уважай человека.

Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождают ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.

Будь верен своему слову.

Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единожды солгавший, кто тебе поверит». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.

Живи по средствам.

Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

Будь целеустремлен.

Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грани дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Вместе с тем, русская деловая культура и деловая этика формировались через множество препятствий. Можно назвать ряд причин, разрушавших «деловой дух» в России.

Веками дискредитировали деятельность носителей деловой культуры и деловой этики – русское купечество – чиновники. Они не только принижали, но и блокировали купечество в политике и экономике. Например, правительство Петра I считало возможным не только “заимствовать” в случае необходимости у купцов деньги, вводя выгодные для себя постановления, подрывать торговлю непродуманными экономическими мерами, но и не отказывалось от различных мер наказания и унижения, включая порку, которой подвергались лица, относящиеся и к 1-й гильдии.

В действиях верхов, казалось-бы, защищающих нарождающееся торговое сословие, четко проходила линия экономического соперничества. На недоброжелательные характеристики русских деловых людей – купцов не скупилась и купцы иностранные, что создавало в глазах правительства отношение к русским купцам как к “второсортным” людям по сравнению с купцами “заморскими”.

При Екатерине II делались послабления купцам, Екатерина пыталась изменить общий взгляд на торговлю и торговый дух, но попытки императрицы поддержать и развить деловую культуру в России успехом не увенчались. Воспротивилась наиболее привилегированная часть дворянства.

Хотя правительство в те или иные критические периоды неоднократно обращалось к купцам за помощью и поддержкой, сословная политика в отношении купечества оставалась по-прежнему дискриминационной.

В девятнадцатом веке происходило то же самое. Делиться властью с деятельным купечеством дворянство не только не намеревалось, но и делало все возможное, чтобы не допустить его политического возвышения, при каждом удобном случае подчеркивало его “подлость” и низкое происхождение.

Общественная ущемленность купцов влияла и на их социальное мироощущение. Многие из них принимали навязываемые им сословной системой правила игры и добивались чинов, званий, дворянского статуса.

Следует обратить внимание и на то, что не только купечеству, но и нравственным ценностям, составляющим основу и дух их деятельности – активности, самостоятельности, деловитости, инициативе, предприимчивости и др. – в русском государстве зачастую ставились препятствия. Так, русский философ Н.Бердяев писал: “Огромная, превратившаяся в самодовлеющую силу, русская государственность боялась самодеятельности и активности русского человека, она слагала с русского человека бремя ответственности за судьбу России и возлагала на него службу, требовала смирения” (Бердяев Н.А. Судьба России, с. 66).

У купечества в прошлом существовали противники не только “справа”, но и “слева”, со стороны революционных демократов, пытающихся доказать возможность некапиталистического пути развития для России, указывающих на исключительно земледельческий характер страны.

Противником купечества была и революционно-демократическая литература, которая ярко показывала картину предпринимательской беспечности и плутовства. В литературе прошлого века трудно найти произведение, в котором русский торговец и промышленник были бы положительными персонажами, несмотря на то, что в жизни они были. Для великих русских писателей – М.Е.Салтыкова-Щедрина, А.Н.Островского, Л.Н.Толстого, Н.В.Гоголя, Ф.М.Достоевского – предприниматель – не человек, управляющий крупным предприятием, не “мозговой центр” дела, не талантливый экономист, а разоритель, делец, любитель быстрой наживы, взяточник и аферист.

М.Горький не раз подчеркивал, что вся наиболее талантливая литература выступала более или менее резко против “деятеля”, стараясь изобразить его как можно хуже, ограниченнее. Максималистское утверждение “деятель – существо ограниченное...” нашло блестящее художественное воплощение в произведениях писателя.

Русским писателем, особенно активно изображавшим аморальность, хищничество нарождавшейся буржуазии, был М.Е.Салтыков-Щедрин. В циклах его очерков обличалась потребительская психология “пенкоснимателей”, “господ ташкентцев”. Салтыков-Щедрин не раз писал о том, что сюжетообразующим фактором в современной ему действительности должно стать обличение буржуазных дельцов. Сатирик создавал собирательный тип предпринимателя-дельца и окружающей его атмосферы спекулятивного ажиотажа, рвачества, разнузданного приобретательства. Колупаев, Разуваев, Дерунов, способные лишь на то, чтобы на вопрос “Что есть истина?” в лучшем случае ответить: “Распивочно” и “Навынос”.

Эстафета Салтыкова-Щедрина в изображении предпринимателей как взяточников и аферистов была подхвачена Н.А.Некрасовым. Сатирическому изображению буржуазного хищничества посвящена его поэма “Современники”, сюжет которой построен на достоверных фактах. Некрасов показал новых “хозяев жизни” – спекулянтов, авантюристов, дельцов, которые в семидесятых годах XIX века выдвинулись на первый план российской действительности.

Особенно сильное впечатление на читателей при оценке российских деловых людей производили статьи Н.А.Добролюбова, который назвал выходцев из купеческой среды “темным царством”. После его статей, получивших активную поддержку русской демократической интеллигенции, данная им характеристика “темного царства” была общепризнанной в течение ряда лет. Об этом с горечью писал П.Бурышкин, автор известной книги “Москва купеческая”, сам выходец из купеческого сословия. Признавая реалистичность комедий А.Н.Островского, рисующих аморальность, самодурство купцов, Бурышкин все-таки не мог понять, как на основе анализа нескольких драматических про-

изведений можно было судить обо всем сословии (см.: Бурыйшкин П. Москва купеческая).

Сосредоточивая внимание на окарикатуренных чертах своих героев-купцов, демократическая литература часто создавала поверхностную, искаженную картину общественной жизни, способствовала формированию деформированного общественного мнения. Результатом этого было, например, то, что в Москве, которая хотя и считалась крупным деловым центром, где представители торговли и промышленности занимали руководящие места во всех некупеческих слоях общества (дворянстве, чиновничестве, интеллигенции), отношение к деловым людям, прежде всего, к предпринимателям было высокомерным.

Вместе с тем, следует отметить, что сибирская литература по-иному, чем литература российская, с большим уважением относилась к деловым людям. Так, ценности культуры предпринимательства отражены в произведениях Д.Н.Мамина-Сибиряка, а также в романе В.Я.Шишкова “Угрюм-река”.

В романе Шишкова создан яркий образ сибирского капиталиста – Прохора Громова. Поражает инициатива Прохора, его деловой размах, энергия, предприимчивость. Однако, искренне восхищаясь способностями своего героя, Шишков отказался сделать из него “героя своего времени”. Конец романа трагичен. Возможно, в образе П. Громова отразилась оценка предпринимательского сословия молодой Советской Властью, которой симпатизировал Шишков. Побеждает в его романе весьма распространенная оценка деловых людей в России: “Когда дед воровал, сын грабил, а внук разбойничает”, – он не достоин иной участи, чем показано в конце романа.

Важная причина неприятия предпринимательства в России коренилась и в столкновении православных идеалов русского народа, где скромность и бедность возводились в ранг общественных добродетелей, с реальной практикой обогащения. Богатство и зло в представлении большей части российского населения всегда существовали нераздельно. Нищие же, аскеты и убогие в противовес купечеству вызывали сочувствие народа на протяжении веков.

В традициях православной религии (исключая старообрядчество) человек должен избегать соблазнов материального мира (стремление к прибыли – один из самых сильных соблазнов), поэтому глубоко верующие русские купцы жили с постоянным ощущением вины и пытались искупить перед богом вину глубокой верой и благотворительностью. У предпринимателей существовало и чувство обостренной вины перед народом. Их широкая благотворительность и меценатство отчасти объясняются этим. В западной же культуре, например, эти явления были в значительной мере менее выражены.

Даже в русских сказках, имеющих огромное значения для познания народного характера, мировоззрения народа, его нравственных предпочтений и хозяйственных склонностей, образ богача рисуется в основном темными красками (исключение – сказка “Садко”, которая показывает представителя древней русской торговой культуры, новгородского купца Садко).

Ни одно сословие не получило столь обидных кличек у народа, как купцы: “самоварники”, “аршинники”, “протобестии”, “надувалы заморские” – клички, которыми награждал деловых людей народ.

Рассматривая причины, помешавшие утвердиться в России ценностям русской деловой культуры и этики, следует отметить, что и сами деловые люди, в частности предприниматели, мало сделали для изменения антибуржуазных настроений. Они не были сплочены, не создали профессиональной группы, способной, во-первых, переломить отечественные настроения, во-вторых, доказать значимость своих ценностей, утвердиться в качестве представителей новой общественной силы. Наоборот, в своих оценках, суждениях, воззрениях представители деловой культуры часто смыкались с теми, кто не хотел никаких перемен. Ценности культуры предпринимательства в России открыто популяризировали лишь несколько периодических изданий. Для утверждения важной роли предпринимательства в обществе и изменения общественных настроений этого было, конечно, мало.

Важно заметить, что российские предприниматели не создали и развитой науки предпринимательства, отражающей их профессиональный дух, особую деловую культуру и этику.

Однако следует отметить, что наряду со многими положительными чертами, российское купечество было носителем и ряда таких как жадность, мотовство, склонность к обману и спекуляции. В итоге русские хищники получили по заслугам и преподнесли урок предпринимателям всего мира, показав, что надо делиться вовремя, иначе потеряешь все.

Большинство исследователей, обратившихся к русской деловой культуре и этике, считает, что деловой, предпринимательский элемент в русском народе истребило революционное насилие, а вместе с ним были полностью уничтожены и ценности деловой культуры. Конечно, сегодня мы можем констатировать, что важнейшие культурные уклады, выработанные народом столетиями, оказались разрушенными революцией. Хотя разрушение старых культурных достижений и замена их новыми – процесс исторически неизбежный, но в России это разрушение произошло стремительно и резко насильственно. Многие из культурных образований были вполне жизнеспособны, а некоторые еще только начали созревать. Так произошло и с деловой культурой России. Предпринимательское сословие, только начавшее набирать силу и быстро увеличивать свою роль в общественно-культурной жизни страны, казалось бы, вполне жизнеспособное, быстро было разрушено.

Однако предприниматель был уничтожен как основная и центральная фигура экономики. Его же ценности, его “миросозерцание”, а также и его “дух” не могли быть полностью искоренены в народе. Они неизбежно должны были сохраниться и продолжить свое существование в иных, скрытых формах. Отметим, что и в годы Советской Власти деловой, предпринимательский дух в стране частично сохранялся. Безусловно, в Советском государстве стиль жизни, нормы и ценности предпринимательской культуры рассматривались как эксплуататорские, паразитические, вызывающие лишь неприязнь и раздражение трудящихся. Культура предпринимательства связывалась лишь с эксплуатаци-

ей, хищничеством, бесчеловечностью, “грязными” способами наживы. О меценатстве, просветительских заслугах русского купечества либо умалчивалось, либо они рассматривались как особый вид эксплуататорского лицемерия. Однако система не могла существовать длительное время без собственных моделей делового успеха. Уже к концу гражданской войны руководству страны стало ясно, что способствовать восстановлению экономики может не политика военного коммунизма, а новая экономическая политика. В период нэпа оживление внутреннего рынка, насыщение его товарами помогло частичному восстановлению деловой культуры, хотя внимание было обращено, главным образом, не на индивидуальное, а на коллективное хозяйство, традиционные ценности общины и кооперативного труда. Хозяйственная культура нэпа сменилась политикой, направленной на приоритет государства как основы хозяйственной жизни. За годы социализма в советской культуре сложился ряд ценных форм хозяйственной деятельности, состоявших в ориентации на такие нравственные качества, как рачительность, чувство хозяина, экономия, учет, контроль, энтузиазм, самоотверженность, ответственность, исполнительность, дисциплина, организованность, профессиональный успех, надежность, а также соревновательность и трудовое соперничество работников. Вместе с тем, социалистическая культура стремилась заменить личные параметры успеха идеей трудового героизма, бескорыстного служения победе “общего дела”, что не оставляло места для развития культуры повседневного труда и личной предпринимательской инициативы. Моделями делового человека, унаследовавшими в какой-то мере дух русской деловой культуры, стали стахановцы, ударники труда, выдающиеся администраторы-управленцы, талантливые производственники, представляющие собой особый склад делового человека советской эпохи. Модели делового человека в художественном воплощении создавало советское искусство. Так, образцами деловых людей, руководителей производственных коллективов советской эпохи, были, например, Дмитрий Выхрев из “Битвы в пути” Г.Николаевой, инженер Карабаш из “Утоления жажды” Ю.Трифонова, Батманов из романа “Далеко от Москвы” В. Ажаева, Чеш-

ков из пьесы И.Дворецкого “Человек со стороны”, директор Друянов из пьесы А.Вейцлера и В. Мишарина “День-деньской” и многие другие. Советская эпоха поддерживала хозяйственную инициативу различными методами: от жестоких репрессивных решений до методов поощрения, с помощью средств материального и морального стимулирования.

Однозначно негативными чертами советского хозяйства, повлиявшими на криминальный характер частной инициативы в советскую и постсоветскую эпоху, является преследование предпринимательства законом, а также скудость рынка и дефицит товаров, что формировало у людей повышенный интерес к потреблению, порождало потребительский индивидуализм, не связанный с конструктивной хозяйственной деятельностью.

Тем не менее, общий вывод о советском этапе развития деловой культуры и этики состоит в том, что в советский период они утратили многое из дореволюционных приобретений и отстали от многих прогрессивных тенденций в международной деловой культуре.

Использованная литература

1. Бердяев Н.А. Судьба России. М.: Философское общество СССР, 1990.
2. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
3. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX – начала XX вв.: имена, биографии, судьбы. Тюмень: ТюмГУ, 2002.
4. Боханов А.Н. Почему опустился занавес? Размышления историка о судьбе российского предпринимательства//Былое, 1992, №1.
5. Бурьшкин П. Москва купеческая. М.: Современник, 1991.
6. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА-М, 2002.
7. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений. М.: НИЭМП, 2010.
8. Российская деловая культура: история, традиции, практика, М.: ТПП РФ, 1998.
9. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2000.

Глава 5. Деловая этика в Западной Сибири

Особенности формирования и развития деловой культуры в Западной Сибири. Особенности деловой культуры и деловой этики в Западной Сибири. Старообрядчество как религиозная основа формирования западносибирской деловой этики. Принципы и нормы деловой этики в деятельности предпринимательства Западной Сибири второй половины XIX – начала XX вв.

Интересной и необычной была история формирования деловой культуры и деловой этики в Западной Сибири. Условия для их развития были здесь иными, чем в центральной России.

Западная Сибирь в прошлом во многом совпадала по границам с Тобольской губернией. На формирование в Западной Сибири деловой культуры и этики повлияли, в первую очередь, благоприятные географические и природные условия края. Это необъятные просторы Западной Сибири, в которой соединились леса, равнины, степи, тундра, лесотундра; ее богатая растительность (кедр, лиственница, ель, сосна, береза, тополь, осина, вьющиеся растения, множество ягод, грибов), что создавало условия для возникновения и развития промыслов и торговли. Это и огромная земледельческая полоса Западной Сибири. Почва Сибири издавна была очень плодородна и не требовала удобрений. Занятиями южных округов Западной Сибири было земледелие и скотоводство. Знаменитые сибирские маслоделы и хлеботорговцы вышли из южных округов края.

Животный мир Сибири (соболь, песец, бобр, заяц, белка, лиса, куница, рысь, горноста́й, олень, волк) также способствовал возникновению наиболее прибыльной и древней торговли в Западной Сибири – торговли мехами.

Реки Сибири помогали развитию деловой культуры. Своими притоками сибирские реки обеспечивали переход из одного бассейна в другой. Река – символ торговли Западной Сибири. Вся торговля и другие деловые отношения проходили первое время по рекам. Реки имели огромное значение и для земледелия. Лучшие земледельческие районы Западной Сибири расположены по рекам, так как только реки создавали необходимые условия для сбыта и сплава

хлеба. Благодаря рекам, зародились многие деловые и предпринимательские промыслы сибирского населения. Течение рек Западной Сибири шло от юга к северу, из мест с более мягким климатом и богатой растительностью к полярным, суровым и скудным растительностью северным берегам. Реки помогали торговым отношениям юга Сибири с ее севером, снабжали скудный север продуктами богатой южной земледельческой полосы. С другой стороны, по притокам рек облегчались торговые отношения востока с западом. Поэтому и создавались сибирскими предпринимателями проекты о соединении этих рек непрерывным сообщением (предполагались каналы между Волгой и Иртышом, Печорой и Обью, Обью и Енисеем). Реализация идеи о создании этих чрезвычайно важных водных путей, а также о соединении Сибири через северные моря с Европой, что давало бы возможность экономического и культурного процветания Сибири, была делом жизни многих западносибирских предпринимателей.

Конечно, исследователи деловой культуры обращали внимание на суровый климат Западной Сибири. Однако, тем не менее, нигде в Сибири климатические условия не делали жизнь человека невозможной. Даже в ближайших к Полярному кругу местностях трудились сибирские деловые люди. Наоборот, климат Западной Сибири, здоровый и благоприятный для жизни, внушал сибирякам бодрость, энергию в борьбе за существование, активность, необходимые для трудовой деятельности. Широко известны были выносливость и закалка сибиряков. Тысячи торговых обозов в самые морозные дни двигались из Сибири к ее северу и по России.

Важной причиной развития деловой культуры в Западной Сибири явилось отсутствие в ней помещичьего землевладения и крепостничества. Свободу для развития деловой культуры в Западной Сибири давала также и удаленность от административных центров.

Западносибирский крестьянин в отличие от своего российского и восточносибирского собрата всегда имел достаточно хлеба, он почти никогда не нуждался и не ощущал голода, а, наоборот, накапливаемые излишки давали ему возможности для предпринимательства и торговли.

Колонизация Западной Сибири разбудила деловые качества русского народа, его волю, кипучую энергию творчества, деловитость, предприимчивость, вдохновение. Она привлекла к работе огромную массу населения, создала условия для развития деловой культуры.

Вместе с тем, следует назвать причины, тормозившие развитие сибирской деловой культуры. Это немногочисленность профессионалов, которые могли бы создать промышленные предприятия. Среди переселенцев в Сибирь большинстве были крестьяне, знакомые лишь с навыками земледелия. При отсутствии профессионалов необыкновенная энергия сибиряков, их предприимчивость и деловитость пропадали бесплодно. Самая кипучая деятельность без знания дела, при невежестве отважных предпринимателей, не приносила положительных результатов. Много теряла в отношении деловой культуры Сибирь и из-за нехватки образованных людей.

Другой причиной, тормозящей развитие деловой культуры Западной Сибири, можно назвать непонимание многими жителями Сибири экономических нужд края, злоупотребление богатейшими природными запасами. Так, часто поиски и разработка сибирских богатств велись слепо и наугад. Эксплуатация промыслов и минеральных ресурсов, охота, рыбная ловля были лишь расхищением естественных запасов природы.

Среди деловых людей в Сибири было много авантюристов, людей с сомнительным прошлым, не приносивших пользу краю, а, наоборот, мешавших его развитию.

Становление деловой культуры и деловой этики в Западной Сибири произошло на базе следующих условий.

На деловую культуру и этику Западной Сибири повлияли древние русские хозяйственные и предпринимательские традиции. Одним из самых распространенных суждений о древней русской хозяйственной культуре является приписывание ей отсутствия практических, деловых установок. Однако в действительности это не так. Еще с древности в русской хозяйственной культуре существовали ориентации на практическую деятельность, рациональное накоп-

ление, обустройство материальной жизни в целом. В XIII веке, с развитием вольного и могущественного торгового города Новгорода, важного центра русской предпринимательской культуры, сотни предприимчивых новгородцев устремились в Западную Сибирь искать драгоценной добычи: мехов, серебра, золота, меди. Добытые из Сибири сокровища новгородцы выгодно сбывали в Европу, тогда еще невежественную и бедную. Тайна могущественного и богатого предпринимательства Новгорода мало освещена в истории. Разгром Новгорода при Иване Грозном послужил причиной бегства большого количества новгородцев от царского гнева и смуты в Западную Сибирь. Можно выдвинуть гипотезу о том, что дух древней деловой культуры Руси проник вместе с его носителями – новгородцами в Западную Сибирь и надолго утвердился в ней.

Базисом для деловых сношений, связывающих Западную Сибирь с европейской Россией, послужили походы Ермака. Во второй половине XVI века за Урал двинулись деловые люди. Частное предпринимательство в Западной Сибири получило в это время сильный толчок. Сибирские товары стали цениться не только непосредственно, но и как выгодный способ расширения внешней торговли с более культурными странами.

Хозяйственные навыки, черты деловой культуры и этики (например, деловитость, предприимчивость, расторопность, изворотливость) привнесли в Западную Сибирь не только русские, но и другие народы. Это, в первую очередь, бухарцы, которые имели самые большие торговые обороты в Сибири и начали заниматься торговлей еще с “Ермакова взятъя”. Они торговали лошадьми, верблюдами, овцами, рогатым скотом, шелком, материями и даже... людьми. Правительство, видя предпринимательские успехи бухарцев, наделяло их привилегиями перед всеми купцами. Многие из бухарцев переселились в сибирские города – Тобольск, Тюмень. Следует отметить, что многие крупные торговцы в Западной Сибири второй половины XIX – начала XX вв. были потомками бухарцев (купцы Сейдуковы, Айтикины, Ченбаевы).

Издавна в Западной Сибири занимались торговлей местные татары. Предметом их торга были в основном меха. Хозяйственный менталитет восточ-

ных народов, в частности бухарцев и татар, оказал большое влияние на деловую культуру и этику сибиряков.

Важной особенностью западносибирской деловой культуры было отсутствие в ней изоляционизма, стремление к культурным связям с другими народами и странами, а также интернационализм.

В самый интернациональный край Сибирь превращала ссылка. Среди сосланных в Западную Сибирь были шведы, участники Северной войны 1700-1721 гг. между Россией и Швецией. В Тобольске проживала 1 тысяча шведов, они учили тоболяков ремеслам, трудовым навыкам. В 60-х годах XIX века в Сибирь было сослано 19 тысяч поляков, участников революционных выступлений первой и второй половин XIX века. И они оставили свой след в деловой культуре Западной Сибири.

С XVIII века заметную часть сосланных в Западную Сибирь составляли “страдальцы за веру” – скопцы, духоборы, старообрядцы.

Однако основу ценностей деловой культуры и этики Западной Сибири составила культура сибирского крестьянства. Из крестьян вышло большинство предпринимателей Западной Сибири.

Природным склонностям крестьянства соответствовала промышленность, развиваемая в Западной Сибири. Так, первое место среди изготавливаемых товаров занимало производство кож и кожевенного товара, сукна и хлопчатобумажных тканей, масла и других продуктов земледелия и животноводства.

Особую роль в формировании деловой культуры и этики играла сибирская крестьянская община. Она выполняла не только экономические функции. Именно она создала самую здоровую предпринимательскую интеллигенцию края. Крестьянская община имела в Сибири большой нравственный авторитет. Она учила крестьян пахать землю, принаравливаясь к сибирским условиям, ассимилировала переселенцев, делилась с ними собственным опытом, так что следующие поколения переселенцев считали себя уже сибиряками.

Сибирская крестьянская община способствовала созданию народного капитализма в Западной Сибири. Общинное устройство жизни оказало домини-

рующее влияние на формирование базовых моральных черт в деловой этике Западной Сибири, таких как стремление к равенству, справедливость, взаимовыручка, забота об общем добре, установка на сочетание коллективизма с тягой к индивидуальному хозяйству, предприимчивость. В свободном течении жизни общины, в общинной энергии и творчестве заключался залог преуспевания местного сибирского населения.

Вместе с тем, нужно назвать отдельные черты крестьянской общины, которые тормозили развитие капитализма, это, например, круговая порука, административно-податная направленность, слабая заинтересованность крестьян в улучшении качества подлежащих переделу участков земли.

Какие же черты и качества жителя Западной Сибири, в первую очередь нравственные, повлияли на формирование в нем деловой культуры? Русский народ, исторически смешавшись в Западной Сибири с представителями других народов, – вогулами, остяками, калмыками, татарами, киргизами, бухарцами и т.д., а также ощущая на себе постоянное бытовое влияние данных народов, не только усвоил некоторые черты их внешности, но и их нравственные особенности.

О деловых свойствах характера сибиряков, в частности их склонности к предприимчивости, говорила еще Екатерина II. Она отмечала, что русские жители Волги, Ярославля, Архангельска, Вологды не имеют ничего общего с сибиряками, ни внешне, ни по характеру. «Люди в России и Сибири, – писала она, – несхожи лицом и ростом. Сибиряки смуглы. На берегах Волги жители белокуры. Ярославские красавицы не имеют никакого сходства с сибирскими женщинами... Жители Ярославля, Архангельска, Вологды трудолюбивы и веселы, новгородцы слывут сутягами, галичане слывут простыми и прямодушными. Сибиряки умны, любознательны, предприимчивы (см. в кн.: Ядринцев Н.М. Сибирь как колония, с.98).

Смешавшись с коренными жителями Сибири, русские люди приобрели не только некоторые черты их внешности, которые вплелись в славянский облик, – темные волосы и глаза, приплюснутый нос, невысокий рост, некоторую коре-

настость, – но и особые черты характера, новые привычки, наклонности, особенности поведения и мировоззрения. Широкая русская натура соединилась в сибиряке с азиатской созерцательностью и деловитостью.

От коренных жителей Сибири русский человек получил в наследство следующие деловые способности: хорошую восприимчивость, чуткость, зоркость, скрытность, осторожность, способность быть “себе на уме”, а также природную даровитость, расторопность, предприимчивость и ум.

Сибиряк, в отличие от жителя европейской России, никогда не был идеалистом. Рассудок в нем всегда преобладал над чувствами. Рассудительность, практичность сибиряка зачастую превышали в нем все остальные качества. Рассудочность и расчетливость сибиряка отражал даже язык, на котором говорила Западная Сибирь. Сибирский диалект немногословен, лаконичен, без характерных для некоторых местностей России прибауток и легкомыслия, он хорошо отражает практическое, рациональное направление мысли сибиряка. Это язык, по выражению исследователя Сибири П.А.Словцова, как бы с “числом” и “весом” (Словцов П.А. Письма из Сибири.).

О практичном, рассудочном направлении мыслей сибиряков говорит и то, что народ в Сибири непоэтичен, немечтателен и очень сдержан в выражении чувств. “Нетрудно наблюдать, что сибиряки носят на себе печать сухости, сдержанности, скрытности чувств, они как бы стыдятся показаться чувствительными. То, что другие не стесняются выражать открыто, они таят, таково их чувство даже к родине, обнаруживать которое они считают предосудительным. Сибиряк предпочтет назваться сухим, практичным, насмешливым, но не простодушным, увлекающимся и открытым... Чувство его запрягано, покрыто какой-то корой, которую надо пробить и растопить”, – писал исследователь Сибири Н.М.Ядринцев (Ядринцев Н.М. Судьба сибирской поэзии, с.422).

Склонность сибиряков к практическому восприятию действительности отразило и отсутствие в сибирском жителе мистицизма, элементов языческого мировоззрения. Сибирская культура не выразила интереса сибиряка к языческим персонажам – лешим, домовым, русалкам и т.д. В таком отношении сибиря-

ряков к “духам” природы отражался их материализм, некоторая утилитарность и практицизм. Так, природа в сознании жителя Сибири не нечто живое, не то, что связано с человеком корнями, а то, из чего можно извлечь практическую, материальную пользу или выгоду.

В отличие от великорусского народа не было в Сибири широкой веры в приметы, суеверия, а также интереса к обряду. Сибиряк был значительно менее религиозным, чем россиянин. Поэтому и различные религии в Сибири прижились и мирно соседствовали.

О том, что сибиряки в своей деятельности руководствовались более своими практическими потребностями и побуждениями, чем традициями и принятыми правилами, говорит и их отношение к вере, на которую сибирский народ смотрел достаточно свободно. “Сибиряки – народ чисто практический, гонящийся за житейским. В монастыри поступают очень редко и особой набожности в них незаметно”, – писал исследователь Западной Сибири И.Завалишин (Завалишин И. Описание Западной Сибири, с. 88).

Исследователи отмечали одну любопытную черту в строительстве в Западной Сибири церковных зданий: под церковными храмами обычно располагались торговые лавки, которые сдавались в аренду, либо амбары. Таким образом, у сибиряков религиозные функции церковей вполне совмещались с функциями житейскими, практическими. Например, в Тюмени при постройке Благовещенской церкви в начале XVIII в. под ней соорудили три казенных амбара.

Важное значение для занятий предпринимательством имели любознательность, живость, смекалка и пытливый ум сибирского жителя. Так, в самых глухих местах Западной Сибири жители, знакомясь с ее исследователями или путешественниками, сначала удивлялись им, но затем высказывали самую живую любознательность. Любопытство и любознательность у сибиряков очень быстро переходили в “переимчивость”. Отсюда масса самородков в Сибири, огромное количество самоучек.

Сибирская любознательность выражалась и в интересе ко всему новому, прогрессивному. Восприимчивость сибирского населения помогала Сибири

легче идти к прогрессу в материальном и культурном отношении, чем европейской России. Быстрое восприятие новых культурных черт, новых промышленных нововведений, новых привычек было характерным для Сибири, нескованной традициями. Всякая новизна, всякое культурное заимствование, если они отвечали характеру сибиряков и “приходились им по нутру”, моментально воспринимались, приживались и использовались массой населения.

Поощряло склонность к формированию деловой культуры и семейное воспитание. Исследователи отмечали, что отцы в Сибири больше любят тех сыновей, которые с ранних лет обнаруживают буржуазные наклонности и приобретательские способности.

Сметка и находчивость сибиряков развили в них деловитость и предприимчивость. Однако следует отметить, что нередко данные качества перерастали в свою противоположность – делячество, хищничество, жадность к наживе. Отсюда происхождение в Сибири таких типов как сибирский кулак и монополист, которые были убеждены, что в мире нет ничего, что нельзя было бы “купить и подкупить”.

Понятие добродетели для сибиряков было также тесно связано с такими нравственными качествами как практичность, бережливость, осуждение мотовства, уважение к чужой собственности.

Следует обратить внимание и на такие моральные качества сибиряков, как готовность к общепольным делам, честность и порядочность. В этом смысле показательны ценные письма из Томска в Тюмень к одной из купчих (А.С.Прасоловой) с вложениями трехсот и двух тысяч рублей. На конвертах отправитель не побоялся написать сумму отправления.

Отразились в сибирской деловой культуре и этике черты сибирского быта: гостеприимство, хлебосољство. Гостеприимство в сибирской этике стояло на одном из первых мест, но не было мотовством, а успешно сочеталось с бережливостью. Не принять гостя или отказаться от приглашения – считалось проявлением глубокого невежества. От гостей и от хозяев требовалось соблюдение учтивости, уважения друг к другу. В Сибири существовала разработан-

ная церемония встречи гостей: гостя зачастую встречали на крыльце, во дворе или даже у ворот. В некоторых случаях при проходах гостей полагалось снабжать их подарками, дарение было широко распространено в сибирском быту. Быть бережливым не означало быть жадным. Щедрость служила средством укрепления престижа человека. Особенно славилась гостеприимством старинные купеческие дома Западной Сибири.

Высокая деловая культура была свойственна старообрядчеству. Известный западный исследователь российской культуры Р.Пайпс в своей книге “Россия при старом режиме” доказывает, что даже в конце XIX – начале XX вв. в России не было развитой деловой культуры и, соответственно, капитализма. Исключение он делает лишь для тех мест страны, где протекала деятельность старообрядцев, иначе староверов или раскольников. По его мнению, лишь русские старообрядцы высказывали самые блестящие деловые способности на поприще торговли и промышленности, а также они “пользовались репутацией самых честных дельцов в России” (Пайпс Р. Россия при старом режиме, с.312).

Раскольниковство зародилось в Сибири во второй половине XVII века. Крупнейшим центром старообрядчества стала Тюмень и ее округа (территории нынешних Исетского и Ялуторовского районов). Среди сибирских старообрядцев оказались богатейшие купеческие фамилии– это тобольские и тюменские купцы Прасоловы, Назимцевы, Аврамовы, Зубаревы, Пятковы, Колмаковы и многие другие.

В условиях “культурного вакуума” сибиряки потянулись к старообрядчеству, которое ориентировало их на такие нравственные качества как вера в свои силы, трудолюбие, расчетливость, здравомыслие, тяга к объединению в общества и ассоциации.

Однако основной и важнейшей причиной тяготения сибиряков к раскольникам было то, что только старообрядцы несли образование и просвещение в сибирскую народную массу. В отличие от представителей высших классов, которых в Сибири было очень немного и которые учились в светских образовательных учреждениях, сибирской народной массе неоткуда было черпать обра-

зование, кроме как у старообрядцев. Сибирский народ долгое время учился от «пастырей и начетчиков», людей грамотных, простых и понятных, которые научились сами, собственным умом дошли до понимания различных «толков» и систем.

Сибирский крестьянин получал в расколе не только своего рода образование, но и вырабатывал культуру, расширял свой кругозор, стремился мыслить, насколько этому содействовало чтение священного писания, других церковных сочинений и даже слушание «толков» об этом. Слушая раскольников, выдвигаемые ими аргументы, сибиряки учились обобщать понятия, делать умозаключения, а соборы (собрания), на которые собирались старообрядцы, приучали сибиряков к умению выражать свои мысли, придавали их уму беглость и смышленность. Велико было и влияние старообрядческой письменности на различные слои населения в Сибири. Старообрядцы охотно брались обучать грамоте всех желающих, используя эту возможность для распространения своего учения. Раскольники обучали грамоте не только детей, но и взрослых, которые сами становились проповедниками старообрядческого мировоззрения.

Старообрядческая книжность, бывшая феноменом народной культуры в Западной Сибири, также имела важное значение для просвещения народных масс. Огромную непревзойденную роль играла собирательная деятельность сибирских старообрядцев. Можно говорить о спасенных ими знаменитых коллекциях книг, икон, о доживших, благодаря им, до сегодняшнего дня древнерусских литературных жанрах. Раскольники и сами создали обширную литературу. Старообрядческие библиотеки, архивы хранились как в купеческих домах, так и в крестьянских избах. Старообрядцы имели большие библиотеки, собрания книг выглядели зачастую внушительно, составляя десятки и даже сотни томов. В основном книги были рукописными.

То, что старообрядцы были долгое время единственными носителями просвещения и грамотности, что в основном они содействовали умственному развитию сибирской крестьянской массы, мы можем найти в воспоминаниях

выдающегося западносибирского предпринимателя, уроженца сибирской деревни Кулакова – Н.М.Чукмалдина.

Очерк Н.М.Чукмалдина “Беглый солдат Скрыпа и мое учение” посвящен этому незаурядному человеку. На восьмом году жизни родители отдали Чукмалдина в обучение к единственному грамотному человеку в деревне – старообрядцу Скрыпе. Бежав с военной службы из-за своих религиозных убеждений, он скрывался в деревне Кулаковой у своего брата. Развитый и умный, Скрыпа пользовался у жителей сибирской деревни огромным авторитетом. Он читал крестьянам книги (духовного содержания), вел беседы на нравственные темы, разрешал споры и т.д. О том, что беглый солдат-старообрядец живет у своего брата в особой избе, знала вся деревня и многие из окрестных жителей Тюмени. Но поймать его никак не могли, потому что все крестьяне старались укрывать его, предупреждая о всяком намеке обыска и поимки. Так прожил этот человек в деревне около 40 лет.

Учительский труд являлся для старика-старовера истинным призванием. При обучении своих деревенских учеников грамоте он проявлял незаурядный педагогический талант. Азбуки, по которым Скрыпа обучал своих учеников, в том числе и Чукмалдина, красиво писались им самим красными и черными буквами “по растре”. На доске натягивались параллельные нитки, сверху клалась бумага, по которой проводилось чем-нибудь гладким. Получался заметный след линеек. На уроках грамоты Скрыпа был терпелив и настойчив по отношению к своим ученикам.

От старика-старовера получали жители деревни, в том числе и будущий предприниматель, нравственные уроки бескорыстия и доброты: “Дома было решено заплатить в четверг за азбуку дедушке Артемию рубль (ассигнацией). В четверг поутру мы с матерью долго молились богу, прежде чем пошли к деду Артемию. Он встретил нас ласково и любовно. И, когда мать выложила ему десять медных гривен за написанную азбуку, старик прямо и решительно отказался принять их.

– Не надо, голубушка. Я знаю, что вы не богаты. Азбуки ведь я не покупал. На эти деньги лучше заведи пареньку валенки. Теперь зима и бегать ему сюда холодно и далеко...” (Чукмалдин Н.М. Мои воспоминания. Ч.1, с.8).

Также жители деревни учились у старика-раскольника поддержке и взаимовыручке: “Все слушали наставника-старообрядца деда Артемия с напряженным вниманием... Какая-то старуха, сидевшая сзади всех, вдруг заплакала и заговорила: “Господи, надо бы молиться и ни о чем не думать, а у меня внучек хворый, и вот согрешила, все о нем думала, чем бы его покормить. Надо бы молочка давать, да нет коровушки, а купить не на что”.

– Экая ты, давно бы мне сказала, – живо вмешался Артемий Степанович.
– Завтра придет ко мне Аграфена Ивановна, и я выпрошу у нее денег на корову. Приходи послезавтра.

Старуха встала и перекрестилась. Слезы потекли у нее из глаз, и она, всхлипывая, говорила: “Спаси-те Бог, дедушка” (там же, с.5).

Скрыпа поддерживал многих, оказывал влияние на всех жителей сибирской деревни от мала до велика. У богатых он просил пособия для бедных, а бедным помогал деньгами, делом, советом. Советы его в деревне считались особенно умными и целесообразными. “Нейдет ли у пахаря соха бороздою – обращается к Артемию Скрыпе, и он ее исправит. Нужен ли совет, когда семья завздорит, идут к его посредничеству, и он, обсудив дело с доводами текстов священного Писания, выскажет свое решение, которое для спорящих сторон считается непреложным. Нужны ли деньги бедняку на покупку лошади, коровы, поправку хилеющей избы, он достанет у своих богатых духовных чад и поможет непременно”, – читаем мы у Н.М.Чукмалдина (там же, с.17).

Нравственные наставления, духовные советы Скрыпа всегда облекал в религиозную оболочку. И взрослые жители деревни, и его маленькие ученики жадно впитывали его наставления и поучения, помнили их всю жизнь. “Блажен муж, иже не идет на совет нечестивых, и на пути грешных не ста, и на седалищи губителей не седе. – Начинается первый псалом. – Учил он маленького

Чукмалдина. – Справедливые слова! Не связывайся с плохими людьми, остерегайся плохих компаний...” (там же, с.5).

Смерть старика Скрыпы была большой утратой для всей деревни. Вся деревня провожала его до места вечного успокоения, проливая слезы как об отце, наставнике и благодетеле всех, кто в нем нуждался. Деревянный памятник под названием “голбчик” без всякой надписи да осьмиконечный крест наверху его долго указывали место дорогой могилы.

Как видно из вышеизложенного, старообрядчество действовало на сибиряков в качестве просвещения, а также единственно правильного способа народной жизни.

Таким образом, подготовку для дальнейшего обращения к другим сферам деятельности, в частности к деловым, получали сибирские крестьяне в старообрядческой среде. Следует обратить внимание, что старообрядцы при всей своей религиозности всегда проявляли выдающуюся смышленность, предприимчивость, деловитость в мирских делах. Старообрядцы не были связаны с государственной службой, они были лишены возможности продвигаться по лестнице табели о рангах. Все это заставляло их мобилизовать способности на тех направлениях, которые зависели от него самого. Вместо политической, инженерной, медицинской или научной деятельности они выбирали предпринимательство и торговые сферы. Это, с одной стороны, помогало им компенсировать их гражданскую неполноценность, а с другой стороны, заставляло развивать невиданную энергию и деловую активность.

Рассматривая старообрядчество, следует обратить внимание на то, что старообрядческие общины возникали в Западной Сибири там, где существовали признаки промышленно-капиталистического развития. Центры сосредоточения торговли и промышленности становились одновременно и центрами староверия, где руководящую роль играли деятели раскола, которые в то же время являлись и ведущими представителями торгово-промышленных слоев. Самые многочисленные и лучшие образцы промышленной деятельности показали сибирские купцы, которые либо вышли из среды старообрядцев, либо ощутили на

себе их большое влияние. Старообрядческое предпринимательство отразило неумную жажду деятельности раскольников (инициативу, предприимчивость, деловитость), их тягу к независимости.

Причину особого трудолюбия и высокой деловой активности старообрядцев некоторые исследователи видят в том, что религиозный раскол произошел в тот момент, когда в русском народе были сильны ожидания близкого пришествия Антихриста и конца света. У гонимых раскольников напряженность этих ожиданий была особенно сильной и породила стремление выделиться из общей массы особым благочестием и твердым соблюдением заповедей. Именно в этом предположительно заключена важная причина деловитости и предприимчивости старообрядцев, впоследствии превратившаяся в устойчивую норму поведения.

Веками держась за старые русские правила, обряды и традиции, старообрядцы создавали нравственные ценности, которые вполне соответствовали духу западного рационализма, но формировались они на иных, по сравнению с Западом, основаниях. Религиозные заповеди старообрядцев создавали мощные условия для экономического процветания Западной Сибири и России.

Известно, что старообрядцы придерживались традиционно-русского способа жизни и мышления. В выборе ответа на вопрос, какими путями должно развиваться общество – либо строиться на исконно русских принципах жизни, либо использовать достижения западной цивилизации и культуры (что особенно касалось экономического развития), старообрядцы придерживались первой точки зрения.

По нашему мнению, ненависть раскольников ко всему иностранному породилась скорее не страхом перед “новинами”, а отстаиванием принципов исконно русской жизни, в которой самостоятельно, без влияния Запада, начинали утверждаться принципы капиталистического развития. Старообрядчество становилось формой протеста нарождающейся русской буржуазии против конкуренции иностранного капитала. Сибирь же была местом, где принципы русского капитализма могли развиваться вширь.

Следует обратить внимание на те моменты деловой этики старообрядцев, содержащиеся в их учении, которые способствовали развитию предпринимательства в старообрядческой среде.

Опираясь на традиции раннего христианства и нормы древней русской народной жизни, старообрядцы главную задачу видели в совершенствовании нравственно-деловых устоев жизни русского общества. Речь шла не только о “практической мудрости”, не просто о правилах житейского поведения, но об этических предписаниях. В основных вопросах старообрядческих проповедей: о соотношении труда и богатства, потребления и воздержания, воспитания и образования, выражался их рационализм. Будучи выходцами из народной среды, старообрядцы пытались проблемы социально-экономического характера разрешить с помощью религиозно-этического воспитания. Деловые отношения в их понимании должны были ориентироваться на определенный нравственно-трудовой порядок, соответствующий русскому укладу жизни.

Раскольники проповедовали идеи практической нравственности, то есть нравственности, неразрывно связанной с практической стороной жизни. Нравственность – это не только рассуждения о душе, а деятельность по претворению в жизнь идеала, имеющего духовный характер. Таким идеалом для старообрядцев был праведный труд.

Труд для раскольников никогда не противостоял другим элементам духовной культуры, а составлял с ними неразрывную целостность. Труд – это добродетель, нравственное деяние, богоугодное дело, но не проклятие. Трудолюбие рассматривалось как высшее выражение духовности. Отсюда резкое осуждение староверами мирских зрелищ как порочного и праздного “времяпрепровождения”. Даже в праздники детей старообрядцев нельзя было встретить праздно бегающими по улицам, а их женщины и в выходные дни сидели дома и занимались мелким ремеслом, домашней работой.

В описании типичного дома крестьянина-старообрядца, сделанном сибирским исследователем П.Головачевым, видно, как многолетний и упорный труд создает крепкое и основательное хозяйство: “Дом старовера представляет

собой “полную чашу”, какая, вероятно, уже и во сне не снится российским крестьянам средней руки: сараи, амбар, прочные заборы, огород, изба с двумя комнатами, крашеные полы, деревянная крашеная мебель, буфетный шкаф с разнообразной посудой, горшки с бальзаминами на окнах ... Медные складни занимают полку в переднем “красном углу”. Между двумя окнами висело множество фотографических карточек степенных, дородных крестьян, родственников хозяев, в солидных длиннополых кафтанах, и не менее степенных матрон в широких платьях, в просторных кофтах старинного покроя или в шальях. Сорок лет трудовой жизни в Сибири создали домовитость и довольство ...” (Головачев П.М. У сибирских староверов и сектантов //Тобольские губернские ведомости, 1896, № 43).

В понуждении к труду у старообрядцев преобладали религиозно-нравственные мотивы (плохо работать – грех; плохая работа будет осуждена мнением общины), а не рациональное мышление, как у протестантов. Идея “богоугодного труда” сочетается у раскольников со строгой хозяйственностью, деловым самообладанием.

Основными формами накопления капиталов у раскольников были воздержание и самоограничение. Старообрядческая среда формировала важнейшие качества, необходимые для делового человека, – умение “считать и копить”. Одним из примеров старообрядческой бережливости является сохранившееся до настоящего времени нежелание сибирских раскольников расставаться со своими вещами, что продолжает считаться грехом. Бережливость и труд рассматривались старообрядцами как важнейшие средства борьбы с бедностью.

Именно русский аскетизм, традиции русского нестяжательства формировали образ жизни и деятельность приверженцев раскола. Они помогали старообрядцам накапливать первоначальный капитал с помощью ежедневного размеренного труда и воздержания, не прибегая к традиционным для некоторых западных капиталистических культур способам ограбления. Теоретическую же основу для формирования мировоззренческой системы, суть которой выража-

лась в аскетизме, старообрядцы находили в заповедях Иоанна Златоуста (IV в. н.э.), труды которого пользовались у раскольников особым уважением.

Аскетизм не только удалял старообрядцев от праздности, но и помогал поддерживать добросовестное отношение к труду, умеренность при пользовании богатством, трезвость.

“Главная секта в Сибири – это раскольники, или староверы, – читаем мы в книге иностранного исследователя Сибири А.Глейнера. – Главная их черта – строгая умеренность и отвращение к нововведениям. Они не пьют ни кофе, ни чаю. Никогда они не курят и не позволяют другим курить в своих домах и даже в своем соседстве. Женщины их поднимают крик, как только почувствуют запах табака. Кроме того, они не едят картофеля и не станут есть за одним столом с иноверцем. Несмотря на такие смешные их обычаи, они пользуются большим уважением. Они всегда трезвы, прилежны, трудолюбивы” (Глейнер А. Сибирь – Америка будущего, с. 8).

Русский аскетизм характеризовал и бытовую культуру старообрядцев, черты которой унаследовали сибирские предприниматели, вышедшие из их среды, – умеренность в еде и одежде, большую опрятность и аккуратность при ведении хозяйства. “Они не пьют и не курят, не бреют бород и усов, едят из своей посуды, не давая ее старообрядцам. Чистота у них в доме образцовая. Дома они строят себе особенно прочные и крепкие. И сами они, благодаря строгой воздержанности жизни, отличаются крепостью, силой и здоровьем”, – писал русский ученый Н.О.Лосский (Лосский Н.О. Характер русского народа /Условия абсолютного добра, с. 337).

Особое место в старообрядческой этике занимало отношение к богатству. Собственность для староверов была, в первую очередь, правом труда, а не капитала. Собираение капитала ради просветительской деятельности, ради нового производства, а не ради наживы, всесторонне одобрялось и приветствовалось старообрядцами. Стяжание же богатства только для своих потребностей, для роскоши, не вписывалось в шкалу их жизненных ценностей.

Ярко выраженные нравственные качества обеспечивали предпринимателю-старообрядцу доверие клиентов, помогали развенчанию легенды о “темных пятнах” его жизни, приведших к накоплению хозяйства.

Важным положением учения раскольников было отношение их к семье как к важному звену христианской морали и гарантии стабильности в обществе. В процессе развития старообрядческого движения произошла трансформация семьи. Во многих сибирских староверческих общинах крепость семьи создавал не христианский обряд, а совместная трудовая деятельность и традиционные для русской жизни патриархальные порядки.

Большую роль при формировании такого явления, как старообрядческий капитализм, сыграли принципы организации старообрядческих общин. При некоторой независимости, замкнутости, автономности религиозного учения раскольники составляли общины с крепкой связью, они стремились к взаимопомощи, взаимовыручке и взаимоподдержке. Следует подчеркнуть, что в отличие от Запада в основе старообрядческого капитализма лежала не конкуренция, а взаимопомощь. Отсюда важной чертой этики старообрядчества была взаимответственность. Бедняки всегда находили у богатых единоверцев приют, средства к труду и жизни. Богатые же купцы-старообрядцы привлекали своими капиталами единомышленников по вере, давали им средства к существованию.

Большое значение у староверов имело взаимодоверие, честность, добросовестность в делах.

Отличие старообрядчества от западного протестантизма заключается в том, что в нем (старообрядчестве) отсутствовала идея индивидуального, избранного спасения. В протестантской литературе очень часто повторяется предостережение – не доверять никому, не полагаться на помощь людей и их дружбу, стремиться к полному духовному одиночеству. Любовь к ближнему в протестантизме – это служение Богу, а не человеку. Для старообрядчества характерен, скорее, персонализм, т.е. раскольник не противопоставлял собственную личность другим, он был более мягким и внимательным по отношению к людям, он был ориентирован на заботу не только о личном достоинстве, но и о

жизни и достоинстве другого. В протестантской этике труд и предпринимательство воспринимаются как долг, но понимается этот долг как индивидуальный поступок, в старообрядческой же культуре – это долг перед другими людьми, перед братьями по вере, перед соотечественниками.

Сдержанность, самообладание, методичность в поведении, уничтожение чувственного наслаждения жизнью, безусловно, сближает старообрядчество с протестантизмом.

Выдающимися западносибирскими предпринимателями второй половины XIX – начала XX веков (многие из которых вышли из среды старообрядцев) были: СИДОРОВ М.К. – ревнитель Севера, своим упорством проложивший морской торговый путь по Карскому морю в устье сибирских рек Оби и Енисея;

СИБИРЯКОВ А.М. – человек с международным авторитетом, покровитель полярных экспедиций, мечтавший соединить бассейны двух великих рек – европейской Печоры и сибирской Оби, пытавшийся установить морское сообщение между портами Европы и устьем Енисея, построивший тракт через горы, служивший для поставки сибирского хлеба в Европу;

МАШАРОВ Н.Д. – основатель чугунолитейного завода в Тюмени;

ТЕКУТЬЕВ А.И., построивший для Тюмени театр, Спасскую церковь, бесплатную библиотеку, основавший ремесленное училище, городское приходское училище, городскую больницу, кладбище, Спасский сад и т.д.;

КОЛОКОЛЬНИКОВ И.П. – основатель судостроительного завода в Тюмени, построивший коммерческое училище, искусственный парк с прудом;

ШЕШУКОВ К.К., построивший здание для Знаменского мужского ремесленного училища, здание женского училищ;

ПОДАРУЕВ П.И. – крупный золотопромышленник, основатель конного завода в Тюмени, ипподрома, реального училища;

КОЛМОГОРОВ Ф. – владелец кожевенного завода в Тюмени, муж известной Тюменской писательницы Н.Лухмановой, написавшей о Тюмени серию очерков “В глухих местах”, основатель Вознесенской заречной школы;

ЧУКМАЛДИН Н.М. – инициатор многих благотворительных и просветительных начинаний, человек, обладавший высокими литературными способностями, в уникальных книгах которого отражен дух западносибирского купечества;

ИГНАТОВ И. – пароходовладелец, основатель судостроительного завода близ Тюмени, Народного училища в Тюмени и бесплатной публичной библиотеки при нем;

Купеческие фамилии ЖЕРНАКОВЫХ, КОЛМАКОВЫХ, ШУВАЛОВЫХ, ТРУСОВЫХ, АНДРЕЕВЫХ, РОССОШНЫХ, ДАВЫДОВСКИХ, ВЯТКИНЫХ, КОПЫЛОВЫХ и др. – создатели торговой Сибири, стараниями которых строились учебные заведения, больницы, приюты и многие другие.

Главной экономической опорой западносибирской буржуазии были такие нравственные качества, как активность, деловитость, предприимчивость, практичность, инициативность, умение рисковать, стремление к успеху.

Большинство из названных западносибирских предпринимателей вышло из крестьян, иначе говоря, крестьянская духовность и нравственность питала западносибирское предпринимательство. Названные предприниматели старались поддерживать в среде своих подчиненных и домашних такой моральный климат, который соответствовал бы нравственным ценностям сибирского народа. Лучшими в их понимании нравственными чертами были трудовые навыки, привитые молодому поколению с детства, любовь к труду, долг, твердость в выполнении взятых на себя обязательств.

Трудолюбие воспитывалось в семьях сибирских предпринимателей с малых лет. Трудовое воспитание органично входило в семейную жизнь и хозяйственную деятельность. Купеческие дети, а также дети крестьян с детского возраста приучались к ремеслу и рукоделию. Шестнадцатилетний мальчик был в Западной Сибири уже исправным торговцем, он хорошо умел привлечь покупателя, продать, купить и рассчитать в больших суммах (Завалишин И. Описание Западной Сибири, с.220).

Приемы трудового воспитания в семьях предпринимателей чаще всего вполне отвечали народной морали и педагогике. Мальчиков начинали приучать к работе с 6-9 лет, девочек немногим позже. Сибиряки гордились детьми, успешно постигающими весь хозяйственный “обиход”. “На четырнадцатом году, – вспоминал о своем детстве Чукмалдин, – я уже мог соорудить простые хрясла от начала и до конца. Артист-ремесленник, мой дядя Никифор, и тот даже, глядя на мою работу, подчас меня хвалил и говорил: “Ну, брат Николаха, мастер же ты будешь, когда вырастешь” (там же, с.60). . Резко осуждались лень, неумелое или недобросовестное отношение к труду.

Важными нравственными чертами сибирских предпринимателей, соответствующими моральным установкам сибирского народа, были честность, чувство личного достоинства и чести, верность данному слову, забота о репутации.

Честь человека зависела от репутации рода. Мало было самому не иметь никаких пороков, но следовало еще и происходить от честных родителей. Наряду с репутацией отдельного предпринимателя, формировалась репутация семейных купеческих кланов, переходившая нередко из поколения в поколение. Так, особым уважением в Западной Сибири пользовались купцы Колокольниковы, Россошные, Колмаковы, Собенниковы, Жернаковы, Шуваловы, Вяткины и другие. Названные ценности деловой морали имели двойное значение. Нравственность купеческих семейств говорила о коммерческой солидности, благонадежности. Однако нравственные качества означали также деловые выгоды, т.к. обладать ими было достойно и полезно.

Предприниматели Западной Сибири ценили стойкие родственные отношения, согласие в семьях. Брать жен они предпочитали в основном из семей своего же сословия, в результате чего поднимался авторитет мужа, а от родственных отношений укреплялись коммерческие связи.

Среди нравственных ценностей, свойственных западносибирским предпринимателям, следует назвать и развитое у сибиряков стремление к взаимопо-

мощи и взаимоподдержке, отзывчивость. Сибиряки-купцы стремились к корпоративности, к объединению в товарищества, в общества, землячества.

Безусловно, к нравственной заслуге предпринимателей Сибири нужно отнести их заботу о современниках, о благоустройстве родных городов и родного края.

С названными выше моральными ценностями смыкаются те, что связываются с благотворительностью и являются характерными для всей русской культуры – помочь, пособить неимущим, обездоленным и убогим. Благотворительность и меценатство выступали формами социальной ответственности предпринимателей. Анализ западносибирской предпринимательской благотворительности позволяет выделить следующие ее мотивы. Мотив сострадания, заключающийся в следовании русской народной традиции; отказ в милосердии – вызов окружающим и общепринятому. Нравственный мотив – содействовать возвращению человеческого достоинства. Мотив искупления, особенно важный для делового человека, цель которого в обретении собственного равновесия, “очищении души”. Религиозный мотив и, наконец, мотив престижа и социального признания, связанный с социальным стимулированием частной благотворительности (обнародованием пожертвований, присвоением звания “потомственного почетного гражданина”, привлечением на престижную государственную службу). Сибирские предприниматели вкладывали значительные средства в богадельни, приюты, ночлежки, помогали милостыней нищим, ссыльным, арестантам, собирали средства в поддержку семей осужденных. Старшее поколение купцов оказывало бескорыстную помощь ссыльным декабристам

Религиозная народная этика, вера, желание, чтобы люди жили в соответствии с заповедями Бога, вызывали пожертвования предпринимателей на церкви и монастыри.

Этика патриотического служения заставляла западносибирских предпринимателей служить России, бороться за открытие морского пути из Сибири - по Северному Ледовитому океану - в Россию и Европу, проектировать и создавать

каналы Таз - Турухан и Карское море - Обь, проводить работу по соединению каналами рек для создания единой системы водоснабжения, строить водно-сухопутную дорогу от Оби до Печоры, железную дорогу Екатеринбург-Омск, проектировать будущие железнодорожные пути для соединения российских рынков. Благодаря поддержке и средствам предпринимателей, получила развитие сибирская наука: был создан первый в Сибири университет, организованы и профинансированы научно-исследовательские экспедиции (Н.Норденшельда, Х.Даля, А.В.Григорьева, Бременского общества полярных исследований и др.). Оказывая поддержку любой инициативе в развитии науки, купечество выделяло средства на премии для исследователей, организацию научных выставок, издание научных трудов, поддержку преподавателей, учреждение стипендий и т.д. Купечеству Западной Сибири принадлежит заслуга в создании библиотек, музеев и типографий. Способствовала просвещению народа и торговля книгами. Впечатляющим подтверждением купеческой культуры служили домашние библиотеки сибирских предпринимателей. Именно западносибирские предприниматели демонстрировали в русской деловой этике мораль национального служения и ответственности.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX – начала XX вв.: имена, биографии, судьбы. Тюмень: ТюмГУ, 2002.
3. Глейнер А. Сибирь – Америка будущего. Киев, 1906.
4. Головачев П.М. У сибирских староверов и сектантов //Тобольские губернские ведомости, 1896, № 43.
5. Завалишин И. Описание Западной Сибири. М., 1862.
6. Лосский Н.О. Характер русского народа /Условия абсолютного добра. М.: Полит. лит-ра, 1991.
7. Пайпс Р. Россия при старом режиме/ Пер. с англ. М.: Независимая газета, 1993.
8. Словцов П.А. Письма из Сибири. М., 1828.

9. Чукмалдин Н. Мои воспоминания: Ч. I. СПб., 1899.
10. Ядринцев Н.М. Сибирь как колония. СПб., 1881.
11. Ядринцев Н.М. Судьба сибирской поэзии // Сб. науч. и литератур. статей о Сибири и Азиатском Востоке. СПб., 1885.

Глава 6. Российская деловая этика в современном мире

Современная российская деловая этика: проблемы и противоречия. Отражение российской деловой этики в средствах СМИ. Наука о современной деловой культуре и этике в России. Деловой человек современной России. Российская деловая этика глазами иностранцев. Российская деловая этика в границах этики прав человека. Нравственные принципы ведения дел в России.

Противоречивость экономических, социальных и культурных процессов в российском обществе самым непосредственным образом отразилась на российской деловой культуре и этике, которые представляют собой сегодня достаточно сложный сплав. Это остатки дореволюционных традиций, правила, выработанные в советский период, а также новые нормы поведения, возникшие после перестройки 90-х годов. Российская деловая культура и этика сложились под влиянием таких основных источников, как собственные «пробы и ошибки», контакты с зарубежными партнерами и теневая экономика.

Деловая культура и этика сегодня реально присутствуют в индивидуальном, групповом и общественном сознании, в российском менталитете, привычках, системах ценностей, а также в деятельности людей. Огромную роль в функционировании деловой культуры и этики играют социальные стереотипы, образы деловых людей, в которых персонифицируются, обретают облик живых персонажей, важнейшие нравственные принципы. Образы деловых людей являются, одновременно, и самым наглядным материалом для иллюстрации современного состояния российской деловой культуры и этики.

«Школа рынка» породила уличных, лоточных, палаточных торговцев, коммерческих посредников, разъездных коммивояжеров – «челноков». Возникают такие неизвестные нам ранее виды деятелей, занимающиеся торговлей деньгами, манипулированием ценными бумагами. Формируются рантье, живущие на проценты с денежного или вещного капитала. Возникают предприниматели-чиновники, переводящие торговлю разрешениями или подписями на регулярную (профессиональную) основу.

В ходе реформ, вместе с появлением представителей малого и среднего бизнеса, возникла и группа крупного предпринимательства. Среди них выделяются хорошо обеспеченные по западным стандартам люди, являющие классические образцы престижного (демонстративного) потребления.

В стране появились созданные этими людьми новые потребительские стандарты: выстроенное по европейским меркам жилье, дорогие машины-иномарки, коттеджи, просторные летние дома, высококачественные импортные товары, отдых за границей, образование детей в дорогих школах за рубежом. Копируются образцы потребления, приписываемые высшим и средним слоям, на Западе. Понятие «новые русские», кроме сниженного, анекдотического оттенка, стало обозначать и новый западнический стиль жизни, новое сообщество потребления. Войти в это сообщество могут далеко не все, а только несколько процентов населения. Но это сообщество - жизненный ориентир для других групп российского населения.

Бизнес в стране продолжает граничить с преступностью и «теневой» культурой. Нужно отметить, что данная культура представляет собой воплощение контркультуры, которая тяготеет любыми устойчивыми ценностями, в первую очередь моральными.

Для теневого бизнеса характерны нарушения законодательства, похищение денег, составление фиктивных документов о праве собственности, взятки, бандитизм. С середины 90-х годов преступный мир с примитивного «рэкета» переориентировался на нефтяной бизнес, который превратился в зону повышенного риска для предпринимателей. Награбленные деньги стали вкладываться в легальные коммерческие структуры, в недвижимость.

В настоящее время внимание общественности продолжает быть прикованным к уголовным делам ряда компаний, таких например как «ЮКОС». Сотрудники данной компании, созданной М.Ходорковским и П.Лебедевым, обвиняются в мошенничестве, лжепредпринимательстве и отмывании денег. Компания воровала гигантские денежные суммы в основном через подставные фирмы, которые были зарегистрированы в зонах со льготным налогообложением.

ем, благодаря чему с прибыли, аккумулируемой на счетах, практически не взимались налоги. Сделки проводились лишь на бумаге, создавались особые схемы для отмывания выводимых из России ворованных денег, разрабатывались секретные схемы денежных переводов. Для «ЮКОСа» было создано около 30 офшорных компаний в местах «налогового рая» планеты (через подставные офшорные зарубежные компании руководством «ЮКОС» было выведено из России 5 млрд. 976 млн. 029 тыс. 300, 36 долларов). Миллионные суммы в валюте выплачивались сотрудникам «ЮКОС» без уплаты налогов.

Легализация и отмывание денежных средств «ЮКОСа», по данным следствия, происходила через созданные подставные компании, такие как «Coastmill Menagement Limited», «Silkmillenium Trading & Investment Limited», «Hicksville Menagement Limited», «Glenoas Investment Limited, «Dansley Limited» и «Nassaubridge Menagement Limited» и многие другие. Создавались и подставные фирмы, на счета которых переводилась прибыль подставных предприятий.

Из похищенных средств, как установлено следствием, сотрудникам и акционерам компании выплачивались премиальные под видом консультационных и исследовательских услуг без обложения налогами. Отмытые деньги получали в виде зарплаты и бонусов многочисленные посредники и обслуживающие лица.

Сотрудниками «ЮКОС» совершено также множество тяжких преступлений (среди них убийства Корнеевой, мэра города Нефтеюганска Петухова, покушение на Колесова, два покушения на убийство Рыбина, разбойное нападение на семью Каплиевых и др.).

В настоящее время борьба криминальных структур за влияние в экономике страны еще не закончена. Можно привести в пример убийства бизнесменов, работавших с тюменской нефтью и в начале 2000-х годов. Карьера нефтяных предпринимателей достаточно проста: доступ к власти, постоянные приезды в российскую столицу, затем проживание в ней, а потом смерть от руки наемного убийцы. Убийства нефтяных бизнесменов в большинстве относятся к

нераскрытым преступлениям. Пресса говорит о сопутствующих убийствам махинациях с нефтью, связях нефтяного бизнеса с продажей наркотиков, “накручиваниях” сверхприбылей на перепродажу нефти, вывозах нефти на экспорт без уплаты таможенных сборов и т.д. (в пример можно привести случаи разных лет: трагическую судьбу членов компании “Нижневартовскнефтегаз”, покушение на председателя правления крупнейшего в регионе “Запсибкомбанка” Л. Гринфельда, тяжелое ранение президента Тюменской нефтяной компании Ю. Вершинина, загадочную гибель вице-губернатора С.Мартынушкина. Генеральные директора и президенты нефтедобывающих объединений и компаний и сегодня находятся не в безопасности).

Одновременно ряд социально-профессиональных групп находятся в стране в «подвешенном» состоянии. Им трудно сегодня проявлять деловую активность. Это относится к ученым, врачам, учителям, преподавателям вузов, инженерам, сельским труженикам. Это те, кто имеет узкую квалификацию; кто потерял работу или находится перед угрозой ее потери; кто живет в полуразрушенной деревне или поселке, где закрыто единственное предприятие, которое давало работу жителям; кто вынужден был бежать из «горячей точки» и превратился в полуэмигранта. Состояние безработного, беженца, бедняка, бомжа связаны с новыми формами российской жизни, принять которые вчерашнему советскому деловому человеку очень непросто.

Если попытаться реконструировать в целом российскую деловую культуру и этику по средствам СМИ, например с помощью радио и телевидения, то можно установить следующее:

1. Деловой культуре и этике по сравнению с другими темами в настоящее время уделяется крайне мало внимания. Деловую культуру из общего объема затрагивают не более 8 -10% передач.

2. Информация, содержащаяся в передачах радио и телевидения и касающаяся деловой культуры и этики, крайне фрагментарна и бессистемна.

3. В радио и телепередачах практически отсутствуют истории успеха, рассказы как конкретно можно преуспеть на деловом поприще. Аналогом таких историй в советский период могут рассматриваться рассказы о передовиках производства, сельского хозяйства и др.

4. Негативный образ делового человека преобладает над позитивным. Позитивный же образ обычно возникает только в связи с рекламой какого-либо предпринимателя, продающего свой товар или желающего стать политиком, т.е. преследующего личные цели.

5. Деловой человек ассоциируется в основном с заказными убийствами (либо как жертва, либо как заказчик), громкими аферами, «пирамидами», жульничеством, скандальным поведением. Он преподносится на фоне откровенно демонстрируемой роскоши, отдыха на фешенебельных курортах мира, личной вилле.

«Жулик», «олигарх», «лицемерный политик», «бандит» – вот набор ролей, в которых выступает деловой человек в средствах СМИ. Легко понять отношение к деловому человеку российских людей, особенно тех, кто живет у черты бедности. В теле и радиопередачах совершенно отсутствуют моменты, которые составляют суть мировой деловой культуры и этики: быть хозяином своей судьбы, воплощать в жизнь свои идеи, быть творцом.

Наибольшую опасность для успешного развития норм деловой культуры и этики представляет то, что формируется ложное представление о деловой (например, предпринимательской) деятельности, о ее реальных сложностях, проблемах, законных способах ее осуществления. Формируется циничное отношение к нравственным принципам вообще в сфере деловой активности, фактически пропагандируется криминальная идеология, и, тем самым, происходит моральная дезориентация начинающих деловых людей и предпринимателей.

Сами деловые люди мало участвуют в создании своего положительного образа. Тогда как в развитых странах этому уделяется огромное влияние. Например, влиятельные американские организации – «Круглый стол бизнеса»

и «Национальная организация промышленников» - имеют специальные программы по созданию позитивного образа делового человека. Они пропагандируют такие нравственные качества как чувство социальной ответственности, патриотизм, стремление вести дела честно и на высоком профессиональном уровне, заботу о природе и будущих поколениях, неприятие всего, что связано с коррупцией, жульничеством и аферами.

Следует отметить, что до сих пор неоднозначно отношение всего российского общества к деловым людям, а, в частности, к предпринимательству.

Однако опросы школьников фиксируют, что профессии банкира, финансиста, предпринимателя, бизнесмена, менеджера по шкале престижа уступают лишь немногим профессиям. Таким образом, репутация делового мира еще не окончательно испорчена.

Как же выглядят российская деловая культура и деловая этика в научных исследованиях?

Ученые отмечают, что современная Россия переживает период статусной неопределенности. Престижно то, что связано с высоким заработком, доходом, солидным и быстрым материальным вознаграждением. На передний план выдвигаются такие способности как «умение вертеться», находить нужные связи и места, зарабатывать. Одновременно в оценке населения пошли вниз ценности, связанные с добросовестным трудом, трудолюбием.

Отпечаток своего времени несут в особенностях своей идеологии и сознания, нравственных нормах поведения и российские деловые люди.

Современный «типичный» деловой человек России это в большинстве мужчины (женщины составляют от 15 до 30% в зависимости от сферы деятельности). Его возраст колеблется от 36 до 45 лет (женщины – от 40 до 50 лет). Его образование, как правило, высшее, около 10% деловых людей имеют ученую степень. Самой массовой этнической группой являются русские.

В исследованиях российских ученых Т.Заславской, В.Радаева, П.Шихирева и др. современный российский деловой человек вышел из следующих своих прототипов: 1. «**Фарцовщика**», который еще со школы подрабатывал добычей и перепродажей дефицита. Перестройка позволила ему применить свои способности в торгово-посреднической деятельности; 2.«**Комсомольца**», который начинал как активист, затем был освобожденным работником комсомольской организации. Через некоторое время основал совместное предприятие. Деловит, коммуникабелен, гибок в принятии решений; 3. «**Инженера**», работавшего инженером на предприятии, которое покинул из-за бесперспективности ситуации, начавшего дело с нуля, но попавшего в «нужную струю». Стал заниматься мелким производством, затем перед лицом экономических трудностей переключился на торговые и посреднические операции; 4. «**Красного директора**», человека старшего возраста, начавшего специалистом, затем доросшего до руководящего поста. Используя этот пост, конвертировал часть государственных ресурсов в негосударственную собственность. Продолжает в принципе заниматься прежним делом. Знаток производства, имеет хорошие личные связи. Технократ по образованию, стилю мышления и действиям, хотя сегодняшняя жизнь заставляет его заниматься финансовыми и коммерческими вопросами; 5.«**Директора современного государственного предприятия**», который приватизировал предприятие и управляет им, но не несет ответственности за свои решения ни перед сотрудниками, ни перед государством, ни перед обществом. Отсюда возникают ситуации, когда директор процветает и благоденствует, в то время как его дело хиреет, а работники месяцами не получают мизерную зарплату (во много раз меньшую, чем у директора), установленную им самим.

Формирование слоя деловых людей, в частности предпринимателей, в стране шло «волнами». Так, первая волна (1986-1988 гг.) характеризовалась высокой степенью политического и уголовного риска. Бизнес тогда привлекал энтузиастов и маргиналов, которые стремились выскочить из застывших государственных структур. Здесь испытывали силы те, кто имел отношение к нефор-

мальной и теневой экономике. В этот же период начали свою деловую деятельность лидеры комсомольских и молодежных организаций. Они обладали навыками работы с людьми, лидерскими свойствами и необходимыми амбициями.

Вторая волна (1989-1990 гг.) вовлекла в ряды деловых людей группы образованных специалистов, руководителей среднего звена или рядовых. В это же время появились совместные предприятия власти и капитала, создаваемые представителями партийных органов, министерств и ведомств, руководителями государственных организаций. Это было время, когда «миллионеров назначали».

Третья волна (1991-1993 гг.) наиболее пестра и разнородна. В этот период происходит бурное развитие торгово-посреднических и финансово-кредитных структур. Эту волну отличает готовность к риску, азарт и жажда быстрого обогащения.

Четвертая волна (1994-1998 гг.) – стадия массовой приватизации крупных и средних предприятий. Она вновь выдвигает на первый план представителей системы управления государственными предприятиями, которым удалось отстоять свое положение в конкуренции и сохранить свое положение после приватизации. Экономический кризис 1998 г. подверг российских деловых людей проверке на прочность. Многие из них разорились, другие получили возможность расширить свое влияние за счет разорившихся.

Пятая волна (1998 г. – до настоящего времени) связана с развитием в деловой сфере страны активности, предприимчивости, а также появлением в России и за рубежом значительного слоя подготовленных профессионалов. Среди них немало олигархов - владельцев крупных незаконно и полузаконно собранных во время реформ капиталов, сумевших легализоваться. Укрепление этой группы знаменует собой этап обратной конвертации капитала во власть.

Следует обратить внимание, что для российской деловой культуры и этики во все времена важную роль играли отношения с властью. Власть является объектом непрекращающейся критики и современных деловых людей. На пер-

вое место среди незаконных хозяйственных действий власти традиционно ставится коррупция. Так, до 90% мелких предпринимателей отмечают факты вымогательства со стороны чиновников. Сложилась даже своеобразная классификация способов ограбления предпринимателей: «мздоимство» – взимание платы за дополнительные бюрократические услуги; «лихоимство» – взимание платы за выполнение положенных обязанностей; «вымогательство» – взимание платы за преодоление искусственно созданных самим же чиновником препятствий. По оценкам специалистов в настоящее время от 35 до 45% прибыли мелкий бизнес должен тратить на подкуп чиновников. В российской практике главной целью чиновников является – заставить деловых людей делиться, но не государством и обществом, а с ними лично. Главная цель предпринимателей – «оставлять себе» как можно больше.

Сама система законодательства, регулирующего хозяйственную деятельность такова, что потенциально каждый предприниматель может быть обвинен в каком-либо нарушении законов, либо по причине их незнания (законы меняются быстро, непредсказуемо и часто противоречат друг другу), либо их невыполнения (если буквально следовать законам, то предприятие должно разориться).

Важным элементом российской деловой культуры является несоблюдение законов. Однако это происходит не по причине какой-то «врожденной испорченности», а потому что современные законы несовершенны и противоречивы, а также существенно ущемляют интересы деловых людей.

Беспомощность власти, а также алчность, безнаказанность некоторых ее представителей ведут к криминальным способам надзора за выполнением деловых обязательств, угрозам, применению силы, либо принуждению с помощью неформальных рычагов влияния, т.е. связей в государственном аппарате и деловой среде.

Однако современная российская деловая специфика такова, что предпринимательство не может обойтись без государства. Сегодня предприниматели и

чиновники являют собой пример взаимодополняющих групп, где одна группа немислима без другой. Вопрос лишь в том насколько оптимально складываются их отношения для общества и населения в целом.

Напряженные отношения с властью отражаются и на отношении деловых людей к традиционной для России благотворительности. Сегодня это отношение весьма сдержанное. Причиной является, в первую очередь, налоговое законодательство, не поощряющее частную благотворительность. Кроме того, благотворительные траты привлекают внимание как государства, так и бандитов.

Несмотря на это, предпринимательская благотворительность все же существует. На первый план выдвигается помощь детям, поддержка обеспеченных и нетрудоспособных, развитие медицинских и культурных услуг. Однако имеет место и «залихватская» благотворительность, когда огромные суммы денег растрачиваются на разовые акции (например, конкурсы красоты) без какой-либо серьезной цели. Существует и вынужденная благотворительность, когда местные власти заставляют деловых людей выделять средства на социальную сферу и коммунальное хозяйство.

В обстановке нестабильности, непредсказуемого поведения государства сложилась и весьма специфическая этика деловых отношений.

Одной из наиболее острых этических проблем является необязательность в выполнении договоров. Большинство деловых людей жалуются на нарушение партнерами деловых обязательств.

Другой проблемой выступает опора российского делового человека в отличие от большинства западных стран - на «своих», а не на «на чужих». Постоянное балансирование на грани закона требует от деловых людей доверительных отношений. Деловые люди редко имеют дело с совершенно незнакомыми людьми. Большинство из них предпочитает привлекать родственников, друзей, знакомых и на этой основе формировать свою «команду». Привлечение «своих» способствует укреплению традиционного докапиталистического типа

управления людьми, когда руководитель проявляет «отеческую заботу» о подчиненных в виде неформальной помощи, льгот и поблажек.

Рабочий день деловых людей достигает 11 часов в день при шестидневной рабочей неделе. Эта поглощенность работой вызвана как обычной для деловых людей всего мира мотивацией, так и недостатками организации труда. Традиционно в России хозяин вынужден был вникать во все мелочи и не умел делегировать свои управленческие функции и полномочия. Однако для российского делового человека характерна, вместе с тем, высокая адаптивность, быстрое нахождение решения в затруднительной ситуации, изобретательность.

Портрет российского делового человека можно завершить, указанием на еще некоторые отличительные черты, отмеченные исследователями, это, например:

подчеркнутое уважение к зарубежным партнерам, которые рассматриваются как символ престижа и признания;

относительно слабо выраженная религиозность;

высокий престиж образования, особенно когда речь идет об образовании для детей;

множественность «деловых этик», необходимых для отношений с партнерами, клиентами, чиновниками и подчиненными.

Говоря о мотивации деловой деятельности в России, следует отметить, что она сильно отличается от мотивации на Западе. Для российских деловых людей рынок стал своеобразным видом спорта, где они реализуют свою потребность в борьбе, стремление к победе и готовность доказать свое превосходство над другими. Если использовать термин американского социолога М.Маккоби, российский деловой человек – это классический тип «человека джунглей», выражающего стремление к доминированию, инициативность, уверенность в себе, а также «человека-игрока», главный интерес которого заключается в решении новых, нестандартных проблем. У деловых людей в России

намечается, но пока еще недостаточно выражена, мотивация «человека - творца», самореализующегося, творчески решающего деловые проблемы, а также «человека - гражданина», выполняющего гражданский, патриотический долг перед своей страной и народом.

Изучение жизненных ценностей российских деловых людей показывает, что на первое место для себя они ставят здоровье, семью, материальную обеспеченность, свободу, работу и честность.

В настоящее время существует множество работ, по которым можно реконструировать образы современного российского делового человека. Например, Р. Льюис в своей книге «Деловые культуры в международном бизнесе» собрал сведения о деловых людях России глазами иностранцев. Вот его советы западным бизнесменам, которые будут иметь дело с русскими деловыми людьми:

Если у вас на руках «козыри», не злоупотребляйте ими. Русские – гордые люди, их нельзя унижать.

Они не так сильно заинтересованы в деньгах, как вы, поэтому легче, чем вы, готовы отказаться от сделки.

Вы можете основывать свои решения на фактах, которые для вас нейтральны, а у них они вызывают эмоции.

Они больше ориентированы на людей, чем на дело. Постарайтесь им понравиться.

Если вам это удастся, они будут подговаривать вас «обмануть» систему. Они больше вашего не любят жесткие инструкции. В этом отношении они очень похожи на итальянцев.

Как можно чаще показывайте свое недоверие к слепой власти или чрезмерной бюрократии.

С самого начала окажите им услугу, но покажите, что это делается не из-за вашей слабости. Такая услуга должна быть обращена больше к человеку, чем к обсуждаемому делу.

Не нужно слишком поддаваться воздействию их театральности и эмоциональности, однако вы должны показать свою симпатию к человеческим аспектам переговоров.

Проявляя свою твердость, обозначьте и свою доброту.

Они действуют в основном коллективно, поэтому не выделяйте кого-либо особо. Зависть к чужому успеху – это тоже характерная черта русского характера.

Выпивайте с ними между встречами, если можете. Это один из самых легких способов «навести мосты».

Они предпочитают выпивать сидя и часто произносят тосты и короткие речи.

Они любят похвалу, особенно если это связано с достижениями России в технологии, а также крупными успехами русского искусства.

Они чувствительно относятся к разговорам о войне, считая, что Россия вела большинство войн, обороняясь от агрессивных соседей. Им неизвестна ваша версия исторических событий.

К Америке они относятся подозрительно с примесью нескрываемого восхищения.

Они любят своих детей больше, чем многие из нас. Обменяться с ними фотографиями детей – прекрасный способ установить контакт.

Они уважают стариков и презирают отношение американцев к пожилым людям. В жестком российском окружении любовь семьи была зачастую единственно прочной формой богатства. Продемонстрируйте, если это уместно, привязанность к собственной семье.

Покажите себя с человеческой стороны – свои чувства, надежды, устремления и т.п. Их намного больше интересуют ваши личные цели, чем коммерческие.

Во время делового обсуждения они расставляют приоритеты в таком порядке: личные взаимоотношения, возможность заработать.

Они часто выглядят возбужденными, но хорошо владеют собой. Смесь элементов Востока и Запада в их характере часто напоминает раздвоение личности у шизофреников. Пусть вас это не сбивает с толку, когда надо, всегда проявится и другая сторона.

В их истории никогда не было развитой демократии, потому не ждите, что они автоматически станут справедливыми, беспристрастными и открытыми для прямой дискуссии. В этом отношении разумно будет показать им, что вы думаете об этих понятиях и почему они, в сущности, вас мотивируют.

Такие термины как «демократичный», «честная игра», «прибыль», «оборот», «движение денежных средств», «общественные связи» и «неформальные отношения», мало что значат для них на любом языке, поэтому пользуйтесь ими осторожно.

Они любят говорить, что понимают, хотя на самом деле это не так, а также стараются говорить то, что, по их мнению, от вас хотят услышать (восточная привычка), Поэтому не воспринимайте все сказанное или услышанное на веру.

Ко всему, что вы представляете как официальную директиву или инструкцию, они будут относиться недоверчиво. То, что вы подаете как личную рекомендацию, они приветствуют.

К слишком высоким прибылям они относятся как к незаконным. Не жадничайте ни по отношению к себе, ни по отношению к ним.

Русские по своей сущности консервативны и нелегко принимают изменения. Представляйте им свои новые идеи не спеша, не нажимайте на них поначалу.

Русские часто «подталкивают» вас и понимают, когда с ними поступают так же, но они протестуют, когда чувствуют, что давление становится слишком сильным.

Еще надо посмотреть, насколько они смогут рисковать в условиях свободного рынка.

Инакомыслие в целом пользуется у них популярностью, так как исторически безопасным для них было групповое, конформное поведение. Не старайтесь отделить россиянина от его «группы», какой бы она не была.

Решение о том, что правильно и что неправильно, по представлению многих россиян, определяется чувствами большинства, а не законом.

У русских очень развито чувство ностальгии – настоящее не имеет власти над их мышлением, как это может быть, например, у многих американцев и австралийцев.

Они любят поговорить. Не задумываясь, раскройте перед ними свою душу. Они, как и немцы, обожают поговорить по душам

То, чего они добились в своей стране, достигнуто главным образом с помощью личных отношений: ты – мне, я – тебе. Они не ждут никакой помощи от чиновников.

Как и немцы, они приходят на встречу без улыбки. Как и немцев, их можно «растопить» проявлением взаимопомощи и искренности.

Когда они дотрагиваются до собеседника во время разговора, это признак доверия (Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию, с. 323-325)

Следует отметить, что деловой человек в нынешних российских условиях подвергается огромным морально-психологическим и информационным перегрузкам. Его труд связан не только с теми опасностями, которые хорошо известны на Западе – вечное беспокойство, нервные срывы – но и со смертельными угрозами со стороны мафиозных структур, с угрозами финансового ограб-

ления и банкротства со стороны рэкетиров, налоговых органов своего государства, с угрозами разорения со стороны конкурентов и недобросовестных партнеров.

Однако не существует иной перспективы, кроме как выстраивать шаг за шагом российский деловой мир на этической почве, общей для всего мира. Такой почвой является этика прав человека, пронизывающая современную культуру, политику, экономику. В экстремальных условиях потребность человека в верной ориентации становится еще более насущной, поскольку ему необходимо выжить и не потерять уважение к себе.

Уникальность ситуации перехода России к рыночному хозяйству требует особого напряжения нравственных сил всего народа и каждого человека, требует такого «оптимизма отчаяния», который переведет россиян из атмосферы растерянности в атмосферу уважения человечности, уверенности в себе, делового доверия.

Желая оставить в памяти будущих поколений благородный образ российского делового человека постсоветской эпохи, следует призвать деловых людей к утверждению следующих нравственных принципов ведения дел в России:

Принципы личности

Прибыль дороже всего, но честь важнее прибыли.

Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств.

Воздерживайся от насилия или угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.

Принципы профессионала

Всегда веди дело сообразно средствам.

Оправдывай доверие, в нем – основа деловой этики и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера.

Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.

Принципы гражданина России

Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти.

Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов.

Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания.

Принципы гражданина Земли

При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе.

Найди в себе силы противостоять бедности, а также преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодны всем.

Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они не хуже и не лучше нас, они – просто другие.

Использованная литература

1. Асадов А.Н., Покровская Н.Н., Косалимова О.А. Культура делового общения. СПб.: СПбГЭЭФ, 2010.
2. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
3. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX – начала XX вв.: имена, биографии, судьбы. Тюмень: ТюмГУ, 2002.
4. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003.
5. Ганжин В.Т. Этика менеджмента и делового общения. Проблемно-тематический курс. М.: МИЭП, 1995.
6. Дугин Е. Формула успеха. Кто есть кто в российском бизнесе. М.: МГУ, 1992.
7. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования, 1995, № 3, с. 3 – 12.

8. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА-М, 2002.

9. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию М.: Дело, 1999.

10. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений. М.: НИЭМП, 2010.

11. Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2005.

12. Уткин Э.А. Этика бизнеса. М.: Зерцало, 2004.

Глава 7. Профессиональная культура и профессиональная этика

Профессиональная культура и профессиональная этика. Понятие и основные функции профессиональной этики. Профессиональная этика как вид прикладной этики. История профессиональной этики. Профессиональная этика сегодня. Принципы профессиональной этики. Профессионально-этические кодексы.

Профессиональная культура - это личностный аспект культуры труда, связанный со степенью овладения человеком достижениями научно-технического и социального прогресса. Основными элементами профессиональной культуры являются: образование, квалификация, профессиональный опыт, овладение второй, смежной профессией или специальностью, качественный рост, наставничество. Повышение уровня профессиональной культуры помогает работнику превратиться в профессионала. Профессиональные знания и навыки реализуются тем активнее, чем полнее человек постигает значение культурной деятельности (как деятельности, соответствующей прогрессивным социально-экономическим, технико-организационным и социально-психологическим нормативам) и организует свои собственные силы. Участие человека в развитии культуры труда – это важнейший критерий приобщения личности к миру духовного и профессионального богатства общества, показатель индивидуальной развитости работника.

Профессиональная культура тесно связана с профессиональной этикой.

Под **профессиональной этикой** подразумевается набор нравственных норм, являющихся основанием для поведения в той или иной профессии или профессиональной ситуации. В профессиональную деятельность человек входит с собственным набором ценностных ориентиров, чувств, стремлений, оценок. Среди многообразия нравственных ситуаций в профессиональной деятельности выделяются наиболее типичные, часто повторяемые, которые обуславливают специфику поступков людей, своеобразие их норм поведения. Возникают

такие понятия как профессиональные честь и достоинство, определяющие поведение лучших представителей той или иной профессии.

Профессиональная деятельность приводит к множеству этических вопросов, которые не рассматриваются или не могут быть разрешены средствами общей, универсальной этики. Профессиональная этика изучает особенности профессиональной морали, т.е. морали определенной профессии, например, врача, юриста, предпринимателя, руководителя, с точки зрения выделения и конкретизации общих нравственных принципов и норм, применительно к данной профессиональной деятельности.

Поскольку профессиональная этика формируется на основе характерных задач и обязанностей данной профессии, то большинство ученых важнейшей **функцией** профессиональной этики считают **содействие успешному решению задач профессии**. Однако авторы книги «Этика профессии: миссия, кодекс, поступок» В.И. Бакштановский., Ю.В.Согомонов считают важнейшей функцией профессиональной этики и «самокритику» профессии, в смысле постоянного соотнесения ее с ценностями общества (медиакритика в журналистике, содержанием которой является этическая критика деятельности журналистов). Кроме того, по мнению данных авторов, профессиональная этика призвана *«оправдывать власть профессионала в сфере его деятельности»* (без этого его задачи невыполнимы) и одновременно *«ограничивать полноту власти, которой располагает воспитатель над воспитанником, ученый – над человечеством, политик – над гражданами, врач – над больным, журналист – над получателем информации, менеджер – над подчиненным, предприниматель над наемным работником. Тем самым, профессиональная этика вносит существенные изменения в конфигурацию властных отношений современного общества и предназначена для уменьшения зависимости одного лица от другого...»*(Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок, с. 17-18).

Профессиональная этика является одним из видов **прикладной (практической) этики**, новой отрасли этического знания, которая долгое время крити-

ковалась и не признавалась этическим сообществом. Прикладная этика активно развивается в последние десятилетия и наиболее бурно в западных странах. Она рассматривает в большинстве «открытые» моральные проблемы, т.е. те по которым нет единого мнения в общественном моральном сознании (смертная казнь, эвтаназия, аборты, трансплантация органов, терроризм, продажа оружия и т.п.). В современной России дискутируются этические проблемы гражданского общества, демократического общества, этики права и другие. Открытым остается вопрос о достойном моральном решении данных проблем. Современная прикладная этика связана с биоэтикой, экологической, социальной, компьютерной и космической этиками.

Первыми формами прикладной этики были правила поведения в обществе, этикет, как нравственная практика, форма нормативной регуляции деятельности человека. Исторической формой прикладной этики является и профессиональная этика.

Таким образом, предметом прикладной этики являются: а) моральные проблемы, имеющие практический, пограничный и открытый характер: б) собственно профессиональная этика, связанная с нравственными особенностями конкретной профессии.

Проблемы прикладной этики являются фундаментальными, затрагивают жизнь многих людей, общества в целом, а также всего человеческого сообщества. Проблемы прикладной этики возникают в публичных сферах жизни, требующих одновременно нравственного, административного, юридического и профессионального регулирования (например, проблема смертной казни). Для решения этических прикладных проблем необходим высокий профессионализм (например, проблема трансплантации органов требует не только высокой нравственной порядочности врача, как человека, но и выполнения им кодекса профессиональной врачебной этики) Возникающие этико-прикладные вопросы уникальны, единичны и требуют уникального и единичного решения, которое может быть неприменимо в другом случае. Формированию прикладной этики в современном мире способствует необычайный прогресс техники и развитие

уникальных и дорогостоящих технологий, которые позволяют переделывать пол личности, кардинально изменять внешность, продлять жизнь, получать ребенка из пробирки, создавать клон умершего близкого родственника и т.п.

В самых общих чертах в структуре прикладной этики выделяют **экологическую этику**, которая рассматривает нормы поведения человека по отношению к окружающей среде; **гражданскую этику**, которая рассматривает нормы поведения человека как гражданина по отношению к обществу; **ситуативную этику**, которая вырабатывает практические нравственные рекомендации, применительно к разнообразным ситуациям и сферам человеческой жизнедеятельности и общения.

В наши дни в связи с развитием прикладной этики проявляется эвристическая роль профессиональной этики, которая заключается в нравственной ориентации в сложном взаимодействии разных интересов разных общностей с различными поведенческими кодексами.

Профессиональная мораль возникла вместе с общественным разделением труда, когда началось обособление социальных групп, и появилась потребность регулирования отношений внутри данных групп. Первоначально это был небольшой круг профессиональных групп, но внутри каждой профессии складывались определенные специфические связи и отношения людей, возникали неповторимые ситуации, требующие морального решения. В профессиях рождались свои моральные требования, «искушения», «доблести», «потери», возникали определенные нравственные противоречия, вырабатывались особые способы их разрешения. Постепенно сформировались особые нравственные установки, соответствующие характеру труда в данной профессии. Абсолютные правила морали, например, библейские правила не убивай, не прелюбодействуй, не кради, не произноси ложного свидетельства на ближнего твоего и другие, стали приобретать конкретное звучание в рамках определенной профессии.

Уже в ранних письменных источниках есть свидетельства того, что более 4000 лет тому назад люди осознали необходимость определенных нравствен-

ных запретов в ряде профессий, и сама профессия могла формировать в человеке положительные или отрицательные нравственные качества.

Наиболее активно профессиональные кодексы стали появляться в эпоху феодализма, вместе с появлением цехов, гильдий, монахов, судей, рыцарей. Несколько позднее данные кодексы стали возникать и в среде людей свободных, творческих профессий, художников, актеров, писателей. В период средневековья выросла целая пирамида профессиональных кодексов, строго регламентировавших нравственные отношения и сословные ограничения.

Нормы внутри профессиональных кодексов морали постепенно стали делиться на *нормы и принципы, определяющие отношения внутри профессии и нормы, определяющие отношение представителей профессии к остальному населению*. Такое деление было вызвано как значимостью для профессионала отношений с коллегами по ремеслу, так и важностью признания, оценки его труда со стороны других людей.

Позднее стали возникать профессиональные моральные кодексы таких социальных институтов как армия, церковь, медицина. Так как деятельность людей, работающих в данных социальных институтах, уже не могла классифицироваться как профессия (например, армия делится на пехотинцев, артиллеристов, кавалеристов, моряков, подводников), появилась потребность в специальных служебных моральных кодексах. Важным фактором, повлиявшим на профессиональную этику, стал фактор увеличения специализаций не только в рамках одной профессии, а и в ее отдельных направлениях.

В настоящее время в связи с развитием цивилизации: активным развитием науки, формированием единой мировой системы хозяйства, мировых систем коммуникаций, возможностью техногенных катастроф, в профессиональной морали развиваются следующие процессы. Во-первых, усугубляется дифференциация норм нравственности в зависимости уже не просто от профессии, а от ее отдельных специализаций. Во-вторых, идет процесс объединения норм профессиональной морали, близких по функциям профессий, которые объединены работой на конечный результат.

Требования профессиональной этики становятся все более сложными. В практику профессионального этического воспитания сегодня входит:

создание этических ассоциаций;

создание разнообразных инструкций, памяток, в которых обращается внимание на опасность возможных отступлений от этических принципов и норм.

Профессиональная этика содействует сочетанию нравственных задач самого человека, профессии, к которой он принадлежит, и общества. В книге Ю.Ю. Петрунина и В.К. Борисова «Этика бизнеса» (7) приводятся три категории моральных принципов, необходимых человеку, представителю определенной профессии, – это принципы персональной этики, профессиональной этики и принципы всемирной этики. Приведем данные принципы с небольшой корректировкой.

Принципы персональной этики:

беспокойство человека за благополучие других;

уважение права другого быть самостоятельным;

надежность и честность;

добровольное подчинение закону (за исключением гражданского неподчинения);

справедливость;

отказ от несправедливого преимущества над другими;

благотворительность, возможность приносить пользу;

предупреждение вредных последствий.

Принципы профессиональной этики:

беспристрастность, объективность;

прямота;

конфиденциальность;

должное старание;

точное исполнение профессиональных обязанностей;
избежание потенциальных или явных конфликтов.

Принципы всемирной этики:

соблюдение мирового законодательства;
социальная ответственность;
защита окружающей среды;
взаимозависимость и ответственность за целостность;
уважительное отношение.

Различные виды профессиональной этики имеют свои традиции, более или менее давние, что свидетельствует о преемственности нравственных норм, выработанных представителями определенной профессии на протяжении столетий или десятилетий.

Профессиональная этика не формирует новые правила, нормы или принципы морали, она соотносит уже известные понятия со специфическими профессиональными сферами деятельности человека.

Приведем пример профессионально-этического кодекса, одним из создателей которого была автор данного учебного пособия. Это кодекс корпоративной культуры Тюменского государственного университета. Данный кодекс разрабатывался и был принят в 2008 году.

**КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

ВВЕДЕНИЕ

Успех деятельности университета в значительной мере зависит от того, насколько его работники и обучающиеся объединены общими целями и общим отношением к своим обязанностям. Значимым стратегическим документом, позволяющим ориентировать весь коллектив и каждого работника и обучающегося на достижение единых целей, концентрировать их инициативу, деловитость и предприимчивость, упорядочить деловое общение и

обеспечить благоприятный моральный климат в коллективе является Кодекс корпоративной культуры.

Настоящий Кодекс разработан в целях развития в сознании работников и обучающихся университета понятия о корпоративной культуре, миссии университета, системе ценностей, единых стандартах поведения и общения. Кодекс соответствует общепринятым этическим нормам и распространяется на всех членов университетского сообщества. Нормы Кодекса являются инструментом саморегулирования деятельности преподавателей, сотрудников, аспирантов, студентов и слушателей университета и должны определять критерии их выбора в сложных моральных ситуациях. Кодекс призван способствовать повышению эффективности и конкурентоспособности Тюменского государственного университета.

1. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В УНИВЕРСИТЕТСКОМ СООБЩЕСТВЕ

Корпоративная культура – это система разделяемых членами университетского сообщества ценностей, представлений, понятий, убеждений, обычаев, традиций, ритуалов, стандартов качества, поведенческих норм. Она делает университет по-своему уникальным, создает его образ и организационную структуру, развивает правила коммуникации, выбора и принятия решений, определяет место вуза в окружающем мире, формирует миссию, стратегические принципы и приоритеты университета.

Корпоративная культура университета объединяет в себе педагогическую, нравственную, организационную, правовую, экономическую, коммуникативную, эстетическую, экологическую, информационную культуру, молодежную субкультуру, культуру здоровья.

Корпоративная культура, основанная на совокупности коллективных базовых ценностей, определяет ориентиры поведения работников и обучающихся, создает у них чувство сопричастности к профессиональному университетскому сообществу, что ведет университет к успеху и процветанию.

2. МИССИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ТюмГУ

Тюменский государственный университет – первый вуз Тюменской области, созданный в 1930 г., – всегда выполнял функции основного центра подготовки педагогических, научных и управленческих кадров для региона. Важнейший приоритет университета – стремление к формированию свободно мыслящей творческой личности, способной к самостоятельным научным и мировоззренческим решениям и действиям. Сохраняя верность традициям российской высшей школы, коллектив университета активно развивает современные

подходы во всех сферах деятельности, укрепляя свой статус в научно-образовательном пространстве.

Свою миссию Тюменский государственный университет видит в формировании инновационной, гибкой и открытой модели высшего учебного заведения, обеспечивающей его развитие как центра образования, культуры, науки и инноваций в региональном сообществе.

Тюменский государственный университет призван обеспечить:

подготовку высококвалифицированных специалистов, способных вносить эффективный вклад в развитие региона и России, на основе совершенствования педагогического процесса путем использования инновационных подходов и информационных технологий;

развитие фундаментальной и прикладной науки как основы высокого качества образования и источника новых знаний; создание и продвижение новых образовательных проектов, наукоемких продуктов, технологий, информационных услуг через создание интегрированных структур и функционирование единой научно-инновационно-образовательной среды;

активное воздействие на социально-экономическое развитие региона, формирование высокой культуры населения, в том числе информационной, правовой, экономической и экологической.

Среди стратегических приоритетов ТюмГУ:

формирование оптимальной модели исследовательского университета, укрепление его позиций как центра производства новых знаний и подготовки научно-педагогической, управленческой и культурной элиты общества на основе организации эффективного учебно-научно-инновационного процесса, обеспечивающего высокое качество подготовки специалистов, духовное развитие личности, результативность научных исследований, разработку и реализацию наукоемких товаров и услуг;

интеграция в мировую систему высшего образования, формирование стратегических партнерств и кооперация с международным научно-образовательным сообществом путем взаимодействия университета с ведущими российскими и зарубежными центрами образования, культуры, науки и высоких технологий;

сохранение и преумножение нравственных и культурных ценностей общества путем взаимодействия университета с ведущими российскими и зарубежными центрами высшего образования, науки и высоких технологий;

модернизация материально-технической и информационно-ресурсной базы университета, позволяющей обеспечить потребности образования, науки и общества в информационных услугах через создание и функционирование единой информационной научно-образовательной среды;

обеспечение высокого уровня социальной защиты работников и обучающихся университета, социальная поддержка его ветеранов;

формирование гибкой системы менеджмента, достижение устойчивого экономического состояния на основе повышения эффективности использования финансовых ресурсов, внедрения новых организационных технологий.

3. ОСНОВНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ УНИВЕРСИТЕТСКОГО СООБЩЕСТВА

Организационная и экономическая устойчивость, открытость к переменам и инновациям.

Высшее качество образовательной и научной деятельности.

Академические свободы и академическая ответственность.

Стремление к совершенствованию и творческому росту.

Нравственность, патриотизм, гражданственность;

Уважение к личности работника и обучающегося, их правам и достоинству, конструктивное сотрудничество.

Преданность университету и готовность соответствовать его высоким стандартам.

Для реализации принципов корпоративной культуры университетское сообщество: стремится к широкой демократичности, обеспечению доступности образования для всех граждан, сохраняя при этом высокие стандарты качества научно-образовательного процесса и укрепляя свой исследовательский и интеллектуальный потенциал;

обеспечивает на основе междисциплинарного подхода, интеграции естественнонаучного и гуманитарного знания необходимые условия для достижения обучающимися высокого культурного и образовательного уровня, позволяющего им приобрести знания об окружающем мире, обществе, человеке, признавая при этом многообразие способностей и потребностей людей в разных формах и уровнях образования;

формирует у обучающихся потребность к самообразованию на протяжении всей жизни, интеллектуальную и коммуникативную креативность, патриотизм и активную гражданскую позицию;

со всей полнотой ответственности за свою миссию – поощряет атмосферу интеллектуальной свободы и взаимопонимания, сохраняя традиционную автономию подразделений и академические свободы; создает условия, способствующие реализации интеллектуального, профессионального и личностного потенциала работников и обучающихся; развивает фундаментальные и прикладные научные исследования, инновационную

деятельность; создает необходимые условия для становления научных школ, развития и интеграции исследовательской деятельности работников и обучающихся;

поддерживает прочные связи с выпускниками, следит за их дальнейшей судьбой, стремится обеспечить высокий общественный имидж выпускников, поощряет создание ассоциаций выпускников университета;

руководствуется в управлении принципами демократизма, коллегиальности и сотрудничества.

4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ

1. Работник Тюменского государственного университета разделяет миссию университета и в профессиональной деятельности соотносит свою индивидуальную миссию с корпоративной; корпоративные ценности становятся его личными убеждениями. Следуя духу университетского сообщества, он принимает на себя ответственность за реализацию заявленных целей и осознает свою причастность к успехам и неудачам организации.

2. Работник ТюмГУ ориентирован на духовность, гражданские ценности, патриотизм; следует нормам морали, отражающим идеалы добра, справедливости, честности и гуманизма; противостоит коррупции в профессиональной среде.

3. Работник ТюмГУ дорожит деловой репутацией университета, формирует его позитивный имидж в профессиональном сообществе, публичных выступлениях, личных беседах; имеет право высказывать свою личную позицию; не предпринимает действий, наносящих урон интересам вуза, пресекает любые попытки опорочить его честь и авторитет; обеспечивает конфиденциальность служебной информации; заявления от имени университета могут осуществляться с осознанием полной меры ответственности за университетское сообщество только по поручению Ученого совета, ректората.

4. В своей профессиональной деятельности работник университета руководствуется нормами действующего законодательства, соблюдает условия заключенного с ним трудового договора, исполняет требования должностной инструкции, а также следует нормам, установленным Правилами внутреннего распорядка ТюмГУ.

5. В осуществлении деловой активности работник ТюмГУ соблюдает паритет интересов общества и граждан, считает инициативу, деловитость и предприимчивость важной формой самореализации; руководствуется принципами доверия, взаимного уважения, равенства, открытости в отношениях с коллегами, обучающимися и партнерами вуза.

6. Работник университета показывает пример образцового профессионального отношения к выполнению служебных обязанностей; рассматривает интеллект как ценный личностный ка-

питал, основу профессионального роста и успеха; активно использует досуговые формы жизнедеятельности для самореализации и саморазвития.

7. Для достижения высоких результатов работники университета постоянно повышают уровень профессионального мастерства, изучают передовой отечественный и зарубежный опыт, овладевают иностранными языками, современными информационными технологиями. На всех работников университета распространяется принцип обучения на протяжении всей жизни.

8. Работники ТюмГУ обмениваются знаниями и результатами исследований с коллегами и партнерами, ориентируясь при этом на цели и задачи развития университета, сохраняя и защищая его интеллектуальную собственность. Они уважают авторские права, считают недопустимыми подлоги и плагиат.

9. Работник университета в полной мере использует свои силы и способности, что приносит ему моральное удовлетворение и материальную выгоду и является залогом процветания вуза. Не допускается получение работником за свою профессиональную деятельность каких-либо вознаграждений, услуг, льгот от организаций или граждан, не предусмотренных законодательством Российской Федерации, Уставом ТюмГУ, договорными отношениями.

10. Работники ТюмГУ способствуют созданию в университете атмосферы доверия, доброжелательности, честности, справедливости, уважительного отношения к достоинству и правам каждого члена коллектива, ориентированы на поддержку и сотрудничество. В университете недопустимы какие-либо формы дискриминации и протекционизма.

11. Работники ведут себя корректно, достойно, не допуская отклонения от признанных форм делового общения, выражают поддержку, понимание, симпатии членам коллектива, к которому они принадлежат, проявляют участие к проблемам коллег и обучающихся. В университетском сообществе недопустимы грубость, сквернословие, ущемление чести и достоинства других лиц, нанесение им морального или материального ущерба, негативные оценочные суждения по поводу действий администрации, коллег в присутствии обучающихся и других лиц.

12. Работники университета формируют у обучающихся профессиональные навыки по избранным направлениям подготовки (специальностям), гражданскую позицию, способность к труду в условиях современной цивилизации; проявляют в общении с молодежью мудрость, терпение и сдержанность, помогают развитию у нее творческих способностей и навыков, таланта и одаренности.

13. Работникам и обучающимся университета чужды проявления религиозного фанатизма, шовинизма, экстремизма, а также любые формы насилия, расовой, этнической, религиозной нетерпимости и дискриминации по полу, возрасту, национальности, стажу работы, убежде-

ниям, партийной принадлежности, образованию, социальному происхождению, имущественному положению и др.

14. Работники и обучающиеся университета сохраняют традиционные национальные ценности, заботятся о процветании своего региона, уважительно относятся к культуре других народов, выступают инициаторами и соиздателями новых культурных, социальных и экономических проектов.

15. Работники и обучающиеся ТюмГУ чтят, укрепляют и преумножают традиции своего вуза, уважают старшее поколение, поддерживают его активное участие в жизни университета и общества.

16. Работники ТюмГУ уважают семейные ценности, а также частную жизнь своих коллег и обучающихся, не допускают в нее какого-либо вмешательства.

17. Работники и обучающиеся ТюмГУ ведут здоровый образ жизни; заботятся об оптимальном нравственно-психологическом состоянии коллектива, о поддержании своей работоспособности и о состоянии здоровья окружающих; способствуют распространению эстетической и экологической культуры.

18. Работники и обучающиеся университета бережно относятся к имуществу университета, соблюдают чистоту и порядок на своем рабочем месте, на кафедрах, в учебных аудиториях, лабораториях, общежитиях, других помещениях и на прилегающей территории; аккуратно и исключительно в целях исполнения должностных обязанностей, освоения образовательных программ и проведения научных исследований используют офисную технику, средства связи, учебное и лабораторное оборудование, библиотечный фонд.

5. СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

1. В целях поддержания порядка и предотвращения правонарушений в университете действует пропускная система. Любой входящий обязан по требованию охраны предъявить документы, удостоверяющие личность. Находясь в зданиях ТюмГУ, мужчины должны снимать головные уборы. Верхнюю одежду обучающимся и посетителям следует сдавать в гардероб.

Преподаватель имеет право не допустить к занятиям студентов в верхней одежде.

2. Работники университета должны иметь безупречный внешний вид, соответствующий характеру профессиональной деятельности, имиджу и репутации университета.

3. Работникам и обучающимся рекомендуется приходить в вуз аккуратно одетыми, предпочтение отдается деловому стилю одежды. Для отдельных категорий персонала (работники производственных участков, центра вузовского питания, медсанчасти, обслуживающий персонал и др.) предпочтительна форменная рабочая одежда. Не рекомендуется в рабочее время

и во время занятий находиться в учебных корпусах университета в шортах, вечерней или спортивной одежде (исключение составляют занятия по физической культуре и спорту). Волосы и руки должны быть ухоженными, одежда и обувь – чистыми, парфюмерия и косметика – умеренными.

4. В университете принято обращаться друг к другу на «Вы», при встречах здороваться вне зависимости от возраста или статуса человека. Обучающиеся первыми здороваются с работниками университета. При общении между собой работники и обучающиеся должны быть вежливы и приветливы, не допускать фамильярности по отношению друг к другу, жаргонных, нецензурных слов и выражений.

5. Обучающиеся должны приходить на занятия вовремя, приветствовать преподавателя вставанием. При опоздании на занятие им следует постучаться, открыть дверь, поздороваться, извиниться и попросить разрешения войти. Если разрешение получено, нужно, не привлекая внимания, занять ближайшее свободное место в аудитории.

6. Преподаватель имеет право удалить обучающегося с занятия за нарушение дисциплины. Обучающийся обязан подчиниться, не вступая в пререкания. После занятий нужно вежливо объясниться и извиниться перед преподавателем.

7. Преподаватель не должен:

унижать личное достоинство обучающихся, повышать голос, намеренно искажать имена и фамилии, делать публичные замечания о внешности и одежде обучающихся, публично обсуждать личную жизнь студентов или их недостатки;

требовать дополнительную плату за оказание образовательных услуг;

проводить на учебных занятиях политическую или религиозную агитацию;

выдвигать для сдачи экзамена или зачета чрезмерно завышенные требования, выходящие за рамки учебной программы;

изменять критерии оценки экзамена или зачета в ходе самого экзамена или зачета, руководствуясь своим настроением.

8. Обучающиеся не должны:

неуважительно вести себя по отношению к работникам университета и своим товарищам;

вводить в заблуждение или обманывать преподавателя;

получать, предоставлять или использовать постороннюю помощь во время сдачи экзамена и прочих процедур контроля знаний;

сдавать экзаменационные работы, задания или письменные работы, подготовленные другим лицом;

пропускать занятия или опаздывать на них без уважительной причины;

покидать аудиторию во время занятий без разрешения преподавателя;
курить в корпусах университета;
принимать пищу в местах, не предназначенных для этой цели, или на ходу;
оставлять мусор, жевательные резинки, делать надписи и рисунки на столах, стенах;
пользоваться мобильным телефоном во время занятий.

9. Работник университета не должен:

грубо, неуважительно вести себя по отношению к посетителям;

отсутствовать на рабочем месте, за исключением ситуаций, связанных с выполнением служебных поручений или должностных обязанностей;

курить в корпусах и общежитиях университета;

10. На вузовских мероприятиях – собраниях, заседаниях, деловых встречах, концертах, праздниках – необходимо проявлять уважение к выступающим, соблюдать тишину и порядок, не пользоваться мобильными телефонами. В случае необходимости можно покинуть зал в паузе между выступлениями.

6. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ УНИВЕРСИТЕТА

Ценности и регулятивы корпоративной культуры ТюмГУ воплощаются в таких символах университета, как: гимн, герб, флаг, логотип и слоганы. Они формируют и закрепляют в сознании сотрудников и студентов университета целостный образ ТюмГУ, создают единое культурное пространство университета.

Официальные цвета символики ТюмГУ – белый, синий, серебристый.

Официальные элементы символики ТюмГУ – ладья, книга, парус.

Форма официальной эмблемы ТюмГУ – геральдический щит.

В соответствии с данным положением:

– заседания Ученого совета университета, торжественные мероприятия университета, институтов, факультетов и филиалов должны открываться исполнением гимна ТюмГУ;

– герб ТюмГУ может присутствовать на информационных стендах, на униформе, на официальных бланках, товарах университета, сувенирной и презентационной продукции, рекламных материалах и пр.;

– рабочие принадлежности работников университета (включая филиалы и представительства), календари, ежедневники, планинги, блокноты, визитницы, фирменные ручки, папки и фирменная посуда – оформляются в едином стиле, с использованием официально установленной символики и цветовой гаммы, что создает единый образ университета, формирует у работников чувство гордости за их принадлежность к ТюмГУ;

– корпоративные девизы и слоганы университета позитивны: «ТюмГУ – территория успе-

ха!», «ТюмГУ – университет здорового образа жизни!», «Первый - всегда первый!», «ТюмГУ – твой путь к успеху!», «ТюмГУ – гарантия твоего будущего», «ТюмГУ - alma mater чемпионов!» и др. Они определяют убеждения работников и обучающихся вуза, сценарий развития университета.

7. ТРАДИЦИИ, РИТУАЛЫ, ЦЕРЕМОНИИ

Имиджевые мероприятия: День знаний, «Ты – Гордость Университета», День выпускника, День рождения ТюмГУ, дни открытых дверей, дни институтов и факультетов. Государственные и отраслевые праздники, памятные дни: День науки, День защитников Отечества, Международный женский день, День Победы, Дни славянской культуры и письменности, День защиты детей, День России, День памяти и скорби, День пожилого человека, День учителя, Новый год.

Научные мероприятия и интеллектуальные состязания: научно-практические конференции, симпозиумы, чтения, семинары, школы; научно-технические выставки; Всероссийская студенческая олимпиада; студенческая научная конференция; чемпионаты по интеллектуальным, компьютерным играм, шахматам; «Парламентские дебаты»; интеллект-шоу «Университетские династии».

Творческие праздники ТюмГУ: «Посвящение в студенты»; фестивали «Дебют первокурсников», «Университетская весна», музыкальный фестиваль «Нота»; Татьянин день – день российского студенчества; творческие конкурсы и выставки.

Спортивно-массовые мероприятия: Спартакиада ТюмГУ, дни здорового образа жизни.

Социально-педагогические мероприятия: конкурсы на звание «Лучший студент», «Лучшая академическая группа», «Лучший староста», «Лучший выпускник», «Лучший преподаватель»; на присуждение именных стипендий; общеуниверситетский старостат; анкетирование студентов «Если бы я был ректором...»; слет лучших студенческих групп; акция «Дорога в детство»; поисковая экспедиция «Вахта памяти»; конкурс студенческих общежитий; дни карьеры; летний трудовой семестр.

8. ПООЩРЕНИЯ И ВЗЫСКАНИЯ

1. За добросовестное выполнение должностных обязанностей и достижение высоких результатов в образовательной, научной и производственной деятельности работники ТюмГУ поощряются в соответствии с Положением об оплате труда, принятом в вузе, а также могут быть представлены к таким формам поощрения, как:

объявление благодарности университета;
награждение Почетной грамотой университета;
награждение Золотой медалью университета «За выдающиеся успехи»;
представление работника в установленном порядке к награждению областными, городскими наградами, знаками отличия, государственными орденами и медалями;

2. С целью поощрения работникам ТюмГУ производятся разовые выплаты в следующих случаях:

достижения юбилейной даты по возрасту;
присуждения государственной награды;
победы на конкурсах опубликованных работ;
подготовки и издания учебно-методической литературы в соответствии с решением Ученого совета;

присуждения ученой степени кандидата наук, доктора наук;
выполнения по поручению руководства разовой особо важной для университета работы;

к юбилейным датам институтов, факультетов и филиалов вуза;
за привлечение дополнительных внебюджетных средств;
иных случаях.

3. За высокие достижения в учебной, научно-исследовательской, творческой, спортивной, общественной деятельности обучающиеся могут быть представлены к следующим формам поощрения:

объявление благодарности;
награждение грамотами, дипломами, ценными подарками;
назначение именных и повышенных стипендий;
премирование;
выделение оздоровительных и экскурсионных путевок;
присуждение почетных званий: «Лучший студент года», «Лучший староста», «Лучший выпускник», «Ты – Гордость Университета»;

награждение Золотой медалью университета «За выдающиеся успехи»;

4. Поощрения применяются ректором по представлению руководителей структурных подразделений, согласованному с проректорами, курирующими соответствующие структурные подразделения.

5. Поощрения применяются в обстановке широкой гласности; доводятся до сведения обучающихся и работников вуза.

6. За нарушение трудовой и учебной дисциплины в университете применяются следующие дисциплинарные взыскания:

замечание;

выговор;

увольнение (отчисление) по соответствующим основаниям.

7. Дисциплинарные взыскания применяются ректором университета по представлению руководителей структурных подразделений.

9. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НОРМ КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

1. Работники и обучающиеся университета обязаны знать и соблюдать нормы Кодекса корпоративной культуры ТюмГУ, являющиеся ориентиром при выборе нравственного варианта поведения. Незнание и непонимание этических норм не является оправданием неэтичного поведения.

2. Работники и обучающиеся университета несут ответственность перед университетским сообществом за свою деятельность и поведение, порочащие честь и достоинство работника и обучающегося высшей школы.

3. Работники и обучающиеся университета должны публично признать некорректность своих высказываний в случае неумышленного или неосторожного употребления в публичных выступлениях непроверенных фактов и принести извинения тем лицам, чьи интересы или честь были затронуты этими выступлениями.

4. За нарушение норм Кодекса корпоративной культуры ТюмГУ к работникам и обучающимся университета могут быть применены следующие меры:

обсуждение на комиссии академической чести;

рекомендация принести публичные извинения;

объявление публичного порицания;

информирование членов университетского сообщества через еженедельник «Университет и регион» о фактах нарушения норм настоящего Кодекса;

обращение в общественные организации.

5. Комиссия академической чести ТюмГУ создается приказом ректора университета. Комиссией проводятся этические экспертизы, представляющие собой всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности университета, который вызывает озабоченность руководства организации и может повлиять на ее имидж; этическое консультирование работников; принимаются меры для развития высоких нравственных принципов в деятельности админи-

страции, сотрудников и студентов ТюмГУ, обучение нравственному поведению; разработка деловых игр, помогающих решению нравственных проблем. В ходе обучения участники знакомятся с требованиями профессиональной этики, что повышает их восприимчивость к этическим проблемам, осваивают варианты решений, укладывающихся в рамки нравственных требований организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Кодекс корпоративной культуры принимается Ученым советом ТюмГУ и доводится до сведения работников управлением по работе с персоналом (о чем делается соответствующая запись в трудовом договоре), а обучающихся – руководителями институтов, факультетов и филиалов.

Рассмотрение вопросов, связанных с реализацией Кодекса, осуществляется комиссией академической чести ТюмГУ. Решения комиссии доводятся до сведения ректората и учитываются при решении кадровых вопросов.

Предложения о внесении изменений и дополнений в настоящий Кодекс рассматриваются Ученым советом университета.

Использованная литература

1. Алексина Т.А. Прикладная этика. М.: Изд-вл РУДН, 2004.
2. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок. Тюмень: НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005.
3. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
4. Модернизация. Университет. Прикладная этика// Ведомости. Вып.37. Под ред. Бакштановского В.И., Новоселова В.В. Тюмень: ТюмГНГУ, 2010.
5. Прикладная этика: инновационный курс для магистров и профессоров. Тюмень: ТюмГНГУ, 2011.
6. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М.: Дело, 2001.

Глава 8. Этика деятельности руководителя.

Авторитет руководителя организации. Этика деятельности руководителя. Нормы нравственного поведения руководителя. Управление нравственно-психологическими отношениями в подчиненном коллективе. Этика взаимоотношений с «трудным» руководителем. Руководитель и власть (портит ли власть человека?).

Соблюдение этических норм в деятельности организации во многом зависит от руководителя и его авторитета. *Авторитет* руководителя – это личное влияние человека на коллектив и результат его труда. Авторитет руководителя зависит от его профессиональных знаний, организаторских способностей, умения вводить нововведения и работать с людьми. На авторитет руководителя также влияет демократизм общения руководителя с подчиненными, его доступность, внимательность, умение создать товарищескую атмосферу доверия, вежливость и корректность в обращении, точность и ответственное отношение к данному слову. Немаловажное значение имеют подтянутость и аккуратность, четкость и организованность в манере поведения руководителя. Вместе с тем, внешняя сторона поступков руководителя, от которых зависит его авторитет, должна соответствовать его внутренним нравственным убеждениям. Только при этом условии нормы служебной этики помогут руководителю эффективно общаться с людьми.

Важную роль в становлении авторитета руководителя играет и *культура его речи*. Культура речи предполагает умение правильно формулировать мысли, оптимальный темп речи, эмоциональную окраску слов, жестов и мимики. Несвязная, невыразительная речь не способствует высокой эффективности общения, не запоминается и не убеждает людей. Недопустимым элементом в речи руководителя является сквернословие. Руководитель должен не только уметь правильно и хорошо говорить, но и быть эрудированным человеком, научиться ясно мыслить, уметь убеждать, размышлять, анализировать. Ему нужно владеть

техники речи, постоянно пополнять свой лексикон, практиковаться в ораторском искусстве.

Многочисленные литературные и научные источники, практика Деятельности профессионалов доказывают, что при *общении с людьми* руководитель должен придерживаться следующих правил: проявлять интерес к людям, быть внимательным к ним;

уметь давать указания своим подчиненным;

стараться запоминать имена подчиненных;

развивать и поддерживать чувство личного достоинства каждого работника, инициативу и творческий подход к делу;

не высмеивать и не осуждать людей, уметь ставить себя на место осуждаемых;

уметь доброжелательно приветствовать людей;

уметь слушать людей.

Одно из важных качеств руководителя – *умение разбираться в людях*. Руководителю необходимо знать тех людей, с которыми он находится в контакте. Для этого он может изучить личные дела своих подчиненных. Однако документы не могут дать полного представления об интеллектуально-психологических способностях и нравственных качествах подчиненных. Руководителю важно знать те внутренние качества подчиненных, которые могут повлиять на процесс работы и ее результаты. Большое значение в деятельности руководителя имеет *умение убеждать*, т.е. добиваться желаемых изменений во взглядах и убеждениях других людей.

Несомненно, также, что любой руководитель должен быть до некоторой степени психологом. На знаниях психологии основываются навыки поведения руководителя по отношению к подчиненным. Руководителю следует знать и понимать, что разные люди совершенно по-разному могут реагировать на одинаковые воздействия, которые выражаются посредством указаний, приказов,

просьб, наставлений и т.п. Руководитель должен избирать способы воздействия на сотрудников, соответствующие их способностям, мотивации и свойствам.

Важно подчеркнуть, что ущемление чувства собственного достоинства, самоуважения и личного статуса человека – прямой путь к конфликтам и стрессам. Руководитель должен помнить о том, что любой человек включен в систему общественных связей и отношений, является их выражением и отражением. Человек меняется с течением времени интеллектуально, эмоционально, физически, мотивационно и социально. Отсюда следует, что ни одна оценка со стороны руководителя профессионального поведения и личных качеств сотрудников не является окончательной, т.к. человек находится в развитии, постоянно совершенствует свои личные способности и свойства.

Руководитель – это не только хороший специалист, но и *организатор* труда подчиненных. От организаторских способностей руководителя зависит эффективность работы подчиненного ему подразделения и, соответственно, качество работы самого руководителя. Если коллектив работает хорошо и качество его работы улучшается, то можно сделать вывод, что он работает под началом хорошего руководителя. При этом не следует забывать, что ответственность за плохо выполненную работу несет руководитель данного учреждения. Эффективность организации работы обеспечивается, когда руководитель четко представляет себе, каких результатов он ждет от подчиненных, в какой форме а также в какие сроки эти результаты должны быть получены.

Коллектив – это сложная система, состоящая из множества связанных между собой групп людей и отдельных личностей. Процесс формирования и развития коллектива осуществляется руководителем в несколько этапов.

Первый этап представляет собой процесс формирования коллектива, когда люди присматриваются к друг другу и руководителю, а он, в свою очередь, изучает подчиненных. Руководитель знакомит коллектив с задачами, распределяет обязанности, определяет режим работы, организует выполнение заданий.

Особое внимание на этом этапе руководитель должен уделять контролю за выполнением своих распоряжений, что в дальнейшем поможет формированию чувства ответственности, обеспечит точность и аккуратность при выполнении работы. На этом этапе развития коллектива твердые, в том числе этические требования, к его членам предъявляются в большинстве со стороны руководителя.

Второй этап характеризуется тем, что внутри коллектива формируются микрогруппы на основе личных особенностей и интересов. Выделяются наиболее сознательные, энергичные, инициативные люди, из которых формируется актив, призванный помогать руководителю в достижении основных целей работы. На этом же этапе выявляются добросовестные, но пассивные люди, не проявляющие инициативы и активности в работе, а также негативно настроенные по отношению к руководителю работники, которые могут мешать работе коллектива. Руководитель должен, опираясь на актив, стимулировать добросовестных, инициативных работников, но в то же время быть жестким к нарушителям дисциплины, формировать общественное мнение коллектива о его членах. Руководитель начинает управлять коллективом через актив, т.е. через более авторитетную группу.

Третий этап характеризуется тем, что все члены коллектива предъявляют устоявшиеся требования, в первую очередь нравственные, по отношению друг другу и к себе. Это высшая стадия развития коллектива, к которой должен стремиться каждый руководитель. На этом этапе руководитель должен быть представителем и выразителем интересов коллектива.

Развитие коллектива не заканчивается третьим этапом. Этот процесс может и должен постоянно продолжаться и выражаться в развитии творческих сил коллектива, самоуправлении, улучшении морально-психологического климата.

Морально-психологический климат – это устойчивое состояние внутренних связей коллектива, которое проявляется в эмоционально-нравственном настрое работников, результатах их деятельности, в формировании обществен-

ного мнения. Морально-психологический климат во многом зависит от деятельности руководителя, но также и от следующих факторов: уровня механизации и автоматизации, дисциплины и охраны труда, организации труда, способов производства, распределения и потребления материальных ценностей, системы оплаты труда, квалификационно-образовательного уровня коллектива, творческого и интеллектуального потенциала работников, уровня технической эстетики и культуры производства, духовного и физического развития коллектива, системы нравственного воспитания в коллективе, условий быта и отдыха членов коллектива и др.

На морально-психологический климат в коллективе и результаты деятельности работников влияет и их *настроение*. Умение создать хорошее настроение в трудовом коллективе – одна из важных задач руководителя. В коллективе с нормальным морально-психологическим климатом преобладают доброжелательность, товарищеские отношения, уважение к друг другу, умение увидеть лучшее в человеке.

Руководителю следует обращать внимание и на *межличностную совместимость* членов коллектива.

Процесс регулирования межличностных отношений в коллективе предполагает решение таких задач, как:

обеспечение творческого стиля в управлении на всех уровнях;

внедрение системы стимулирования (поощрения работников не только за их профессионализм, но и за умение правильно взаимодействовать с партнерами);

своевременное предупреждение и разрешение конфликтов в коллективе.

В личном поведении руководитель должен быть примером для подчиненных и сотрудников. Он должен быть человеком высокой культуры поведения, владеющим знаниями и навыками в области этики деловых отношений.

Культура профессионального поведения руководителя определяется общим уровнем его интеллекта, широтой эрудиции, обширностью интересов, общим уровнем образования и воспитания.

Однако *этика профессионального поведения* руководителя требует от него определенных специфических знаний и навыков. Руководитель должен владеть следующими способностями:

знать способы профилактики и устранения конфликтов;

уметь правильно вести деловую беседу, корректно и заинтересованно выслушивать собеседника;

владеть навыками критического разбора деятельности подчиненных и сотрудников. Не допускать ущемления личного статуса и чувства собственного достоинства критикуемого сотрудника (не критиковать сотрудников в присутствии третьих лиц, не подвергать разбору личные качества сотрудников);

уметь сочетать деловую активность с собственным отдыхом и отдыхом подчиненных;

вместе с подчиненными радоваться успехам и огорчаться неудачам, снимать перенапряжение, прерывать положительными эмоциями цепь стрессовых состояний.

Руководитель – фигура, как правило, более заметная, чем остальные сотрудники, т.к. он постоянно находится под пристальным вниманием своего окружения. Поэтому отдельные результаты труда, проявления профессионального поведения, характера, личных качеств, которые остались бы вне поля зрения, применительно к обычному сотруднику, для руководителя выступают на первый план. Безусловно, руководитель должен предъявлять к себе повышенные требования, однако его оценка со стороны подчиненных не всегда бывает объективной. Не все сотрудники достаточно ясно представляют себе особенность должностной роли руководителя, поэтому определенные его функции, направленные на подчиненных, вызывают у них негативную реакцию. Это,

например, выполнение руководителем такой функции управления, как *регулирование производственного процесса*, что может вызывать у подчиненных ощущение излишнего вмешательства в их работу. Однако руководитель отвечает за результат, поэтому вынужден вмешиваться в текущую работу. Также в силу своей должностной роли руководитель должен выполнять такую функцию управления как *контроль*. Ее выполнение также нередко вызывает негативную психологическую реакцию у подчиненных. Руководитель имеет и право на *критику*.

Вместе с тем, коллективы нередко встречаются с действительно «*трудными*» руководителями. Под качествами, характеризующими такого руководителя, следует понимать: проявление непрофессионализма и некомпетентности в решении большинства вопросов, относящихся к полномочиям данного руководителя, а также незнание и пренебрежение этическими нормами поведения по отношению к коллегам по работе. Это и неумение руководителя подбирать кадры, организовывать выполнение работы, распределять обязанности между подчиненными, мотивировать их. Данные недостатки руководителя приводят к тому, что задачи, стоящие перед коллективом, выполняются неэффективно. Это вызывает негативную реакцию руководителя, который свои недостатки списывает на сотрудников.

Однако «трудный» руководитель – это хорошая модель, чтобы научиться разрешать разногласия, управлять конфликтами на их разных стадиях их развития. Многие хорошие руководители научились на примере плохих тому, как надо руководить. «Трудный» руководитель представляет сотруднику определенные возможности для профессионального и служебного роста, зачастую даже не осознавая этого.

Однако нахождение компромиссов во взаимоотношениях с «трудным» руководителем не должно нарушать жизненных принципов сотрудника и создавать проблемы для его здоровья. В противном случае оправдан крайний шаг – подача заявления об увольнении. Работа с «трудным» руководителем не

должна быть причиной нервного перенапряжения со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Важное значение для управления в целом имеет вопрос отношения руководителя к власти. Современная наука управления знает пять основных форм власти: *принуждение, вознаграждение, эталон, закон или традиция, харизма или сила личности.*

У американцев есть поговорка: «Власть без совести – бессовестная власть, а совесть без власти бессильна». Более древняя китайская культура отметила в своей пословице другое: «Согласие песок превращает в золото, а раздор – золото в песок».

Человечество настрадалось от произвола властителей и испытывает к ним глубокое недоверие. Нет для общества или общественности большей опасности, чем неверное или неграмотное использование власти, или недоиспользование возможностей власти.

В настоящее время следует использовать укрепление этики власти и выявление новых психических и нравственных ресурсов людей (руководителей, работников, сотрудников, менеджеров, общественности). Морализация власти – основа философии древнего Китая. «Там, где властвуют невеликие мудрецы, народ бывает привязан к ним и хвалит их; там же, где властвуют еще меньшие мудрецы, народ боится их; а там, где еще меньшие, народ их презирает» (Лао-Цзы).

Власть над другими приучает властителя воспринимать себя существом более высокого порядка, которому позволено то, что не позволено подчиненным. Этот *генетический код любых властных отношений является сильнейшим фактором властного поведения*, способным если не разрушить, то деформировать отношения субъекта власти с ее объектами, организацией и общественностью.

Чтобы нейтрализовать этот код, перепрограммировать личность властителя, в истории использовались различные воспитательные средства. Один из ярких и метких приемов воспитания зафиксирован в древнеиндийской поговор-

ке: «До пяти лет твой сын пусть будет царем, с пяти до десяти – рабом, а с десяти до пятнадцати – товарищем».

Руководитель не может руководствоваться убеждением, что его партнеры, подчиненные и сотрудники являются идеальными людьми. Но его подчиненные тем более далеки от подобного рода убеждений. Возможен ли в таких условиях шанс взаимопонимания и обретения справедливости, деловой успех?

На этот счет существует четыре расходящиеся между собой мнения: крайнего пессимизма, ограниченного пессимизма, умеренного пессимизма и радикального оптимизма. Вот они в перечисленном порядке:

«абсолютная власть развращает абсолютно»;

«любая всласть может испортить человека, если только в нем уже есть порча, склонность к пороку»;

«всякая власть поднимает человека над собой, способствует его возвышению»;

«только власть обладает человечностью, ибо она в руках доброго человека дает уникальные возможности принести благо и счастье множеству людей».

Этика использования власти включает в себя не только разграничение (один начальствует над многими), но и их объединение, консолидацию в рамках общей воли, делового духа, а также реализацию этой воли в делах. Поэтому большая доля ответственности за неграмотное и неверное, неполное использование ресурсов власти ложиться на общественность. «Народ заслуживает именно того правительства, которое имеет» (Гегель). Этика власти требует от общественности соблюдения следующих принципов:

1. Уважения самого института власти и законопослушания;
2. Понимания и восприятия потенциала каждого органа и субъекта власти, его программ и распоряжений;
3. Критики и давления снизу на органы власти, с тем, чтобы они лучше понимали насущные проблемы жизни, активнее организовывали дело, более ответственно выполняли должностные обязанности (в европейском сознании третий принцип был очень важным).

Другой путь сближения образов власти и властителя (руководителя) связан с результативностью совместных действий (обмен историческими идеями, информацией, совместная работа над достижением общих целей).

Теория управления сегодня накопила много знаний и о типах управления.

Есть управление *по основаниям, по стимулам и по результатам*. Но среди моделей управления все еще нет *управления по общему благополучию, управления по критериям человечности*.

Сегодня важно ставить вопрос о развитии управления в этом направлении (*самоуправление, рефлексивное управление* и т.д.). Острее всего это ощущается при воспитании руководителей. Главное в управлении – это задействовать глубинные факторы деятельности людей, их установки, культуру, этику, творческие элементы деловой и бытовой среды.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом. М.: ГЕЛАН, 2001.
3. Ганжин В.Т. Этика менеджмента и делового общения. Проблемно-тематический курс. М.: МИЭП, 1995.
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс.2008.
5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА-М, 2002.
6. Силин А.Н., Хайруллина Н.Г. Управление персоналом в нефтегазовой компании. М.: ЦентрЛитНефтеГаз, 2008.
7. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента. М.: Дашков и К, 2007.
8. Управление персоналом организации Учебник / Под ред. А.Г.Поршнева. А.Я. Кибанова, В.Н. Гунина. М.: ИНФРА-М, 2002.
9. Шепель В.М. Настольная книга бизнесмена и менеджера. Управленческая гумани-тарология. М.: Финансы и статистика, 1992.

Глава 9. Этика деятельности организации

Социальная ответственность и этика организаций. Этические нормы в деятельности организации. Оценка нравственной атмосферы в организации. Этические кодексы: их виды и особенности. Комитеты этики, комитеты по этике, обучение нравственному поведению, этические экспертизы, этическое консультирование в организации. Улучшение морального климата в российской организации

Организация – это экономическая система, обязанная заботиться об эффективности своих ресурсов. Поступая таким образом, организация выполняет экономическую функцию производства продукции или оказания услуг, необходимых обществу, обеспечивая одновременно работу гражданам, максимальные прибыли и вознаграждение акционерам.

Вместе с тем, организация – это нечто большее, чем экономическая система. Современная организация зависит от множества ее составляющих. Это, например, потребители, поставщики, средства информации, союзы и объединения, работники и держатели акций. Они могут существенно влиять на достижение целей организации, поэтому последней приходится уравнивать чисто экономические интересы с другими интересами, например социальными и этическими.

Поскольку организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют, они должны направлять часть своих средств и усилий на социальные нужды, жертвовать на благо и совершенствование жизни общества. Организации должны действовать и в таких сферах как защита окружающей среды, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и др.

Обществу и человеку не безразлично, по каким правилам и какими средствами достигаются цели организации. Поэтому все острее встает вопрос об этике организации, т.е. об отношениях с обществом и другими организациями и об этических отношениях внутри организации.

Этические проблемы возникают при рассмотрении роли организации в обществе. На разных этапах развития общества роль организации оценивается по-разному. Например, во время переходного периода, который переживает наша страна, организации призваны решать следующие задачи: приспособиться, выжить, получить прибыль, сохранить рабочие места и квалифицированные кадры, стать конкурентоспособными. С наступлением более благоприятных времен функции организации расширяются. Специалисты рыночных отношений называют уже такие задачи как благотворительность, социальная ответственность, безопасность и др. Социальная ответственность, к примеру, рассматривается как отклик организации на социальные проблемы своих работников, жителей своего города, края, страны.

Социально ответственная деятельность организации может быть для нее очень полезной, т.к. организация получает тогда ряд преимуществ:

формируется более привлекательный образ организации в обществе;

возрастает доверие к организации;

увеличивается товарооборот и количество клиентов;

появляется возможность получать более выгодные заказы;

благодаря возросшему авторитету, организация может вести более активную, эффективную политику в обществе, расширять свою деятельность;

появляется возможность добиться снижения местных налогов и др.

Важнейшими принципами эффективной политики социальной ответственности, которые могут служить ориентирами для организации, являются:

помощь организации, которая, прежде всего, должна быть направлена на человека;

помощь организации, которая должна быть направлена на удовлетворение основных потребностей людей в еде, жилье, отдыхе, чистой воде, безопасности.

Организация также может вложить средства в:

обеспечение жителей экологически чистой водой;

создание дополнительных рабочих мест;

строительство жилья для бездомных;

бесплатное питание для неимущих, обеспечение их одеждой;

благоустройство микрорайонов;

помощь многодетным семьям;

строительство и обустройство мест отдыха;

улучшение экологии;

улучшение питания школьников и дошкольников;

строительство школ и детских садов;

строительство библиотек и других учреждений культуры;

помощь музеям и др.

Для успешного функционирования организация должна уметь откликаться и на проблемы, возникающие в социальной среде. Однако организация может нарушать принципы социальной ответственности и не выполнять свои этические обязанности.

К примерам неэтичного ведения дел в организациях относятся:

конкурентная борьба, оттесняющая этические соображения;

отсутствие системы вознаграждения руководителей за соблюдение нравственных принципов внутри и вне организации;

общее снижение значения этики в обществе, что оправдывает неэтичное поведение на рабочем месте.

Организации принимают различные меры с целью развития нравственных принципов в деятельности руководителей и рядовых работников. К таким

мерам относятся создание комитетов по этике, обучение нравственному поведению и выработка этических кодексов.

Так, например, к вариантам поведения, запрещенным комитетами по этике, относятся взятки, вымогательства, подарки, выплата незаконно полученных денег, конфликты на почве столкновения интересов, раскрытие секретов организации, использование информации, полученной в доверительной беседе, неэтичное поведение ради интересов организации и др.

Организациями используется обучение сотрудников и руководителей этике поведения. Работников знакомят с основами этики и с помощью деловых игр помогают решению нравственных проблем.

Регулирование моральных отношений в организации происходит при помощи этических норм, заключающих в себе моральные ценности и правила, которых должны придерживаться работники организации в своей деятельности.

Так, нормы морали в организации запрещают дискриминацию по следующим признакам: раса, цвет кожи, религия, пол, половая ориентация, возраст, национальность, стаж работы, убеждения, партийная принадлежность, образование, социальное происхождение, имущественное положение и др.

Запрету также подлежат сексуальные домогательства, высмеивание работников, расовое и религиозное презрение, замечания, шутки и другие действия, создающие агрессивную обстановку на рабочем месте, угрозы, грубость, использование наркотиков, появление на рабочем месте в состоянии алкогольного опьянения, неправильное и неэффективное пользование собственностью организации. Кроме того, запрещается разглашение информации, являющейся служебной, коммерческой тайной организации, хранение материалов личного характера на рабочем месте, использование средств связи организации в личных целях, передача администрации неточной, искаженной информации, обман для завышения своих расходов на проезд, питание, проживание в служебных командировках, обман государственных, правительственных органов, ложные заявления от имени организации, злоупотребление силой и влиянием своей ор-

ганизации и угрозы по отношению к другой, пренебрежительные высказывания, унижение конкурентов, подслушивание, наем служащих для получения частной информации о сотрудниках или конкурентах, взяточничество, получение подарков и денег от клиентов, вручение подарков представителям поставщиков и др.

Для улучшения морального климата в организации разрабатываются *этические кодексы*, описывающие систему ценностей, нравственных норм и правил в деятельности организации, которых должны придерживаться ее работники. Этические кодексы состоят из системы общих профессионально-нравственных норм и правил. Они принимаются на общем собрании коллектива, но могут быть приняты и администрацией, однако обязательно утверждены общим собранием или конференцией работников.

Этические кодексы организации включают следующие разделы:

Введение

Послание руководителя организации

Пожелание, каким должен быть работник организации

Каналы связи

Трудовые династии

Частная жизнь работников

Собственность организации

Традиции и ритуалы организации

Конкурсы профессионального мастерства

Юбилеи работников

Деловая репутация

Честь и достоинство работников

Взаимоотношения с другими организациями

Отношение к законам

Использование торговых марок

Авторские права

Отношения с государственными и муниципальными служащими

Отношения между руководителями и подчиненными

Отношения между руководителями

Отношение к женщинам – работникам организации

Отношение к молодежи, работающей в организации

Отношение к тем, кто работает и учится

Отношение организации к пенсионерам

Основные ценности организации

Основные этические принципы

Правила конкуренции

Социальная ответственность организации

Принципы справедливости в организации

Этические кодексы доводят до работников организации в виде печатных материалов. Этический кодекс может быть разработан для организации в целом, в этом случае он содержит правила общие для менеджеров и для рядовых исполнителей. В другом случае этический кодекс может быть разработан для определенных функциональных подразделений организации с целью решения специфических этических проблем. Чтобы сделать этические кодексы более действенными, в организациях нередко принимают определенные дисциплинарные меры в наказание за нарушение кодекса и в поощрение поступков, совершенных в соответствии с его правилами. Характерной чертой современных этических кодексов является подробная и тщательная проработка разделов, со-

держащих рекомендации по устранению этических проблем, возникающих из-за конфликта интересов.

Невозможно предусмотреть и охарактеризовать в кодексе любую этическую проблему, встречающуюся в организации, однако кодекс помогает в решении наиболее часто встречающихся этических проблем. Кодексы представляют собой своеобразные «путеводители» к правильному поведению, дают ориентиры в спорных ситуациях, помогают контролировать неэтичные поступки.

Первые этические кодексы появились в США в начале XX в. Первоначально это были краткие формулировки основных нравственных идей в американских корпорациях, например: «Компания придерживается стандартов американской системы свободного предпринимательства». Некоторые из таких кодексов существуют до сих пор в виде «кredo» корпорации. Краткий и ясно сформулированный документ компании «Джонсон и Джонсон», принятый в 1945 г. с тех пор так и не менялся. Когда в 1977 г. специалисты провели социологическое исследование среди американских компаний, численность которых превышала 500 человек, выяснилось, что в 90 % таких компаний имелись этические кодексы.

Инициаторами и авторами кодексов являлись в основном представители высшего управленческого персонала. Большинство компаний наказывали своих сотрудников за следующие нарушения: взятки, принятие дорогих подарков, принятие решений, отвечающих личным интересам, неуступчивость в конфликте интересов, личное поведение, нанесшее вред репутации компании, ведение противозаконной политической деятельности, прямое или косвенное использование внутренней информации в личных целях, фальсификация данных о положении дел в компании, неэтичное поведение. Многие компании постоянно напоминали своим менеджерам о необходимости следовать этическому кодексу и в большинстве случаев требовали письменного на то согласия.

Проведенный анализ содержания этических кодексов американских компаний, позволил определить темы, наиболее часто затрагиваемые в настоящее время в кодексах. Это отношение к исполнительной власти, отношение к клиентам и партнерам, отношения с подчиненными, отношения с конкурентами, отношения с иностранными правительствами, гражданские и общественные обязанности, защита окружающей среды, ведение дел за рубежом.

Так, корпорация «Нортон», крупный многонациональный производитель промышленных товаров, ввела у себя этический кодекс в середине 70-х годов. Сегодня это 12-страничный документ под названием «Политика «Нортон» в сфере этики бизнеса». Общие принципы морального кодекса сочетаются в нем с конкретными и подробными деловыми указаниями. Основными темами данного кодекса стали соответствие федеральным и местным законам, ответственность перед всеми заинтересованными сторонами и внутренние организационные проблемы.

Этический кодекс компании «Кока-Кола» состоит из пяти разделов: первый регулирует выполнение обязательств по бухгалтерским отчетам компании; во втором разделе описаны потенциальные конфликты, которые могут возникнуть при столкновении интересов служащих компании; третий раздел документа регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками; в четвертой части регламентируется участие служащего в деятельности политической партий и других компаний; пятый раздел содержит указания по реализации правил кодекса.

Вне Америки корпоративные кодексы в настоящее время имеют еще слабое распространение. Исследование 200 ведущих корпораций мира показало, что только 30% неамериканских компаний имеют свои кодексы.

Наряду с *корпоративными* кодексами получили развитие и *профессионально-нравственные* кодексы. Так, в США были приняты кодексы ряда профессиональных объединений: ассоциации производителей мороженого, ассоциации работников похоронных агентств, американского общества издателей пе-

риодической прессы, работников рекламных агентств и др. Некоторые из профессионально-нравственных кодексов США помещены на страницах Интернета (например, «Кодекс Ассоциации независимых предпринимателей в области информационных коммуникаций», 1997 г.). Согласно данному кодексу, член Ассоциации берет на себя следующие обязательства:

1. Поддерживать профессиональную репутацию, т.е. быть честным, компетентным, соблюдать конфиденциальность;

2. Представлять своим клиентам самую последнюю и полную информацию, насколько это позволяют денежные средства и время, предоставляемые клиентами;

3. Указывать клиентам источник информации и степень его надежности;

4. Браться за выполнение только тех проектов, которые не выходят за рамки законности и не наносят вреда профессии;

5. Удовлетворять условиям конфиденциальности, желательным для клиента, т.е. не разглашать вид предоставляемых услуг, личность клиента, цель выполняемых работ;

6. Признавать право интеллектуальной собственности, лицензионное право и другие соглашения с поставщиком, предупреждать клиентов о тех обязательствах, которые они берут на себя при заключении соглашения;

7. Поддерживать профессиональные взаимоотношения с электронными библиотеками и следовать всем правилам доступа в них;

8. Нести ответственность за соответствие данному кодексу действий своих служащих.

В современной России процесс создания профессионально-нравственных кодексов находится стадии развития (хотя еще более двадцати лет тому назад автор участвовала в разработке ряда профессионально-нравственных кодексов, например, «Кодекс руководителя производственного коллектива» и др.).

В настоящее время можно привести в пример положения «Российского национального кодекса деятельности в области информатики и телекоммуникации», принятого в 1996 году:

1. Не производить (копировать) и не использовать программные и технические средства информатики и телекоммуникаций без разрешения (лицензии) собственника (изготовителя) или владельца и не приобретенные на законных основаниях;

2. Не нарушать законодательство об охране интеллектуальной собственности и признанные нормы авторского права на программные средства и базы данных;

3. Не нарушать тайны передачи сообщения, не практиковать вскрытие информационных систем и сетей передачи данных;

4. Не использовать наименования и аббревиатуры других фирм, компаний и организаций без их согласия;

5. Не извлекать прибыль от использования товарного знака или символа, принадлежащего другой организации или фирме.

Следует обратить внимание, что данный кодекс напоминает кодексы США 20-х годов (современные американские кодексы обращены прежде всего к клиенту, а российский ориентирован на отношения с партнерами и конкурентами).

Существуют в России и другие профессионально-нравственные кодексы, например: «Кодекс чести банкира» (1992 г.); «Кодекс чести международных автомобильных перевозчиков России» (1996 г.); «Кодекс профессиональной этики Российского общества оценщиков» (1994 г.). Деловая этика в данных документах связывается с российской культурой хозяйствования. Кодексы содержат универсальные нравственные принципы: держать слово, быть честным, проявлять бескорыстие, гуманность, пунктуальность, благоразумие, предприимчивость, содействовать становлению культурных межнациональных отношений.

Кроме того, особое внимание обращается на следующие моральные правила: не нарушать закон, соблюдать нормы добросовестной конкуренции, строго выполнять договорные обязательства, отказаться от недобросовестных форм ведения предпринимательства, оказывать помощь в экстремальных условиях.

Наиболее распространенными нарушениями, осуждаемыми в российских кодексах, являются: использование чужих товарных знаков, незаконное использование чужой собственности, применение физического насилия в борьбе с конкурентами, обман, дача ложных сведений, вымогательство, получение от клиента вознаграждения и др.

Существуют *национальные* кодексы деловой этики. Один из первых таких кодексов появился в России в 1912 г. В 1924 г. Комитет по этике бизнеса при Торговой палате США разработал национальный этический кодекс «Принципы ведения бизнеса». В этом документе говорилось, что в основе бизнеса лежит эффективное оказание услуг, взаимная выгода и доверие, проистекающее из справедливых отношений.

В 90-е годы XX в. наметился переход от национальных к *международным* этическим кодексам. Это, например, Декларация «Принципы бизнеса», принятая в швейцарском городе Ко (Саух) (на принципах данной Декларации мы подробно останавливались в первой лекции).

В организациях разрабатываются *карты этики* – набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс в расчете на каждого сотрудника. Они содержат имя и телефон консультанта организации по этическим вопросам.

В ряде организаций создаются *комитеты по этике*, которые разрабатывают этические вопросы и вносят их для обсуждения правлением, доводят основные требования этического кодекса до сведения всех менеджеров и рядовых сотрудников, разрабатывают систему санкций для поддержки этических кодексов, обеспечивают консультации по этическим вопросам. Одни организации со-

здают постоянные комитеты по этике, куда входят руководители ряда подразделений, другие предпочитают приглашать специалистов по деловой этике.

В организациях осуществляется *обучение нравственному поведению* руководителей и рядовых сотрудников. В ходе обучения участники знакомятся с требованиями этики деловых отношений, что повышает их восприимчивость к этическим проблемам, осваивают наборы готовых решений, укладывающихся в рамки нравственных требований.

В организациях проводятся *этические экспертизы*, представляющие собой всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации, который вызывает озабоченность руководства организации и может повлиять на ее имидж. Результатом такой экспертизы становится система предложений, направленных на улучшение морального климата и внесение коррективов в практику деятельности организации.

Этическое консультирование в организации проводится тогда, когда возникшие проблемы не могут быть разрешены силами самой организации из-за их сложности или противоречивости нравственных ситуаций. Тогда приглашаются компетентные специалисты по этике деловых отношений со стороны.

Средством защиты норм этики от нарушения является общественное мнение организации, суды чести, подразделения, рассматривающие конфликты.

В условиях становления рыночных отношений в нашей стране соблюдение моральных норм в деятельности организации во многом зависит от работодателя. Нередко в погоне за прибылью его действия, к сожалению, бывают аморальными. Аморальные действия российского работодателя могут заключаться в следующем:

в непризнании прав наемного работника и неисполнении по отношению к нему своих прямых обязанностей;

в привнесении агрессивности в трудовые отношения;

в сохранении опасных для здоровья условий труда;

в низком уровне организации труда;
в отказе от управления дисциплиной;
в страхе как основном методе управления нанимаемыми работниками;
в управлении наемными работниками посредством произвола;
в унижении чести и достоинства человека, его деловой репутации;
в необъективном отношении к человеку;
в нарушении трудового законодательства и др.

Все ведущие корпорации мира в настоящее время уделяют большое внимание вопросам нравственности. Однако в организациях нашей страны сегодня действуют три вида моральных отношений: советские, «дикого рынка» и собственно рыночные.

Моральные отношения советского периода проявляются тогда, когда в организациях стараются сохранить такие моральные принципы как взаимная выручка, взаимопомощь, солидарность, бескорыстное поведение, товарищество, равная оплата за равный труд и др.

Мораль «дикого рынка» – это отношения произвола, законов силы, отсутствия справедливости. «Дикому рынку» присущи спекулятивные, грабительские тенденции, паразитизм, хищническая эксплуатация наемного труда, стремление к наживе любой ценой, безразличие к людям, антагонизм по отношению к производителю. Подобные отношения возможны лишь тогда, когда в обществе еще не установились справедливые, демократические принципы.

Мораль развитого рынка основана на убеждении, равенстве прав, уважении личности работника.

Этика трудовых отношений в российской организации должна предполагать их оценку с помощью понятий:

справедливо – несправедливо;

гуманно – негуманно;

человечно – бесчеловечно;

нарушение прав – защита прав;

ограничение свободы – развитие свободы;

равное положение – неравное положение и т.д.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА-М, 2002.
4. Модернизация. Университет. Прикладная этика// Ведомости. Вып.37. Под ред. Бакштановского В.И., Новоселова В.В. Тюмень: ТюмГНГУ, 2010.
5. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М.: Дело, 2001.
6. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента. М.: Дашков и К, 2007.
7. Силин А.Н., Хайруллина Н.Г. Управление персоналом в нефтегазовой компании. М.: ЦентрЛитНефтеГаз, 2008.

Глава 10. Этика предпринимательской деятельности

Понятие этики предпринимательства. История этики предпринимательства на Западе. История этики предпринимательства в России. Этика «экономического человека» и «человека-хозяина». Этика предпринимательства в современной России. Основные нарушения в этике предпринимательства. Возможность возрождения этики предпринимательства в стране и в мире.

Этику предпринимательства в той ее части, которая рассматривает вопрос о соответствии деятельности предприятия рыночному порядку, или о степени ответственности предприятия перед обществом, можно рассматривать как часть социальной или административной этики.

Этику предпринимательства в той части, где обсуждаются практические вопросы поведения руководителя, отношения между сотрудниками фирмы, права потребителя, моральные стандарты и ценностные конфликты, можно рассматривать как профессиональную этику.

Этика предпринимательства – это учение о целях, ценностях, принципах и нормах предпринимательской деятельности. Этика предпринимательства одновременно является и этикой прав потребителя.

Основная цель этики предпринимательства – сформулировать основные нормативы, корпоративные правила и профессиональные кодексы поведения на разных уровнях и этапах ведения бизнеса.

Динамичное развитие индустриального общества, развитие рынка и маркетинга, изменение структуры потребностей, небывалый рост транснациональных корпораций способствуют развитию этики предпринимательства в настоящее время. Например, годовой доход корпорации «Форд» выше, чем ВВП Тайланда, годовой доход IBM выше, чем ВВП Колумбии и Греции, годовой доход «Джерерал электрик» выше, чем ВВП Кувейта (см.: Алексина Т.А. Прикладная этика, с. 120). Экономика в масштабах корпорации ведет к росту бюрократии, что означает подавление личной инициативы и социальной ответственности.

Это порождает множество сложных этических проблем для предпринимателей как для лиц принимающих решения.

Впервые проблема социальной ответственности предпринимательства в соотношении с проблемой социальной справедливости была остро поставлена в марксистской теории. Так, К. Маркс в работе «Манифест коммунистической партии» отмечал опасные тенденции распространения капитализма на некоторые формы духовного производства.

Однако в XX веке нравственные искания Запада, апеллирующего к частному успеху, где победу одерживает сильнейший, привели его на путь экономики, не одухотворенной внутренними смыслами. Основными параметрами западного хозяйства стали стоимостные показатели. Всем явлениям общества и культуры стала придаваться товарная, отчуждаемая форма меновой стоимости. Основная масса денег начала вращаться в сфере спекулятивных операций, а не производства. Произошла дискредитация внеэкономических (духовных) ценностей, а также очищение хозяйственной культуры от нравственных ценностей, путем их тотальной коммерциализации. Мораль с присущей ей системой категорий начала приобретать стоимостные формы. Об этом прямо пишется в работе Ф. Фукуямы «Великий разрыв». Ее автор пишет: «Современные постиндустриальные капиталистические экономики будут создавать постоянный спрос на социальный капитал... Мы можем быть более или менее уверены в этом, поскольку известно, что частные лица для достижения своих собственных эгоистических целей будут стремиться создавать социальный капитал и добродетели, связанные с ним, – такие, как честность, надежность и взаимность...» (Фукуяма Ф. Великий разрыв, с. 347).

В XX веке господствующим социокультурным типом предпринимателя на Западе стал «экономический человек». Экономический человек - это яркий образец рационализованного существа. Данная основная черта ключевой фигуры экономической жизни западного общества обусловлена спецификой его хозяйственной деятельности. Ценности морали несоответствующие императивам утилитаристской этики и не вписывающиеся в логику хозяйственной жизни

либерального общества, подвергаются «экономическим человеком» тотальному отрицанию.

«Экономический человек» обладает яркой экстравертивной направленностью, в основе которой "иметь" (потреблять мир), а не "быть" (реализовать себя в мире) (Э.Фромм).

Деятельность «экономического человека» основана на ценностях прагматизма, утилитаризма и гедонизма в самых крайних и даже искаженных формах. Сказанное полностью относится той к наиболее экономически активной части населения постсоветской России, которая объясняет свою зачастую асоциальную деятельность, так называемой, «этикой успеха». Ценности «этики успеха» получили распространение на Западе в эпоху протестантизма, когда данная этика выступила основой для трудовой морали и массовой консолидации общества. Однако западной культуре не удалось сохранить свои прежние нравственные ориентиры.

«Этика успеха» как официальная духовная доктрина экономических реформ в России ориентирована на то, чтобы догнать Запад прежних эпох, в то время как сегодняшний Запад размышляет о ценностях «постэкономического», постмодернистского и постсовременного общества.

Следует обратить внимание на то, что и сегодня еще среди части российских ученых продолжается навязывание русской культуре ценностей пресловутой этики. Мало чем отличается от «этики успеха» и этика утилитаризма, которая за последнее время стала объектом пристального внимания некоторых отечественных исследователей. Исходя из постулатов «этики успеха» можно сделать вывод, что ее главными субъектами в России выступают представители крупного бизнеса, прежде всего, в сфере финансов и коммерции. Однако отношение к ним населения страны является крайне негативным. Не является ли этот факт доказательством того, что данная этика в современной России не имеет ни нравственной поддержки, ни духовной и социальной базы, ни будущего.

Следует отметить также, что эпоха, зовущая к «цивилизации достижений» и изгнавшая из российской деловой морали ценностные ориентации на «служение» и как следствие его трудовой героизм и жертвенность, сегодня терпит фиаско. Это происходит потому, что повседневная жизнь постоянно обучает российских тружеников добродетелям «неуспеха» (а «успехи» ничтожно малой части населения значительно более демагогичны даже, чем вчерашние успехи «показательных трудовых коллективов»). Следует отметить также, что современная потребительская утилитарно-гедонистическая этика является симптомом заката индустриальной цивилизации.

«Экономический человек» поклоняется ценностям предметного, материального мира. Отсюда следует отметить фетишизацию его сознания. Фактом сознания «экономического человека» стал товарный и особенно денежный фетишизм в его самых искаженных формах (главным фетишем современности выступает доллар).

Нужно не упускать из виду, что русские мыслители (начиная с А.С.Хомякова и И.В.Киреевского и заканчивая философами серебряного века) целостность личности (единство знаний, веры, добра, любви, совести и воли) рассматривали в качестве одного из величайших критериев духовности. В этом смысле экономический человек, безусловно, выступает тупиком человеческой сущности.

Фактом современной истории является стремление "экономического человека" стать неким Абсолютом, Богом по отношению к внутреннему (духовному) человеку и природе. Такое состояние русские ученые (Н.Бердяев) называли состоянием "антихриста". Здесь экономический человек использует всю мощь индустриального общества. Его тотальное насилие над природой (из недр земли ежегодно извлекается тонн: 4 млрд. тонн угля, нефти, железной руды, расходуется более 3 млрд. растительной массы, а в атмосферу попадает около 10 млрд. тонн углекислого газа и т.д.) убеждает нас в антигуманной сущности экономического человека.

Следует отметить, что в настоящее время личность «экономического человека» все более нравственно перерождается. С ростом богатства растет его самоуверенность и алчность. Он все более вторгается в такие сферы общества как мораль, культура, искусство, образование и спорт, что приводит к их деградации и разрушению.

Об этом прямо заявляет даже американский миллиардер и меценат Д. Сорос. В работе «Кризис мирового капитализма он пишет: «... Система мирового капитализма является по своей природе чисто функциональной, а функция, на которой она строится является исключительно экономической... По мере того как система расширяется экономическая функция начинает доминировать над жизнью людей и обществ. Она проникает в сферы, которые раньше не считались экономическими, такие как культура, политика, и профессиональные знания... Денежные ценности узурпировали роль подлинных ценностей, а рынки стали господствовать в таких сферах общественной жизни, где им не должно быть места. Я имею в виду такие профессии как юрист и врач, политик, педагог, ученый, работник искусства, а также специалист в области так называемых общественных отношений» (Сорос Д. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности, с. 113 – 114, 226).

Следует, тем не менее, отметить, что в последнее время в западной и российской науке речь идет о традиционных ценностях, о необходимости возвращения к «обществу доверия» и «человеческого капитала» (Ф.Фукуяма), о «солидаристской этике» и этике гражданской взаимопомощи (Ю.Хабермас), а также о новом типе личности, которая могла бы противостоять крайностям индивидуализма в постмодернистской, «постэкономической» культуре.

Русская же культура (в том числе ее основные религиозно-моральные установки, заключающиеся в православии и старообрядчестве) убеждает нас в том, что в основе этики предпринимательства может быть не «экономический человек», стоящий в центре мира, активно реализующий себя в нем и подчиняющий мир себе, а «человек-хозяин» с высоким уровнем религиозных,

нравственных и других ценностей (также как и в буддистской и конфуцианской цивилизациях – Индии, Китае, Японии, Южной Корее).

В основе русской духовной культуры находятся ценности соборности, софийности, всеединства и «всечеловечности», а также чувство глубокого внутреннего родства с миром. Это требует от человека таких нравственных качеств, как бережное, гармоническое и мудрое отношение к миру, когда личность выступает и как часть мира, и как его созидатель.

Если в западной этике предпринимательства в основу поставлена «атомизированная», автономная успешная личность, то в рамках русской культуры ценность успеха всегда связана с системой абсолютных нравственных ценностей. В отличие от культуры Запада в русской предпринимательской этике стремление к личному интересу подчинено «служению», т.е. добровольному желанию улучшить мир, действовать, сообразуясь с его внутренними принципами, ощущая причастность к «общему делу».

Если в культуре Запада понимание успеха связано, прежде всего, с индивидуальными достижениями личности, а установки на богатство и собственное дело предписаны деловому человеку (предпринимателю) как духовно-нравственные ориентиры, то в русской культуре успех всегда выходит за рамки индивидуального, подчиняется более высоким целям. Богатство же и собственное дело получают ценность только тогда, когда с их помощью предприниматель творит добрые дела, служит обществу и людям. В этом смысле установка на успех в русской культуре всегда связана с установкой на служение.

Следует отметить, что перспективность нравственных форм организации хозяйственной жизни в русской культуре в целом осознается ныне и на Западе. Это, например, историческое отсутствие в России ориентации на «прибыль ради прибыли». Это и русская национальная этическая традиция близости человека к труду, когда труд становится внутренней потребностью и когда вместо дуализма духовного и материального начал устанавливается их равновесие; отношение к индивидуальному и общему в России, где на первом месте утверждается общность: интересы общины становятся выше личных; понимание су-

ти богатства, когда богатство понимается как средство делать людям добро и др.

Отстав от Запада экономически, Россия раньше его подошла к необходимости перехода в качественно новое состояние, где на смену «экономическому человеку» и приоритету экономической цивилизации, не одухотворенной нравственными смыслами, приходит приоритет духовного человека, а именно, - человека - хозяина. Потребность в таком переходе является следствием всей логики мирового развития, которая в России, в силу специфики ее истории, получила большие возможности для своей реализации.

Пример ведущих предпринимателей дореволюционной России и Западной Сибири (часть из которых принадлежала к старообрядцам) П.Третьякова, С.Мамонтова, И.Морозова, М.Сидорова, А.Сибирякова, К.Высоцкого, П.Подаруева, И.Игнатова, Н.Машарова, А.Текутьева, И.Колокольникова, Н.Чукмалдина и других – убедительное подтверждение сказанному. В отличие от большинства нынешних бизнесменов, в рамках деятельности которых нравственный элемент представлен ценностями «этики успеха» (а на самом деле успеха, не содержащего этики), деятельность дореволюционных предпринимателей являла собой пример этики служения, в основе которой находились высшие нравственные ценности и Отечество. Будучи, с одной стороны, людьми весьма успешными, являясь блистательными хозяйственниками, данные предприниматели, с другой стороны, выражали себя в ряде неэкономических видов деятельности, моральной, социально-политической, правовой, эстетической, художественной, экологической и др. Они доказали возможность хозяйствования без ставки на индивидуализм и наживу. Именно данные представители русской хозяйственной культуры продемонстрировали миру мораль национально-го служения и ответственности.

В настоящее время в России действует рынок, представленный предприятиями различных форм собственности, работают акционерные общества, арендные предприятия, банки, товарные и фондовые биржи.

Появился класс предпринимателей, банкиров, фермеров, менеджеров, которым необходимо осознание морального, цивилизованного бизнеса. Любое предприятие или фирма, желающие улучшить свой имидж, гарантировать доверие потребителей, обеспечить экономическую и социальную стабильность должны заниматься вопросами этики. Каждое предприятие, стремящееся избежать внутренних и внешних конфликтов разного рода, вынуждено обращаться к этике.

Однако суровая правда жизни состоит в том, что реформы, основанные на западных моделях развития, тормозят развитие России и ее регионов, поворачивают страну вспять.

Так, в масштабах страны продолжают применяться инструменты авторитарной культуры и институционального насилия. Культурное сознание забито отжившими идеологическими штампами. Буксуют основные механизмы рынка. Развитию рынка мешает бюрократический чиновничий аппарат. Деформация рыночного порядка – отсутствие справедливой конкуренции, олигархический капитализм, политический авторитаризм также являются помехой для цивилизованного рынка и маркетинга. Российской экономике не хватает справедливой конкуренции, которая уравнивает позиции всех производителей и создает условия для поощрения лучшей продукции.

Угрозу рыночному порядку несет и политически-олигархический капитализм, влекущий за собою искажение справедливой рыночной конкуренции. Авторитаризм – неизбежное следствие нашего прошлого, связанный с неразвитым гражданским обществом.

Сегодня в регионах России отсутствует развитая система политической и экономической поддержки хозяйства и предпринимательства, отмечается развал производственных связей, чему способствовали политические эксперименты в хозяйственной сфере, произошел кризис трудовой и профессиональной морали, существует разрыв между ценностями повседневного трудолюбия и достойным образом жизни, отсутствует опора на ценности прошлого в системе моральных ценностей хозяйствующих субъектов.

Появились виды бизнеса неподвластные никакому закону и бизнесмены (олигархи), внушающие страх.

Важнейшей этической проблемой является тотальное отчуждение в масштабах страны предпринимательской собственности от тружеников. Общество на деле не является владельцем тех ресурсов, на которых основывается жизнедеятельность его членов. Не учитывается равное право каждого гражданина России на природно-ресурсный потенциал страны (как, например, в Норвегии, в нефтедобывающих странах Ближнего Востока, в американском штате Аляска).

Подтверждением сказанному является несоответствие механизма формирования, с одной стороны, национального богатства страны, а с другой – ее федерального бюджета. Национальное богатство России в настоящее время обеспечивается на основе следующих первичных факторов производства:

- 75% дает рента (ресурсы);
- 20% дает капитал;
- 5 % дает труд.

Бюджет же страны собирается на основе следующих пропорций налогов:

- рента (ресурсы) дает 13% налоговых поступлений;
- капитал дает 17 % налоговых поступлений;
- труд дает 70 % налоговых поступлений .

В результате приватизации власть в стране над ресурсами во многом перешла к мошенникам. Многие из них, заняв высокое положение, чувствуют себя в безопасности и направляют средства на создание солидной репутации. Общество их не осуждает. А им не знакомо чувство раскаяния «Да, конечно. Я крал,- бросил как-то один из олигархов, - А в нашей стране, если не украдешь, погибнешь».

Изучив деятельность современного предпринимательства Западной Сибири, нам удалось установить, что формирование деловой этики в деятельности западносибирского предпринимательства в постсоветский период также позволяет сделать вывод о противоречивости ее характера. Современное западно-

сибирское предпринимательство очень неоднородно и по своему составу, и по своим моральным ориентациям.

Сегодня российская экономика продолжает держаться на плаву, лишь благодаря наличию колоссальных природных ресурсов, имеющих в ряде регионов страны. Сказанное в первую очередь относится к западносибирскому региону с его богатейшими нефтяными и газовыми месторождениями.

В регионе развито крупное предпринимательство в лице нефтяных и газовых компаний. Однако руководство большинства данных компаний не спешит вкладывать средства в крупные инвестиционные проекты, жизненно необходимые для региона. С одной стороны, этому мешает нестабильная ситуация, сложившаяся на мировом и отечественном рынке нефти и газа, с другой стороны, нестабильная ситуация в обществе, находящемся в состоянии бифуркации (крупные предприниматели прекрасно понимают, что общественная ситуация в России может в любой момент измениться и тогда они лишатся всего приобретенного за период перестройки). Прослеживая историю развития западносибирского бизнеса, можно убедиться, что важнейшей чертой крупного регионального предпринимательства конца прошлого – начала настоящего столетия являлась теснейшая связь с регионом, понимание его как малой родины, постоянная забота о его промышленном и культурном развитии.

В настоящее время в России и ее регионах речь должна идти о хозяйственной модели нового общества, в котором духовные и, прежде всего, нравственные принципы станут основой экономического поведения субъектов рынка. Главным из них, с точки зрения академиков С.Ю.Глазьева и Д.С.Львова, является принцип: «То, что не является делом рук человеческих, а даровано нам свыше, от Бога – окружающая нас природная среда и ресурсы, которые она дает нам для нашей жизнедеятельности, нашего здоровья и будущего развития, должно принадлежать всем!». Этот принцип, как пишет Д.С.Львов, «...должен найти отражение в такой цивилизационной норме как обеспечение равного доступа каждого гражданина к природно-ресурсному потенциалу своей страны, а

в глобальном контексте – всего планетарного сообщества» (Львов Д.С. Экономика развития, с. 15).

Игнорирование нравственных принципов в рыночной экономике приводит к нарушению равновесия в общественном укладе. А это, в свою очередь, создает трудно преодолимые препятствия для нормального воспроизводства человеческого капитала, разрушает нравственное здоровье нации, резко усиливает социальное расслоение общества, замедляет экономический рост и создает зримые предпосылки смены эволюционного развития общественного уклада на революционный (см. там же).

Также следует обратить внимание и на то, что важной нравственной чертой хозяйственной этики предпринимательства является гармония с природой, а экономики – хищническая эксплуатация природных богатств. Парадоксально, но является фактом, что последние десятилетия на Западе (родине «экономического человека») все чаще стали звучать призывы заменить императив классической политической экономии – "Экономика прежде и превыше всего" на непривычный – "Экология прежде и превыше всего". Это может означать только то, что идея русского философа-космиста Н.Ф.Федорова о превращении природы «из временного врага в друга вечного» встала в повестку дня человечества на рубеже третьего тысячелетия.

Вместе с тем попытка формирования российской этики предпринимательства не может быть плодотворной без анализа ценностей, составляющих духовную культуру общества в целом, понимания особой нравственной ситуации (в том числе и ее регионального контекста), сложившейся в современной России.

Отсутствие объединяющей идеи, эксперименты в социальной и экономической сфере, дефицит нравственных идеалов привели сегодня к разобщению российского общества, где говорить о «служении» представляется неправомерным, в том числе и для тех видов деятельности, которые на нем основаны и которые его предполагают (защита Родины, предпринимательство). Чтобы решить эту проблему необходимо устранение духовного и нравственного вакуу-

ма, а именно четкая формулировка идеологических ориентаций, национальных целей, идеалов, а также идентификация личности с ценностями своей культуры. Этика служения должна стать фактом массового сознания в современной России. Поэтому особенно важна переориентация с личных «достижительных» установок, которые насаждаются сегодня российскими СМИ, на реализацию общественных целей и идеалов. Только в таком случае установка на успех может совместиться с установкой на служение.

Этика предпринимательства нужна для сохранения культуры доверия и ответственности, отсутствие которой блокирует как экономическую деятельность в нашей стране, так и партнерство России с другими странами.

В этике предпринимательства следует выделить ценности макроуровня и микроуровня. Инструментальные нравственные ценности предпринимательства – служение, честность, справедливость, доверие и другие – относятся к макроуровню. Ценности, влияющие на этику отношений внутри корпорации, относятся к микроуровню.

Кроме того, в связи с интернационализацией современного предпринимательства, при решении сложных ситуаций, возникающих при взаимодействии разных систем ценностей и различающихся моральных стандартов, характерных для разных культур, существует система гиперценностей, которую образует этика прав человека.

Права человека задают глобальный масштаб и ориентир, по которому можно определить степень этичности предпринимательства на мировой арене.

«Мы должны четко заявить, что целью для нас является экономика, основная движущая сила которой будет принципиально иной по сравнению с рыночным обществом массового потребления. Вместо стремления к богатству и его символическим выражениям - стремление к высокому качеству жизни. А этого качества невозможно достичь индивидуально, не повышая одновременно и качество жизни окружающих» - пишет Д.Львов и мы полностью с ним согласны (там же).

Возрождению и развитию этики предпринимательства, а также этики коллективного служения и успеха общества в целом может помочь реконструкция самобытных образов культуры, связанных, в том числе, с предпринимателями России и Западной Сибири, реставрация, сохранение и охрана созданных ими нравственных ценностей, передача их новым поколениям.

У «экономического человека», безусловно, нет будущего, но оно есть у «человека-хозяина», если, конечно, базовые духовно-нравственные ценности, как у дореволюционных западносибирских предпринимателей, станут основой его культуры.

У России есть все основания, чтобы первой пойти по пути реализации экономики, выстроенной на нравственных принципах.

Нам думается также, что какое-то случайное событие в российском социуме в соответствии с теорией самоорганизации (синергетикой) приведет к тому, что огромный потенциал такой моральной установки как служение Отечеству будет востребован. И тогда она, как уже не раз это было в российской истории, выведет страну из социального, экономического и нравственного тупика.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX – начала XX вв.: имена, биографии, судьбы (качественные исследования в социологии культуры). Тюмень: ТюмГУ, 2002.
3. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА-М, 2002.
4. Львов Д.С. Экономика развития. М.: Экзамен, 2002.
5. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений. М.: НИЭМП, 2010.
6. Сорос Д. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. М.: ИНФРА-М, 1999.
7. Фукуяма Ф. Великий разрыв. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003.
8. Уткин Э.А. Этика бизнеса. М.: Зерцало, 2004.

Раздел II. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

Глава 1. Особенности этикета

Понятие этикета. Причины возникновения этикета. Этикет и мораль. Этикет, манеры и хороший тон. История этикета. «Пестрые» правила этикета. Этикет в России. Содержание этикета и его форма.

С древнейших времен люди вынуждены были соблюдать определенные правила и нормы поведения, чтобы облегчить себе жизнь. Так возник этикет, представляющий собой совокупность правил поведения, касающихся внешних сторон отношения к людям. Какую роль выполняет этикет в обществе, в аллегорической форме отвечает известная сказка Д.Родари.

В этой сказке путешественнику пришлось побывать в самых разных странах. Он встречал соломенных людей, стеклянных, ледяных, восковых и других, а их характер полностью отвечал тому материалу, из которого они были созданы. Для каждого из этих людей надо найти общие правила поведения, позволяющие человеку сохранить чувство собственного достоинства.

Этикет включает правила обхождения с окружающими, поведение в общественных местах, формы обращения и приветствия. Однако этикет – это не «рецептурный справочник», совмещающий в себе правила на все случаи жизни. Абсолютных рецептов такого рода не может быть, поскольку жизнь сложна, многообразна, изменчива, и всех ее обстоятельств правила этикета не смогут вместить.

Правила этикета не догматичны, их не обязательно знать назубок. Например, мужчина может не знать правила о том, что при входе в дверь автобуса, он должен пропустить вперед себя женщину, а при выходе сойти первым, чтобы подать ей руку. Он поступает так в силу собственной анности. Так, в «Капле росы» известный советский писатель В.Солоухин писал о деревенских старухах. Их не учили этикету, они и слова этого, скорее всего, не знали, а по

их поведению, отношению к людям можно было судить об их высокой воспитанности.

Деловой этикет регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей.

Этикет в целом следует рассматривать как составную часть нравственной культуры, а деловой этикет – деловой культуры.

Понятие этикета не всегда употребляется однозначно, нередко оно смешивается с понятиями «эстетика поведения», «хороший тон», «манеры», «имидж» и т.п. Такое смешение понятий не случайно, т.к. исторически этикет включал в себя не только моральные, но и неморальные аспекты поведения. Например, придворный этикет требовал, чтобы представленная ко двору женщина, удаляясь от царственной особы, двигалась спиной к выходу, ногой отбрасывая шлейф своего платья, чтобы не запутаться в нем. Этикет точно регламентировал, на какую высоту, переступая порог, могли приподнимать юбки придворные дамы различных рангов. Расширенное толкование этикета, смешивание в нем различных понятий нецелесообразно, т.к. ведет к чрезмерному расширению, размыванию этикетной сферы, а также к ошибкам в оценке той или иной личности. Вряд ли общество даже с высокой моральной культурой способно правильно оценить личность лишь по тому, какую форму одежды она выбрала.

В обыденном сознании могут смешиваться и такие понятия, как «мораль» и «этикет». Однако в специальной этической литературе существует несколько точек зрения на этот счет. Согласно первой из них этикет должен полностью исключаться из сферы морали, ограничиваясь лишь нормами внешней культуры поведения, правилами соблюдения внешних приличий (поведение за столом, в гостях, на работе и т.д.). Эта точка зрения исключает рассмотрение нравственной стороны данных правил.

Другая – считает мораль и этикет связанными, но разными понятиями, обладающими собственной спецификой и самостоятельным значением. И мо-

раль, и этикет служат регуляции человеческих отношений, но, в силу своих особенностей, по-разному.

Существует и точка зрения, полностью отождествляющая этикет и мораль.

Однако, с нашей точки зрения, наиболее правильным кажется не отождествление морали и этикета, а постоянное соотношение данных понятий. Таким образом, этикет – не просто формальные, раз и навсегда данные правила. Таким он может быть лишь тогда, когда со временем исчезнет нравственное содержание когда-то присутствовавшее в нем. Этикет был и остается зависимым от господствующей в обществе морали, ее ценностей. Его правила содержат в себе скрытые моральные ценности и нормы, став общепризнанными, не требуют более в своем исполнении размышления, выбора, а превращаются в привычные. Таким образом, правила этикета не формальны, в них сосредоточен значительный исторический нравственный опыт человечества. В этикете связывается моральное сознание и поведение личности. Правила этикета преобразовывают моральные ценности, нормы, знания в правила поведения личности.

Тем не менее, частью людей этикет воспринимается как мораль второго сорта. В обыденном сознании можно услышать мнение: «Одно дело манеры, а другое – истинная душевная простота. Была бы душа хорошая – а остальное приложится». Существуют попытки оправдать отсутствие культуры тем, что «главное – работник хороший». Многие кинофильмы советского периода, изображая руководителя, полностью лишали его хороших манер.

Другая же часть людей, куда более многочисленная, придавая большое значение внешним манерам, забывает о морали. Вспомним, недавно еще распространенные красные пиджаки «новых русских», или «вежливых убийц» в разные периоды российской истории. Или на судебном процессе над палачами Освенцима адвокат, защищая одного из подсудимых, выразил сомнение в том, что ужасное преступление совершил человек с прекрасными манерами.

Иногда следование этикету смешивают с жеманством, забывая, что как раз жеманство – признак невоспитанности.

На наш взгляд, рассмотрение этикета как желательного, но необязательного дополнения к более важной моральной сфере, оборачивается недооценкой этикета. Пренебрежению этикетом, недооценке его нужно противопоставить обязательное выполнение этикетных норм, за которыми стоит вполне определенное моральное содержание.

Этикет возник в глубокой древности. Слово «этикет» французского происхождения, а в переводе означает церемониал, порядок проведения определенной церемонии. Это же слово может означать ярлык, этикетку, товарный знак.

Главное назначение этикета в период его зарождения было возвеличить императора, утвердить придворную иерархию. История этикета связана с развитием его в аристократических салонах Европы. Придворный этикет развивался и на Востоке.

По мере развития общества под этикетом начинают понимать уже порядок поведения в обществе. В этикете закрепляются нормы уважительного отношения к женщине, гостеприимства, правила вежливости.

В истории этикета люди нередко становились его рабами. Так, персонаж «Горя от ума» А.С.Грибоедова, в тяжелой жизненной ситуации, прежде всего, думает о том, как неприлично он будет выглядеть в глазах княгини «Марьи Алексеевны». История знает немало случаев, когда из-за нежелания нарушить правила этикета человеку приходилось жертвовать жизнью. Например, испанский король Филипп II сидел у камина, в котором слишком разгорелся огонь. Придворный же, в обязанность которого входило следить за камином, почему-то отсутствовал. Король, не желая подвергать сомнению свою честь, не захотел самостоятельно отодвинуться от пламени. В результате он получил сильнейшие ожоги, и вскоре умер.

Этикет у разных народов различен и несет в себе национально-культурные особенности. Нормы этикета носят «согласительный» характер, т.е. этикет определенного народа как бы предполагает соглашение о том, что считать в поведении человека приемлемым, а что неприемлемым.

В.Овчинников в книге «Корни дуба» пишет об англичанах и японцах. Английская вежливость в своей основе диаметрально противоположна японской. Японец ведет себя в толпе как солдат, который обязан отдавать честь не каждому встречному, а лишь тем, кто старше его по званию. Вежливость для него – это вертикальная ось человеческих взаимоотношений, долг перед старшими и вышестоящими. Английская вежливость проявляет себя как бы не по вертикали, а по горизонтали. Это не бремя долга, и не желание произвести благоприятное впечатление на других. Учтивость и предупредительность к незнакомцу дают англичанину некое самоудовлетворение, возвышают его не в чужих, а в своих собственных глазах.

Туристу, деловому человеку, совершающему поездку в какую-либо страну, следует познакомиться с ее обычаями, культурой, этикетом. Например, в нашем представлении плевок, даже символический, означает презрение. У американских индейцев плевок врача на пациента способствует излечению. Бросить обглоданную кость человеку у папуасов Новой Гвинеи – высшее выражение дружеских чувств. Россиянину, не привыкшему уступать место женщинам в автобусе или метро, зачастую приходится притворяться читающим или дремлющим, а англичанину или японцу нет нужды для притворства, т.к. в их странах подобного рода учтивость в общественном транспорте попросту не принята. Поглаживание щеки в Италии означает, что беседа настолько затянулась, что у собеседника начинает расти борода. Японский глава фирмы, желая показать, что визит должен быть закончен, переворачивает половую щетку и представляет ее к стене. Однако болтливый иностранец, не знакомый с данным обычаем, не поймет намека. Российские деловые люди должны знать, что быть приглашенным на ужин деловым партнером во Франции считается исключительной честью. Однако на ужин требуется прибыть на 15 минут позже назна-

ченного времени, принеся в качестве подарка цветы, но не белые и не гвоздики или хризантемы. Можно также принести коробку конфет или шампанское.

Имеют свою историю этикет в России. До революции для высших классов издавались особые книги, в которых печатались правила хорошего тона. Одной из них был знаменитый «Домострой», написанный в 17 веке монахом Сильвестром. В нем подробно излагались советы и наставления по воспитанию детей, отношению к домашним, приему гостей, ведению хозяйства, приготовлению пищи. Домострой советовал при неподчинении детей хозяину дома «сокрушать ребра», а если жена допустила оплошность, наказывать ее «грозно». Впоследствии слово «домострой» стало нарицательным, означающим суровый уклад домашней жизни. Применение правил «домостроя» в русском патриархальном быту показано в пьесе «Гроза» А.Н.Островского.

Другой книгой, содержащей правила русского этикета, стала переводная работа, изданная в 1717 году по распоряжению Петра I. Ее название «Юности честное зерцало». В книге были собраны наставления, часть которых не утратила своего значения и в наши дни. Об учтивости к окружающим: «Лучше, когда про кого говорят: он есть вежлив, смирный кавалер и молодец, нежели когда скажут про которого: он есть спесивый болван». О внешнем виде: содержи в порядке ногти, чтобы не были они «как бархатом обшиты». О поведении за столом: мой руки, за столом сиди прямо, на стол «не упирайся», «руками по столу не «колобродь», ногами не мотай», «не хватай первый со стола», не говори, когда во рту пища, «перстов» не облизывай, костей не грызи. Книга учила и отношению к старшим, родителям и родственникам.

Правила этикета в 19 веке были адресованы в основном высшим слоям общества. Этикет служил ярлыком, указывающим на принадлежность к аристократии, позволял отличать людей высшего круга от всех прочих. К этим прочим относились мелкие провинциальные дворяне, разночинцы, купцы, мещане и крестьяне.

Однако и в 19 веке даже в столице еще жили по Домострою. Так, в воспоминаниях И.А.Тургенева о детстве говорится, что в доме, где он родился и вырос, царила атмосфера жестокой расправы, щипков, подзатыльников, колодушек и пощечин.

Вместе с тем, прививались правила, составляющие суть светского этикета. Л.Н.Толстой, говоря в «Анне Карениной» о воспитании графа Вронского отмечал, что граф с детства усвоил правила, запрещавшие лгать мужчинам, но разрешавшие обманывать женщин. Он твердо знал, что необходимо немедленно платить карточные долги, а кредиторы могут подождать.

Одним из главных правил, составляющих основу светского этикета, было умение властвовать собой, скрывать свои эмоции. В автобиографической повести «Юность» Л.Н.Толстой вспоминал, сколько сил ему пришлось потратить в молодости, усваивая светскую манеру кланяться, говорить, танцевать, однако сохранять в лице выражение «равнодушия и скуки».

Условности этикета нередко заставляли прибегать к лицемерию. Н.В.Гоголь в «Мертвых душах» высмеивал данные условности в сцене встречи Чичикова и Манилова.

Чичиков и Манилов «... стояли уже несколько минут перед дверьми гостиной, взаимно упрашивая друг друга пройти вперед.

- Сделайте милость, не беспокойтесь так для меня, я пройду после, - говорил Чичиков.

- Нет, Павел Иванович, нет, вы гость, - говорил Манилов, показывая ему рукою на дверь.

- Не затрудняйтесь, пожалуйста, не затрудняйтесь. Пожалуйста, проходите – говорил Чичиков.

- Нет уж, извините, не допущу пройти позади такому приятному образованному гостю.

- Почему ж образованному? Пожалуйста, проходите.

- Ну да уж извольте проходить вы.

-Да отчего ж?

-Ну да уж оттого! – сказал с приятною улыбкою Манилов.

Наконец, оба приятеля вошли в дверь боком и несколько притиснули друг друга» (Гоголь Н.В. Собр. соч. В 7 т. М., 1985, т.5, с.24).

Описывая манеры дам, жительниц города N, писатель в сатирической форме высмеивал этикетные условности и нелепости: «... Дамы города N отличались, подобно многим дамам петербургским, необыкновенной осторожностью и приличием в словах и выражениях. Никогда не говорили они: « я высморкалась», « я вспотела», «я плюнула», а говорили « я облегчила себе нос», « я обошлась посредством платка». Ни в каком случае нельзя было сказать: « этот стакан или эта тарелка воняет». И даже нельзя было сказать ничего такого, что бы подало намек на это, а говорили вместо того: « этот стакан нехорошо ведет себя»- или что-нибудь вроде этого. Чтобы еще более облагородить русский язык, половина почти слов была выброшена из разговора, и потому весьма часто было нужно прибегать к французскому языку, зато уж там, по-французски, другое дело: там позволяли такие слова, которые были гораздо жестче упомянутых...» - писал Н.В.Гоголь (см. там же, с.148).

Тем не менее, этикетные нормы, обучающие умению владеть собой, быть вежливыми с гостями, не употреблять в разговоре грубых выражений остаются актуальными во все времена. Понятно, что скучное, равнодушное выражение лица - это плохо, но умение сдерживать эмоции – хорошо, т.к. этикет – это достижение человеческой культуры, облагораживающее природные инстинкты и страсти человека.

После революции, когда множество людей вышли из чердаков, хижин подвалов, к правилам этикета стали относиться крайне враждебно, видя в них лишь атрибуты чуждого образа жизни. Некоторые молодые люди стали носить значки с надписью «Свободен от рукопожатий» (рукопожатия рассматривались в качестве главных переносчиков заразы), эмансипированные девушки

оскорблялись, если их пропускали вперед или помогали снимать верхнюю одежду. Бурные дискуссии вызывал вопрос – нужны ли рабочему человеку хорошие манеры.

Такое отношение к этикету тогда было вполне объяснимо, т.к. в стране царили голод, безграмотность, разруха.

Тем не менее, в советское время лучшие деятели культуры и просвещения осуждали нигилизм по отношению к внешним правилам поведения. Достаточно вспомнить речь В.И.Ленина на III съезде комсомола, где подчеркивалось, что пролетарская культура не означает отказа от культурных завоеваний прошлого. В целом речь шла о сохранении тех норм этикета, которые не несли в себе чего-либо противоречащего нравственной культуре советского народа. Тем не менее, многие нормы этикета в советское время последовательно разрушались. Это касается, например, поведения за столом, поведения на деловых переговорах и др.

Основой норм этикета во все времена являлись и являются нравственные принципы: гуманизм, уважение к людям, вежливость, тактичность, доброжелательность.

Нравственная суть правил этикета сводится к следующему:

1. Важно научиться относиться к людям доброжелательно, с симпатией, человечностью, не забывать тех, кто рядом. Это непросто в наше время, но особенно важно. Интересный пример можно привести из жизни И.Канта (его записал биограф Канта - Вассианский). К умирающему Канту пришел врач. Кант встретил его стоя на ногах и, пошатываясь, что-то несвязно стал ему говорить. Врач долго не понимал своего пациента, и тогда присутствующий при этом Вассианский объяснил, что Кант просит врача сесть. Врач с недоверием отнесся к этому объяснению, пока сам в потоке малосвязанной речи не расслышал: «Меня еще не покинуло чувство принадлежности к человечеству». В истолковании хорошо знавшего его биографа, Кант не мог сесть, пока не сядет гость.

Такое отношение великого философа к «пустым» нормам общения и поведения наполнено глубоким человеческим смыслом.

2. Нужно уважать в себе и других людях человеческую личность, т.е. стараться уважать вкусы людей, традиции, образ мыслей, поведение. Для этого надо постоянно преодолевать эгоистическую уверенность лишь в собственной ценности (иногда за столом можно услышать от соседа и такие слова: «Как вы можете есть такую гадость? Мне от нее становится плохо!»).

3. Общаясь с людьми важно научиться радовать их и себя как можно чаще, улыбкой, добрым словом, отношением к ним. Достаточно пустячного факта, чтобы поднять людям настроение или, наоборот, испортить его.

4. Необходимо воспитывать культуру своих чувств. В пылу гнева, раздражения важно научиться властвовать собой, сдерживать отрицательные эмоции. Этому учит классика: в романе А.С.Пушкина «Евгений Онегин» Ленского жестоко предала любимая им Ольга. И вот последний разговор с нею, дающий возможность для массы упреков. Он проходит так:

«Она глядит ему в лицо

«Что с вами?» - «Так».- И на крыльцо» (Пушкин А.С. Евгений Онегин. – М., 1983, с.168).

5. Золотое правило нравственности: всегда поступайте с другими так, как хотели бы, чтобы поступали с вами.

Данные правила составляют содержание этикета. Однако у этикета есть и форма. Если она неудачна – его содержание может обесцениться. Например, молодой человек в автобусе уступил место пожилому, но сразу же с недовольным видом «завис» у него над головой. Древние этикетные книги советовали услуги другому человеку делать с «величайшим приятством», не обесценивая неверно выбранной формой нравственного содержания.

То, что выполнение этикетных правил должно стать внутренней потребностью человека, чтобы он, следуя им, не думал о похвале, не действовал из

тщеславия, иллюстрирует повесть философа А.Камю «Падение», в которой рассказывается о жизни Ж.Б.Кламанса.

Герой данной повести в прошлом процветающий парижский адвокат, оказавшийся на самом дне жизни, рассказывает о себе. Когда-то он, бывший ранее баловнем судьбы, никогда не упускал случая сделать добро людям. «Это проявлялось во всем. Как бы не спешил он на службу, но если по пути замечал, к примеру, что пожилой человек или слепой затрудняются в переходе улицы, немедленно бросался на помощь. Не успевала протянуться другая сострадательная рука, как он подхватывал нуждающегося в помощи человека под руку и благополучно доставлял его на противоположный тротуар. Однажды, вспоминает Кламанс, симптоматичную деталь, переведя так слепого через улицу, он еще и поклонился ему, а потом уже спохватился, что слепой ведь все равно не видит его поклона. В купе вагона он спешил забросить тяжелый чемодан своего физически слабого попутчика на багажную полку. Если в театре влюбленные обращались с просьбой поменяться с одним из них местами, чтобы они могли сидеть вместе, немедленно и охотно соглашался. В дни забастовок на общественном транспорте Кламанс, у которого был личный автомобиль, обязательно останавливался на улице и, пригласив какого-нибудь согорожанина, возвращавшегося с работы, доставлял его домой...» (См. в кн.: Зотов Н.Д. Нравственное самоопределение личности. М., 1983, с.56). Так Кламанс поступал и в более важных ситуациях: в суде брался за самые невыгодные дела, дела бедняков, и выигрывал их. Он был любимцем многих, но жизнь заставила его посмотреть на себя с другой стороны. Однажды ночью он шел по мосту через Сену и увидел бедно одетую женщину. Прошел мимо, но вдруг за спиной услышал крик и удар тела о воду. И... он не поспешил на помощь этой женщине. Почему? А потому что «... Ночь. Никого поблизости. Ноябрьская вода смертельно холодна, и смертелен риск, на который надо решиться... Кламанс привык творить добро в обстоятельствах определенного эмоционального комфорта... Его... погубило стремление в самом добре искать удовольствие... Жизнь показала, что такое стремление чревато безнравственностью...» (там же, с. 57).

Кламанс, осознав свое подлинное моральное лицо, тяжело пережил крушение иллюзий. Но и каждый человек, поступая согласно правилам этикета, должен стараться, чтобы его положительные, нравственные поступки не превратились в своего рода «хобби», а были продиктованы благородством его характера, добротой, моральной культурой. Только тогда поведение согласно этикету приобретает особую ценность, помогая общению, взаимопониманию, охране достоинства людей.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Венедиктова В.Н. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 2004.
3. Гоголь Н.В. Собр. соч. В 7 т. М., 1985, т.5
4. Голубева Г.А. Этика. М.: Экзамен, 2005.
5. Зотов Н.Д. Нравственное самоопределение личности. М.: Знание, 1983
6. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА, 2002.
7. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000.
8. Кузин Ф.А. Культура делового общения. Практическое пособие для бизнесменов. М.: «Ось-89», 2000.
9. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 2000.

Глава 2. Этикет и имидж делового человека

Понятие имиджа делового человека. Составляющие делового имиджа. Модель поведения делового человека. Визитная карточка. Правила приветствия и представления в деловом мире. Внешний облик делового человека. Особенности внешнего облика деловой женщины.

Под имиджем (от англ. образ) обычно понимают сформировавшийся образ делового человека, в котором выделяются характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими.

При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение, и наоборот, труднее принимают и нередко отвергают позицию человека, к которому испытывают эмоционально-негативное отношение. Многие люди от природы обладают привлекательным имиджем, наделены обаянием. В значительной степени наше первоначальное впечатление о других людях складывается по внешним данным. Однако отсутствие внешней привлекательности не должно мешать складыванию благоприятного имиджа. Обаяние – это не только внешняя привлекательность, но и полнота доверия, душевная расположенность к людям.

Обретение привлекательного имиджа не самоцель, однако, обладание им составляет весьма существенную личностную характеристику. От имиджа во многом зависит желание сотрудничать с определенным человеком или с фирмой. Привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех.

Имидж имеет следующие характеристики:

1. Он не существует только на уровне одного, отдельного человека. Человек должен быть известен какой-то группе людей (партнеров, потребителей, клиентов).

2. Благоприятный имидж вызывает интерес, привлечение определенной группы партнеров.

3. Имидж активен по своей сути, он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность, как отдельных людей, так и целых групп.

4. Имидж не является чем-то постоянным, он динамичен, преобразовывается, видоизменяется, в зависимости от условий.

5. Имидж должен быть в своей сути правдивым, в противном случае ему не верят, он не достигает поставленной цели.

Имидж складывается из многих составляющих. Хорошую репутацию приобрести трудно, на это уходят годы, а утратить ее можно мгновенно, зачастую из-за пустяка (проявив невоспитанность в любой форме, не ответив вовремя на письмо, телефонный звонок). Для привлекательного имиджа важна манера одеваться, культура речи, интерьер офиса и др. Невежды и грубые люди не обладают магией обаяния. Человеку, имеющему дурной вкус, трудно рассчитывать на благоприятное впечатление. Самоуверенность негативно влияет на восприятие другими людьми личности, которая заинтересована в доброжелательном к себе отношении. Во всех странах мира кодекс хорошо воспитанного делового человека строится на вежливости, ответственности, достоинстве и такте. Бизнесмены всего мира единодушны относительно качеств предполагаемого партнера – это компетентность, порядочность и надежность. Данные качества обеспечивают предсказуемость деловых отношений, уверенность в обязательности партнера.

Симпатии людей приобретаются не только благодаря прирожденным качествам, но и умению себя приподнести. Во многих случаях имидж – результат умелой ориентации в конкретной ситуации, правильного выбора модели поведения.

Модель поведения – это целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленных на создание некоего образа. Модель воспринимается как единое целое. Например, авторитарное поведение включает

безапелляционность суждений, категоричный тон, определенную характерную жестикуляцию. Увидев человека, который ведет себя таким образом, можно предвидеть некоторые его реакции и поступки.

Выбор модели поведения – это воспроизводство таких вариантов поведения, которые при повседневном общении помогают личности стать привлекательной.

Правильный выбор модели поведения осуществляется на основе следующих критериев:

нравственная безупречность (честность, справедливость);

действия личности в конкретной ситуации, в которой она оказалась под влиянием обстоятельств;

цель, которую ставит перед собой личность;

самокритичная оценка личностью своих действий.

В повседневную жизнь модель поведения разных людей воплощается по-разному. Однако среди множества моделей, имеются такие, которые становятся предметом специального изучения. Это модели поведения, основанные на деловом этикете.

Каковы же составляющие делового этикета, регламентирующего поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей?

Начнем, с **визитной карточки** или небольшого листа тонкого картона (или плотной бумаги высокого качества), на котором напечатаны основные сведения о ее владельце.

Употребление визитных карточек имеет свою историю. Впервые они появились во Франции в XVII веке, хотя нечто похожее существовало еще в древнем Китае. Визитные карточки были весьма распространены в дореволюционной России. Прежде всего, они служили своеобразным свидетельством визита. Извещая о своем возвращении, принося благодарность и т.п., необходимо было являться с визитом лично, а в случае отсутствия хозяина оставлялась ви-

зитная карточка. Существовали визитные карточки, имеющие в 4-х углах начальные буквы обозначения цели визита. Например, «п» - означало поздравление; «о» - отъезд, прощальный визит; «ж» - желание узнать о здоровье хозяина; «в» - возвращение из длительной поездки. Загибался угол, где находилась нужная буква.

В странах с развитой рыночной экономикой визитные карточки играют важную роль в деловом этикете, а в большинстве случаев заменяют удостоверение личности.

В процессе развития визитных карточек, определились их основные функции: представительская и использование для письменного делового послания.

Наиболее известны следующие виды визитных карточек, выполняющих представительскую функцию:

1. Карточка для представительских целей, где указаны фамилия, имя, место работы, должность, служебный телефон, телефакс, электронный адрес. Такую карточку вручают при знакомстве.

2. Карточка организации (фирмы), на которой указаны адрес, телефон, телефакс. С такой карточкой отправляют поздравления, подарки, цветы, сувениры по случаю знаменательных дат.

3. Визитные карточки для неофициального общения. На данных карточках указывают фамилию, имя, отчество, иногда профессию, почетные и ученые звания, но не представляют реквизиты, подчеркивающие официальный статус. Разновидностью таких карточек являются карточки супругов или «семейные» карточки. Такие карточки прикладывают к подаркам, которые преподносят от имени мужа и жены при неофициальных визитах.

В России распространены визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке, с одной стороны, на иностранном – с другой.

Визитная карточка – одна из составляющих имиджа фирмы, выражение ее индивидуального и корпоративного стиля, поэтому при ее оформлении целесообразно пользоваться услугами дизайнера.

Размер и шрифт визитных карточек строго не регламентируется. При оформлении деловых карточек обычно имя руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, должность – более мелким шрифтом под именем. Название, адрес фирмы помещается в левом нижнем углу. Номер телефона, телефакса – в правом нижнем углу. На деловой карточке сотрудника, который не занимает руководящей должности, в центре печатается название и адрес фирмы, в нижнем левом углу его имя, отчество, фамилия. Внизу справа – номера телефона, телефакса.

Наиболее распространенный размер визитной карточки 9х5 см. Визитки большего размера нежелательны, т.к. не помещаются в стандартные визитницы или специальные кармашки бумажников.

Визитные карточки печатаются на плотной, мелованной бумаге. Классическим вариантом считается визитная карточка белого цвета со строгим черным шрифтом, хотя в настоящее время деловыми людьми (кроме дипломатов) используются и другие цвета.

Рекомендуется заказывать визитные карточки комплектом, не менее 200-300 штук.

При проведении мероприятий, симпозиумов, конференций используют бейджи – визитные карточки с указанием имени, фамилии, ученого звания, должности, организации, учебного заведения или научного центра.

При выполнении функции письменного послания в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки ставятся буквы, установившиеся в мировом протоколе. Это начальные буквы французских слов, с помощью которых указывается повод, по которому посылается карточка:

p.f. – поздравление с праздником;

р.г.- выражение благодарности;

р.ф.с. – выражение удовлетворения знакомством;

р.с.- выражение соболезнования;

р.р.р. – выражение соболезнования с готовностью помочь;

р.р.- для заочного представления;

р.р.с.- при прощании вместо личного визита.

На визитных карточках могут быть и другие надписи, краткие сообщения на родном или иностранном языке.

С визитной карточкой посылают цветы и подарки. Визитная карточка иногда используется в качестве приглашения на неофициальный прием (завтрак, коктейль). В этом случае вверху пишут фамилию, имя и отчество приглашенного, а внизу – место, число и время проведения приема.

При изменении адреса новую визитную карточку отправляют по почте своим знакомым.

Визитные карточки никогда не подписывают, даты на них не проставляются.

Обмен визитными карточками – обязательный атрибут личной встречи с деловыми партнерами. При знакомстве первым визитную карточку вручает младший по должности старшему. При деловой встрече с иностранными партнерами первыми визитные карточки вручают хозяева. Обмен визитными карточками ведется строго по ранжиру, начиная с самых высокопоставленных членов делегации.

При вручении визитной карточки произносят вслух свою фамилию, при получении – фамилию вручающего. Это делается во избежание неправильности произношения.

При вручении визитных карточек принято обмениваться легкими поклонами. Представителям ближневосточных стран карточки принято вручать пра-

вой рукой, в странах Азии, а также в Японии – обеими руками. Принимают визитные карточки правой рукой или обеими руками.

Этикет приветствий и представлений. Сюда включается совокупность правил первоначального межличностного взаимодействия. При всей кажущейся простоте данные правила требуют определенных знаний и достаточного внимания. В современном деловом этикете выработаны правила относительно знакомства и приветствия в зависимости от пола, возраста и должности контактирующих людей.

Основное правило приветствия состоит в том, что в любой ситуации приветствие должно показывать нашу расположенность и доброжелательность. На характере приветствия не должно сказываться наше настроение или негативное отношение к другому человеку.

Важным элементом вежливости в деловом мире является представление. Посредством его можно установить важные и полезные связи. Этикет предусматривает определенные нормы, как и когда необходимо представлять и быть представленным.

Такой элемент приветствия как рукопожатие пришел к нам из глубины веков. В свое время он демонстрировал отсутствие оружия в руке. В настоящее время рукопожатие является ответственным проявлением взаимного расположения людей к друг другу и требует тактичности в сочетании с естественностью.

Наиболее характерные ситуации, касающиеся правил приветствия, приведены в таблице I.

ПРАВИЛА ПРИВЕТСТВИЯ В РАЗЛИЧНЫХ СИТУАЦИЯХ

№	Ситуация или вариант встречи сотрудников			
			рукопожатии	представлении
1.	Мужчина	+		+
	Женщина		+	
2.	Старший по возрасту		+	+
	Младший по возрасту	+		
3.	Старший по должности		+	+
	Младший по должности	+		
4.	Проходящий мимо группы	+		
	Стоящий в группе		+	+
5.	Входящий в комнату	+	+	
	Находящийся в комнате		+	+
6.	Обгоняющий идущего	+		
7.	Руководитель делегации, входящей в комнату	+		
	Руководитель делегации, находящейся в комнате		+	+
Знаком + отмечен первый из сотрудников, производящий действие в рассматриваемой ситуации				

Кроме этикета знакомства и приветствия, существуют и правила, связанные со стилем речи, принятым в общении деловых людей. Это традиционные стандартные речевые обороты, используемые для приветствия. Так, например,

вместо обращения по половому признаку или слова «товарищ», все большее распространение получает обращение «дамы». «господа», «сударь», «сударыня».

При приветствии и прощании, к словам «здравствуйте», «добрый день», «до свидания», желательно присоединение имени и отчества собеседника, особенно, если он занимает по отношению к вам подчиненное положение.

Если позволяют условия и время беседы, возможен обмен фразами: «Как дела?» - «Спасибо, нормально. Надеюсь, что и у Вас все обстоит хорошо» - «Спасибо, да».

Этикет допускает применение таких словесных оборотов, как: «Удачи Вам», «Желаю успеха», «Приятно было встретиться».

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплименты – приятные слова, выражающие одобрительную оценку деятельности партнера. Это особенно важно, если партнер – женщина.

Внешний облик делового человека. Деловая одежда подчеркивает и отражает индивидуальность, характеризует делового человека как личность.

Решение о приеме на работу во многом зависит от внешнего вида соискателя. Если он одет неподобающим случаю образом, то вряд ли может рассчитывать на успех. Выбор одежды обусловлен сферой деятельности человека и должностью: одежда банкиров отличается консервативностью, что не приветствуется в творческих деловых кругах.

«Встречают по одежке, провожают по уму» - гласит народная мудрость. Многие люди это правило часто игнорируют. Тем не менее, сознательно или неосознанно мы судим об окружающих по их внешнему виду.

Внешний облик делового человека – это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера костюм служит знаком, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах. Вместе с тем, не

нужно стараться подавлять партнеров богатством своего облика: имитация богатства считается в западном бизнесе неэтичным явлением.

Служебная обстановка предъявляет определенные требования к внешнему облику делового человека. В мире моды давно сложилось представление: «деловой костюм». Он учитывает веяния и тенденции моды, но при этом остается строгим и консервативным. Осуществляя подбор костюма, деловой человек должен руководствоваться следующими правилами:

единство стиля;

соответствие костюма конкретной ситуации;

разумная минимизация цветовой гаммы («правило трех цветов»);

сопоставимость цветов в цветовой гамме;

совместимость фактуры материала;

сопоставимость характера рисунка в различных элементах одежды;

соответствие качественного уровня аксессуаров (обуви, папки для бумаг, делового портфеля, авторучки) качеству делового костюма.

Даже очень качественные, дорогие и модные вещи могут смотреться безвкусно, если деловой человек не соблюдает единства стиля. Костюм и аксессуары должны сочетаться не только по цветовой гамме и фактуре материала, но и выглядеть единым по стилю целым. Нельзя смешивать в одном костюме «силовой» и спортивный, либо сугубо деловой стиль.

Условно называемый, «властный» или «силовой» стиль одежды (темный костюм с прямыми «жесткими» плечами, белая рубашка, традиционный неяркий галстук, туфли-мокасины) соответствует ситуации ответственного совещания или важных переговоров. Однако, если необходимо создать непринужденную атмосферу и устранить дистанцию, лучше использовать «доступный» стиль, например, менее строгий серый костюм с «мягкими» плечами.

Если стоит проблема слишком «сурового» или слишком «мягкого» стиля одежды, можно решить ее с помощью цвета. Темный деловой костюм можно оживить светлой (но не белой) рубашкой или чуть более ярким, чем обычно галстуком. Костюм в «доступном» стиле можно выдержать в единой цветовой гамме приглушенных тонов, тогда он будет смотреться более официально.

Обычно одежда зависит от стиля жизни и места работы. В таких отраслях как финансы, юриспруденция, политика, бухгалтерский учет, консалтинг, ношение строгой одежды носит обязательный характер. В других отраслях, например, в средствах массовой информации, рекламе, допустима большая свобода в одежде.

На собеседовании, по результатам которого будет приниматься решение о замещении вакантной должности, внешний вид должен говорить о том, что вы легко вольетесь в ряды сотрудников организации, т.к. вам присущ корпоративный имидж.

Стремясь получить продвижение по службе, оденьтесь так, как одевались бы для выполнения той работы, которую хотите получить.

Детали вашего костюма должны быть совместимыми по следующим параметрам:

расцветка (детали костюма не должны резко контрастировать друг с другом, недопустимо соединение «несочетаемых» цветов, таких, например, как ярко-красный и ярко-зеленый, если этого не требует ситуация или униформа), разумнее всего соблюдать правило «трех цветов»;

фактура материала (предметы костюма не должны быть изготовлены из явно разной ткани, например, из тяжелой шерсти и шелка);

сезонность (легкие летние брюки и юбки рядом с тяжелыми зимними пиджаками и жилетами будут смотреться неуместно).

Наиболее важный цвет – тот, что находится ближе к лицу. Сорочки, блузы, галстуки, шейные платки должны быть таких оттенков, которые подходят не только к цвету костюма, но и к вашему лицу, и украшают его.

Желание выразить свою индивидуальность (а сделать это можно с помощью одежды) и в то же время поддерживать определенные стандарты, требует нахождения точной грани между стремлением проявить себя и соответствием окружающей обстановке.

Одним из важнейших аксессуаров общего делового костюма является обувь. Ни в коем случае нельзя забывать о ее качестве – старая неаккуратная обувь может испортить впечатление даже от вполне приличного костюма. Более того, дорогая ухоженная обувь может отвлечь внимание от дешевой одежды.

Для делового человека аксессуары имеют функциональное значение: в портфеле лежат необходимые документы, часы помогают правильно распоряжаться временем. Однако именно на аксессуары люди часто обращают внимание потому, что они используются постоянно.

Слишком большое количество аксессуаров делает внешний вид человека суетливым и может отвлекать внимание. Впечатление должны производить результаты работы, а не то, что у вас в руках. Важно, чтобы все деловые мелочи были функциональны.

В то же время нельзя забывать, что именно детали «логически завершают» деловой имидж. Часы, очки, авторучки в последнее время стали не только «средствами производства» делового человека, но и символами его успеха. Отсутствие их или замена дешевыми аксессуарами будет заметна не меньше, чем отсутствие галстука. С другой стороны, наличие излишне ярких, вычурных аксессуаров или иных деталей в одежде может дать отрицательный эффект, в том случае, когда собеседник все внимание уделяет тому или иному элементу вашего внешнего облика, в ущерб восприятию общего позитивного образа. Детали

одежды должны способствовать, а не мешать общему восприятию вас как квалифицированного специалиста и приятного собеседника.

Если человек имеет «ухоженный вид», то он словно излучает положительную самооценку, что автоматически увеличивает шансы на высокую оценку его окружающими.

Основное правило, к которому нужно стремиться, надевая деловой костюм, - создание общего впечатления опрятности, аккуратности, даже педантичности в одежде. Это должно сказать вашему деловому партнеру, что столь же аккуратны вы будете и в делах. Таким образом, можно использовать внешний имидж еще на этапе знакомства, когда нет возможности проявить интеллектуальные и иные способности. По данным исследователей, 55% впечатлений, которые мы производим на других людей, определяются тем, что они видят (цвет кожи и волос, внешний вид, поза, мимика, жесты, выражение лица). Остальные – 45% впечатлений определяются тем, что люди слышат (смысловая нагрузка речи, ее темп, высота голоса, ясность речи, произношение и т.п.).

Особенности внешнего облика деловой женщины. Если талантливый мужчина может сделать карьеру, даже имея неудачный имидж, то для женщины это практически невозможно. Ключевыми факторами, которые производят положительное впечатление на окружающих, являются:

элегантная одежда;

привлекательная прическа;

тонкий макияж;

впечатляющие аксессуары.

Безусловно, модный костюм – еще не гарантия быстрого продвижения по службе, но если женщина лишена вкуса, ее шансы равны нулю. Практика показывает, что у многих женщин отсутствует вкус в выборе одежды. Причина этого – недостаток необходимых знаний. Обычно женщины формируют свой стиль

методом проб и ошибок. Полагаться на мнение окружающих рискованно, так как советы с удовольствием дают, как правило, люди малокомпетентные.

Женщина пользуется значительно большей свободой в выборе фасона одежды, материала и цвета ткани, нежели мужчина, одежда которого в большинстве случаев бывает однообразного покроя. Это представляет женщине более широкие возможности подбирать такие фасоны одежды, которые наиболее соответствуют ее индивидуальным вкусам и подходят к особенностям ее фигуры. При этом нужно помнить, что хороший фасон одежды должен подчеркивать соответствующую красоту форм и исправлять имеющиеся недостатки фигуры.

Консервативный костюм был и остается главным предметом гардероба деловой женщины. Гардероб современной деловой женщины должен содержать пять типов костюмов:

костюм первого типа – традиционный атрибут гардероба. Он имитирует цвета и дизайн мужского костюма, жакет может быть с лацканами без них. Если вы собираетесь на собеседование в фирму, деловая сфера которой вам незнакома, цвет костюма лучше всего выбрать темно-синий или серый;

костюм второго типа отличается ярким цветом – красным, пурпурным, малиновым, фиолетовым или эффектным узором. Он может быть из ткани в крупную елочку или с рисунком в виде крупной клетки;

костюм третьего типа представляет собой стильную профессиональную модель. Различные цветовые оттенки и покрой обуславливают создание имиджа, символизирующего мягкость и женственность деловой женщины;

к четвертому типу относят изысканные костюмы пастельных тонов (бледно-желтого, кремово-белого), женственность которых подчеркивают маленькие воротнички из бархата, оригинальная отделка выреза и рукавов. Данные костюмы уместнее в торжественных случаях и в теплое время года;

пятый тип костюма консервативного покроя предпочитают преуспевающие деловые женщины (это, так называемый, костюм «для успеха»). Он может быть темно-сливовым, темно-бардовым и т.п., его элегантность, безупречность незаменимы при работе с самыми высокопоставленными особами.

Деление костюмов на пять типов достаточно условно и не отражает фактического многообразия. Тип одежды следует определять, исходя из сложившейся ситуации. Конечно, хорошо иметь в своем деловом гардеробе все 5 типов костюма, но многим женщинам такая роскошь недоступна. Однако тем, кто хочет заниматься бизнесом всерьез и надолго, следует приобрести хотя бы две-три модели, дополняющие друг друга. Например, стильный профессиональный костюм прекрасно сочетается с костюмом «для успеха», а умело подобранные аксессуары, могут сделать консервативную модель модной.

Следует учитывать, что мужчины и женщины оценивают деловой костюм по-разному. Исследования показали, что мужчинам больше нравится костюм «для успеха», т.к. женщины выглядят в нем более компетентными, мужчины старше 55 лет отдают предпочтение традиционному костюму с лацканами. Авторитарный и профессиональный имидж деловой женщины уместен в тех случаях, когда возникают трудности в отношениях с начальством или коллегами. Второй тип костюмов стал почти униформой, так как пользуется неизменным успехом у женщин – руководителей офисов. Костюм в клетку дает иллюзию увеличения роста. Используя насыщенные и яркие цвета, женщина маленького роста способна обратить на себя внимание и выглядеть уверенно. Неправильный подбор оттенка или размера рисунка может подчеркнуть отсутствие вкуса или несостоятельность. И хотя женщине, одетой в такой костюм, кажется, что она эффектна, мужчина может воспринимать ее иначе.

Рекомендуются свободные, а не облегающие юбки, которые не так бы вытягивались при ходьбе или сидении. Для весны и лета необходим светлый костюм. Рекомендуемые цвета: слоновой кости, серовато-бежевый, серовато-коричневый.

Красный костюм может быть в гардеробе у каждой работающей женщины (или хотя бы красный жакет как дополнение к юбкам). Разные оттенки красного может носить практически любая женщина.

Предпочтительность для официальной обстановки костюма не означает, что для деловой женщины в этой ситуации неприемлемо платье. Оно также подходит, но платье больше подвержено моде. На легкое платье из вискозы, шелка или джерси следует надевать жакет.

Деловая женщина платье или костюм строгих и скромных тонов может надевать не только на службу, но и на дневные приемы. На приемы, организуемые после 20 часов, рекомендуется надевать нарядные и открытые вечерние платья. Они могут быть длинными и обычной длины. Одежда в этом случае дополняется вечерними туфлями из кожи или замши на удобном каблучке и маленькой сумочкой.

Пояс должен быть частью костюма, а не смотреться ненужным придатком. Юбка без пояса обычно выглядит «незаконченной». Следует выбирать пояса нейтральных цветов и такой ширины, которая подошла бы к фигуре. Элегантно выглядит пояс под цвет туфель.

Чулки или колготки для делового костюма обязательны. Что касается цвета чулок, то он должен сочетаться с цветом юбки, платья или туфель. С юбками и туфлями теплых тонов хорошо смотрятся бежевые чулки. Чулками не следует пытаться создавать впечатление загара. Выглядит это плохо и может испортить впечатление от любого наряда. Чулкам с узорами тоже не место в деловом гардеробе.

Дешевые или поношенные туфли могут свести на нет весь имидж. Женщины, которые покупают некачественные туфли, лишают себя удовольствия отлично выглядеть и комфортно чувствовать. Для работы и отдыха требуется иметь несколько пар туфель. Для работы рекомендуются туфли из натуральной кожи. Зимой наиболее приемлемы темно-синие, черные, коричневые туфли.

Летом туфли носят под цвет одежды, но всегда популярны бежевый и светло-серый.

Некоторые женщины от природы имеют такие волосы, которые стоит только вымыть и просушить – и они чудесно выглядят. Однако многие обречены на применение различных косметических средств, улучшающих качество волос. При сегодняшнем богатейшем выборе различных препаратов по уходу за волосами (разнообразных шампуней, масел, гелей, фиксаторов, восков, кондиционеров) нет никакого оправдания, если волосы выглядят неухоженными. Хорошая прическа может так же изменить облик, как и новый костюм. Женщинам, принявшим решение перекраситься, специалисты советуют придерживаться своего естественного цвета.

Часы являются самой значительной вещью, относящейся к аксессуарам. Женщины, не носящие часов, дают окружающим понять, что они не имеют ни малейшего представления о том, какова цена времени. Подберите часы, которые соответствуют полноте запястья. Что касается стиля, то следует выбирать классику – она еще никогда и никого не подводила. Женщинам не следует носить мужские часы.

Очки придают женщине деловой вид, хотя и несколько снижают ее привлекательность. Женщине, занятой в бизнесе, рекомендуется носить очки в пластмассовой и роговой оправе средних размеров. Брюнеткам лучше идут оправы для очков в тон их волос, блондинкам и рыжеволосым – оправы коричневого цвета. Женщина в затемненных очках, даже в самых модных и дорогих, не вызывает доверия.

Ручка для письма деловой женщины не должна выглядеть дешевой, а карандаш – иметь форму огрызка. Шариковой ручкой можно пользоваться за своим рабочим столом, но на совещании или переговорах, в присутствии других людей необходимо подписывать бумаги только элегантной дорогой ручкой.

Неотъемлемым атрибутом деловой женщины является дипломат (атташе-кейс) или дамская сумочка, сделанные из кожи хорошего качества без ярких

украшений. Работающие женщины склонны носить с собой большое количество ненужных вещей. Постарайтесь этого не делать. Деловые вещи следует держать в папке, а личные вещи – пудру, помаду, гребень, щетку для волос и т.п. – в небольшой косметичке в портфеле, дипломате или дамской сумке вместе с записной книжкой и ключами.

Выбирая портфель или дипломат, купите самый добротный, по возможности кожаный. С большинством туалетов вполне элегантно выглядит черная или коричневая сумка.

Женщины носят перчатки, когда хотят и где хотят. Мнение, что перчатки нельзя носить без головного убора неверно. Подавая руку мужчине, перчатки можно не снимать. Входя в православный храм, перчатки снимают. Женщина, взявшая слово для выступления, может подойти к трибуне в перчатках, но должна снять их прежде, чем начнет речь. На вечерний прием допустимо надеть поверх длинной перчатки браслет, но кольца надевать нельзя. Самыми элегантными считаются перчатки из тонкой лайки.

Приведем в пример правила, которым следуют служащие крупных компаний Америки в ношении одежды.

ПРАВИЛА ДЛЯ АМЕРИКАНСКИХ СЛУЖАЩИХ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ В НОШЕНИИ ОДЕЖДЫ

В отношении деловой одежды вы обязаны:

1. Следовать кодексу вашей фирмы, каким бы он ни был (в Калифорнии служащие некоторых учреждений, например, независимых кинокомпаний, редко ходят в костюмах; не думайте брать с них пример, если вы работаете в одном из бостонских банков).

2. В рамках кодекса одежды, принятого в вашей фирме, выбирайте цвет и покрой, которые вам больше всего подходят. Галстук должны носить все служащие, но вам больше всего идет, скажем, не синий или коричневый, а серый с красным.

3. Если носите украшения, они должны быть изящными и строгими, а не кричащими, яркими или слишком большими (у женщин украшения нередко образуют ансамбль с нарядом определенного оттенка, но при этом они не должны выглядеть как драгоценности для бального платья, которые уместно надеть на праздничный субботний вечер).

4. Любая деталь вашего наряда – от обуви до галстука или заколки в волосах должна гармонировать с остальными и содержаться в безупречном виде: ботинки начищены, складки на брюках или платье тщательно отутюжены, на галстук – никаких пятен.

5. Мужчины! Убедитесь, что в воротничке вашей сорочки (если только она не на пуговичках) все косточки на месте.

6. Мужчины! Смотрите, чтобы ваш костюм отвечал сезонным предписаниям этикета. На Востоке и Среднем Западе белый или светло-коричневый костюм можно носить только в период от Дня поминовения (отмечается до 30 мая) до Дня труда (первый понедельник сентября).

В рабочей обстановке нельзя:

1. Носить белую обувь до Дня поминовения и после Дня труда (независимо от пола).

2. Ждать, пока кто-то другой напомнит вам, что ваши туфли неплохо бы почистить.

3. Приходить в одном и том же два дня кряду.

4. Надевать белые носки к темному костюму.

5. Надевать галстук с пятнами от еды.

6. Носить сапоги для верховой езды (если вы, конечно, не один из руководителей компании со столь блистательным послужным списком, что никто не удивится, если даже вы приведете лошадь).

Деловая женщина в одежде должна избегать следующих ошибок:

1. Появляться на работе первой в супермодной вещи. В этом случае мода ее подведет.
2. Надевать на деловую встречу вещи, которые излишне подчеркивают женскую привлекательность. Окружающим может показаться, что деловая женщина предлагает в первую очередь не свои деловые способности и ум.
3. Носить брюки, а также одеваться в мужском стиле, если на работе имеет дело с мужчинами.
4. Носить дамскую сумочку там, где можно взять папку.
5. Позволять моде диктовать длину юбки ее делового костюма.
6. Снимать жакет от костюма на работе.
7. Покупать одежду сгоряча и необдуманно.

Советы деловой женщине:

1. На работе лучше всего носить деловой костюм, а не платье.
2. Костюм должен учитывать специфику вашей работы.
3. Подписывая рабочие бумаги, женщина должна пользоваться добротной ручкой.
4. Одежда деловой женщины должна быть хорошего качества.
5. Прежде, чем одеваться, деловой женщине следует подумать, с кем придется встречаться и что нужно делать.
6. Кабинет деловой женщины не должен напоминать кабинет мужчины, но в нем нет места и типично женским предметам.
7. Лучшие цвета для делового костюма: синий, коричневый, бежевый и серый.

Для делового костюма наименее подходят цвета: зеленый, оранжевый, розовый, ярко-желтый, пурпурный, нежно-голубой, ярко-красный.

Цвета, наиболее привлекающие мужчин: бледно-желтый, бежевый, розовый, темно-синий, черный, белый, коричневый, красный.

Цвета, отталкивающие мужчин: серый, зеленый, оранжевый, ярко-желтый.

Цвета – привлекательные и для мужчин, и для делового костюма: коричневый, бежевый, синий.

8. Для делового платья предпочтительнее однотонная ткань.

9. Деловая женщина должна использовать косметику, но не много, и она должна быть не слишком броской. Слишком броская косметика, если она размажется и потечет, может отрицательно отразиться на авторитете деловой женщины.

10. Если женщина хочет нравиться мужчинам, духи должны быть тонкими и дорогими. Однако у деловой женщины запах духов должен быть едва заметен.

11. Деловая женщина должна всегда одеваться в стиле той должности, на которую она претендует.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА, 2002.
3. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000.
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения. Практическое пособие для бизнесменов. М.: «Ось-89», 2000.
5. Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-на –Дону: Феникс, 2006.
6. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, К.Ваклер, 2000.
7. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 2000.
8. Шепель В.М. Имиджелогия (секреты личного обаяния). М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994.

Глава 3. Культура невербального общения и деловой этикет

Понятие невербального общения. Культура жеста, мимики, позы и взгляда в деловом мире. Голос, прикосновение. Дистанция общения в деловом мире. Правила расположения участников делового совещания за столом.

Деловое общение, прежде всего, следует рассматривать как средство коммуникации, т.е. обмена значимой информацией для участников общения. В этой связи необходимо учитывать, что наряду с вербальными (словесными) большую роль играют невербальные (несловесные) средства общения.

А.Пиз в книге «Язык телодвижений» приводит данные, согласно которым передача информации происходит за счет вербальных средств на 7%, звуковых (включая тон голоса, интонацию – на 38%, а за счет невербальных средств – на 65%).

Количество и качество невербальных сигналов зависит от возраста человека (у детей невербальные проявления читаются легче, чем у взрослых), пола, темперамента, национальности, социального статуса. Особенности невербального языка состоят в том, что его проявление обусловлено работой нашего подсознания. Отсутствие возможности подделывать импульсы подсознания позволяет нам доверять невербальному языку больше, чем вербальному.

С одной стороны, во время деловых встреч, бесед, переговоров необходимо контролировать собственные невербальные компоненты общения, с другой – уметь правильно «прочитывать» реакцию партнеров, что иногда позволяет более точно определять их позицию.

Традиционно к невербальным средствам общения относят все движения тела, интонации голоса, тактильное воздействие и др.

Невербальная коммуникация проявляется еще до начала речевого общения. Изучение документальных фильмов, интервью, бесед разного рода, видеозаписей четко показали, что невербальные компоненты коммуникации начинают разворачиваться раньше, чем люди начинают говорить друг с другом. Снача-

ла люди занимают подходящую дистанцию для беседы и поворачиваются друг к другу. Так они сигнализируют о готовности к диалогу. Одновременно партнеры считывают с поз и с выражения лица друг друга важную информацию о настроенности к общению, степени расположенности к беседе.

Наиболее значимыми являются зрительно воспринимаемые движения собеседника. К ним относятся мимика, жесты, взгляд, походка.

Жесты. В беседе мы часто сопровождаем свою речь действиями, в которых главную роль играют руки (даже обычное рукопожатие несет информацию о собеседнике). Например, рука для рукопожатия, поданная ладонью вниз, как правило, означает превосходство партнера; рука, поданная ладонью вверх – согласие на подчинение; а рука, поданная вертикально- партнерское рукопожатие. Рукопожатие также может означать приветствие, прощание, поздравление.

Жесты обычно подразделяют на:

коммуникативные (жесты приветствия, прощания, утвердительные, отрицательные, вопросительные, запреты и т.д.);

оценочные (жесты, выражающие одобрение, неудовлетворение, доверие, недоверие и т.д.);

описательные (имеющие смысл только в контексте речевого высказывания).

Жесты информативны. В деловом общении наиболее часто встречаются следующие нижеприведенные виды жестов.

Жесты открытости:

развернутые навстречу собеседнику руки;

расстегнутый пиджак.

Жесты закрытости:

скрещенные на груди руки;

посадка на стул, при которой спинка стула служит своеобразным щитом.

Оценочные жесты:

жест «рука у щеки» означает, что человек над чем-то задумался, о чем-то размышляет;

подбородок упирается в ладонь, указательный палец вытянут вдоль щеки, остальные сведены вместе и располагаются над подбородком. Этот жест свидетельствует о критической оценке. Если же он сопровождается наклоном корпуса в сторону от собеседника, то оценка, скорее всего, негативная;

наклон головы набок – заинтересованность; почесывание подбородка – жест размышления и оценки.

Жесты подозрительности и скрытности:

сложенные руки, отклоненный назад корпус, скрещенные ноги, голова склонена вперед, взгляд исподлобья;

ступни и корпус повернуты к выходу – это ясный знак того, что человек хочет закончить беседу.

Жесты уверенности:

гордая прямая поза;

«купол» - пальцы соединяются наподобие купола. Этот жест означает доверительность отношений, но также и некоторое самодовольство, уверенность в своей непогрешимости;

руки соединены за спиной, подбородок поднят вверх – поза абсолютного превосходства.

Жесты нервозности:

покашливание, прочищение горла;

курение сигарет;

рука прикрывает рот (этот жест передает эмоции от сомнения в себе до явной лжи).

Жесты неуверенности:

переплетенные пальцы рук, пощипывание ладоней;

человек грызет или держит во рту авторучку или карандаш.

Жесты скуки:

постукивание по столу рукой или по полу ногой;

голова лежит на ладонях, глаза полужакрыты;

машинальное рисование на бумаге;

пустой взгляд или отсутствие какого-либо движения глаз.

Некоторые психологи рекомендуют во время деловой беседы понаблюдать за левой рукой собеседника, которая иногда выдает тайные чувства своего владельца. Если в разговоре человек жестикулирует преимущественно левой рукой, то большая вероятность, что он говорит не то, что думает, или просто негативно относится к происходящему. В таком случае нужно сменить тему разговора или вообще его прервать.

Важно учитывать при жестикуляции:

является ли жест кого-либо из собеседников понятным для всех участников общения;

уместен ли тот или иной жест, не противоречит ли его смысл содержанию речи;

не мешает ли жест процессу общения;

однообразные жесты утомляют, поэтому необходимо использовать разнообразные по функциям и направленности жесты.

Мимика. Особая роль при передаче деловой информации отводится мимике – движениям мышц лица. Мимика тесно связана с эмоциями, позволяет человеку догадаться о переживаемых собеседником чувствах, помогает человеку передавать настроение, отношение к тому, о чем он говорит. При выражении радости мускулы лица приходят в движение, и все черты лица кажутся припод-

нятыми кверху. Брови принимают изогнутый вид. Чувство гнева выражается в мимике нахмуренным лбом, сдвинутыми бровями. В межбровном пространстве появляются вертикальные складки, губы при этом плотно сжаты.

Выражение лица играет важную роль в общении, обеспечивая эмоциональный контакт между собеседниками. Выражение лица очень сильно зависит от движения губ. Плотно сжатые губы выдают внутреннее напряжение, расслабленные – «говорят» о мягкости и открытости.

Особая роль в мимике принадлежит улыбке. Улыбка – своеобразный символ дружелюбия, открытости, искренности. Но она может быть ироничной, снисходительной, принудительной, и в этих случаях она имеет уже другой эффект. Следует понимать, что улыбка – это не только растянутые губы, но и сокращение мышц вокруг глаз, иногда изменение направленности взгляда, положения головы и т.д.

С мимикой очень тесно связан взгляд, который является важным несловесным средством общения. Взгляд может быть колючим, жестким, добрым, радостным, ласковым, застывшим и т.п. Когда человек формирует мысль, он чаще смотрит в сторону, а когда мысль оформилась – на собеседника. Если речь идет о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудности преодолеваются – больше.

Визуальный контакт свидетельствует о расположенности к общению. Можно утверждать, что если на вас смотрят мало, то мы имеем все основания полагать, что к нам или к тому, что мы говорим и делаем, относятся плохо, а если слишком много – то к нам отношение хорошее.

Частота визуального контакта и степень его употребления во многом зависит от особенностей той или иной культуры. Например, арабы, латиноамериканцы, южноевропейцы часто контактируют взглядами, тогда как североевропейцы, азиаты практически не используют этот невербальный взгляд. В русской культуре живой заинтересованный взгляд и богатая выразительная мимика высоко ценятся и помогают общению.

Поза человека. Определенную информацию несет поза человека, т.е. положение человеческого тела. От умения правильно держаться и двигаться зависит в значительной степени наш внешний вид, т.к. наша манера сидеть, стоять, ходить является дополнительным источником информации.

Например, высоко поднятые плечи, сутулая спина и втянутый подбородок свидетельствуют о беспомощности, неуверенности, а плечи, чуть выдающиеся вперед, указывают на чувство подавленности. Свободно опущенные плечи предполагают внутреннюю свободу, уверенность, а расправленные плечи указывают на активность, решительность (а иногда и переоценку собственных возможностей).

Психологи утверждают, что по тому, как человек располагает свое тело по отношению к собеседнику, можно говорить либо о закрытости, либо о расположенности к общению.

Закрытые позы – человек пытается закрыть переднюю часть своего тела и занять как можно меньше места в пространстве; «наполеоновская» поза (человек стоит, руки скрещены на груди) и т.п. Воспринимаются такие позы как знак недоверия, несогласия, желания противостоять, критиковать.

Открытые позы – человек раскрывает руки ладонями вверх и т.п. Такие позы трактуются как позы доверия, доброжелательности, согласия. Если человек заинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и чуть наклоняться в его сторону, если не очень, то, наоборот, будет отдаляться от собеседника.

Голос. Голос является выразителем наших чувств. Он может многое сказать о человеке. Собеседники отмечают высоту, громкость, тембр голоса, силу ударения. Важны также психофизиологические проявления, связанные с голосом: плач, кашель, смех и т.п.

Тихим голосом разговаривают робкие, застенчивые, не уверенные в себе люди; очень громкая речь может восприниматься как резкая, агрессивная. Энтузиазм, радость обычно передаются высоким голосом. Гнев, страх – тоже до-

вольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звука. Горе, печаль, усталость обычно передаются мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы.

Важность интонации в общении можно объяснить тем, что она формирует общение, т.е. ту атмосферу, которая делает общение наслаждением, либо пыткой.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая речь – взволнованность или обеспокоенность чем-либо. Медленная речь чаще всего свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, усталости.

Таким образом, нужно уметь не только слушать слова, но и слышать интонационный строй речи, где выражаются наши чувства, волевые устремления, иногда вопреки словам.

Прикосновения – рукопожатия, похлопывания, поцелуи.

Прикосновение – знак, который выражает чувства к партнеру по общению. Грубые контакты сопровождают агрессию и принуждение. Мягкие контакты сигнализируют о доверии и симпатии к собеседнику.

В разных странах значительно различается допустимое количество прикосновений. Так, в Англии собеседники редко прикасаются друг к другу. В странах Латинской Америки, наоборот, частота прикосновений весьма велика.

Следует учитывать и разные взгляды на рукопожатие в разных странах мира. Западноевропейские и американские собеседники терпеть не могут вялых рукопожатий, поскольку у них ценится атлетизм и энергия. Им следует пожимать руку энергично и сильно. При встрече же с партнером из Китая и Японии не следует сжимать им ладонь слишком сильно и долго.

Дистанции в общении. Знание дистанций позволяет прогнозировать реакцию другого человека в процессе контакта:

интимная зона (до 50 см.) допускает лишь близких и хорошо знакомых людей. Для нее характерна доверительность, негромкий голос. Нарушения гра-

ниц данной зоны воспринимается как покушение на личную неприкосновенность;

личная или персональная зона (50-120 см.) служит для беседы с друзьями или коллегами, данная зона предполагает визуально-зрительный контакт между собеседниками;

социальная зона (120-400 см.) создается во время встреч в кабинетах или других служебных помещениях с малознакомыми людьми;

публичная зона (свыше 400 см.) подразумевает общение с большой группой людей – в лекционной аудитории, на митинге.

Существует связь между ростом человека и дистанцией, выбираемой им: чем выше мужчина, тем ближе он старается подойти к собеседнику и наоборот.

Размещение участников за столом. Правильное расположение за столом является средством эффективного взаимодействия деловых партнеров. Марк Кнапп в работе «Невербальная коммуникация при взаимодействиях людей» отмечал, что различные оттенки отношений людей к вам, могут выражаться в том, какое место они занимают за столом относительно вас.

Рассмотрим возможное расположение участников в рабочем кабинете за стандартным прямоугольным столом. Лицо В может занимать четыре основных положения относительно лица А.

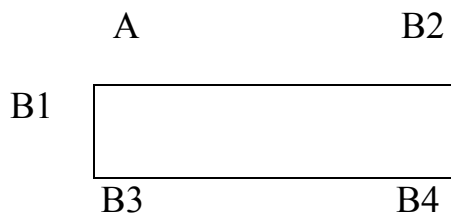
В1. Угловое расположение.

В2. Позиция делового взаимодействия.

В3. Конкурирующе-оборонительная позиция.

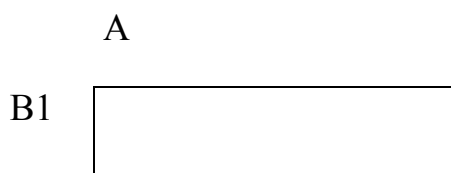
В4. Независимая позиция.

Основные виды расположения людей вокруг стола.



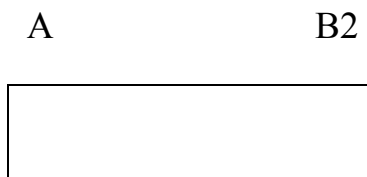
Угловое расположение (B1).

Это расположение характерно для людей, занятых дружеской, непринужденной беседой. Эта позиция способствует постоянному контакту глаз и представляет простор для жестикуляций и возможность наблюдения за жестами собеседника. Угол стола служит частичным барьером в случае опасности или угрозы со стороны собеседника: можно за него удалиться. При таком расположении отсутствует территориальное разделение стола. Самым удачным стратегическим расположением для агента по торговле во время презентации товара новому клиенту будет позиция B1, в случае, если А – его покупатель. Просто передвинув стул на позицию B1, вы можете разрядить обстановку и увеличить свои шансы на успех переговоров.



Позиция делового взаимодействия (B2)

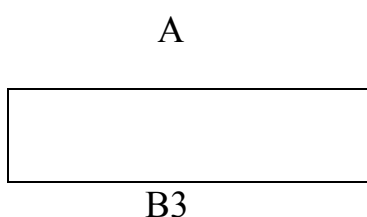
Когда два человека работают в соавторстве над какой-нибудь проблемой или проектом - они обычно занимают это положение. Это одна из самых удачных позиций для выработки общего решения. Секрет, однако, заключается в том, чтобы В деликатно использовал эту позицию, не создавая у А впечатления, что его территория была нарушена. Это очень благоприятное расположение также в том случае, когда нужно ввести третьего участника в переговоры. Эта позиция обычно называется «заодно с оппонентом».



Конкурирующе – оборонительная позиция (B3)

Положение за столом друг против друга может вызвать оборонительное отношение и атмосферу соперничества. Она может привести к тому, что каждая сторона будет придерживаться своей точки зрения, потому что стол становится самым барьером между ними. Люди занимают такое положение за столом в том случае, если находятся в положении соперничества или когда один из них делает другому выговор за какой-либо проступок. Если встреча происходит в кабинете, то такое расположение свидетельствует об отношениях субординации.

Когда люди сидят напротив друг друга, то подсознательно делят стол на две равные территории. Каждый претендует на свою собственную, и внутренне оказывают сопротивление человеку, который вторгается на его территорию. Конкурирующе-оборонительной позиции следует избегать на переговорах или при обсуждении делового вопроса.



Независимая позиция (B4)

Такое положение занимают люди, не желающие взаимодействовать за столом друг с другом. Это положение может расцениваться как отсутствие заинтересованности или враждебное со стороны человека, чьи границы были нарушены. Этого положения следует избегать, когда требуется откровенная беседа между А и В.

А



В4

В книге А.Пиза «Язык телодвижений» приведены правила поведения деловых людей в условиях скученности, например, в общественном транспорте, в кинозалах, в лифтах:

1. Ни с кем не разрешается разговаривать, даже со знакомыми.
2. Не рекомендуется смотреть в упор на других.
3. Лицо должно быть совершенно бесстрастным – никакого проявления эмоций не разрешается.
4. Если у вас в руках книга или газета, вы должны быть полностью погружены в чтение.
5. Чем теснее в транспорте, тем сдержаннее должны быть ваши движения.
6. В лифте следует смотреть только на указатель этажей над головой.

Таким образом, невербальные средства общения выдают наше состояние, помимо нашей воли. Понимание их смысла дает преимущества в общении, позволяет «читать» человека, как книгу, понимать его состояние и намерения. Со своей стороны, используя невербальные средства, подтверждающие наши слова, можно выглядеть более привлекательным в общении.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА, 2002.
3. Пиз А. Язык жестов. М.: Парадокс, 2000.
4. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.: ИНФРА – М, 1994.

Глава 4. Этикет деловых переговоров

Особенности деловых переговоров. Основные методы переговоров. Метод принципиальных переговоров и его особенности. Подготовка к деловым переговорам: анализ, планирование, дискуссии. Значение человеческого фактора при переговорах. Восприятие, эмоции и общение как источник успеха на деловых переговорах. Распространенные ошибки в переговорном процессе. Как сделать деловые переговоры успешными. Основные правила общения на переговорах, если позиции сторон не совпадают. Особенности переговорных стилей разных стран.

Переговоры являются фактом нашей повседневной жизни. Это и обсуждение с начальником своего повышения по службе, и договоренность с мало знакомым человеком о цене на его дом, и решение спорного дела из-за автомобильной аварии, и планирование совместного предприятия и т.п. Люди с разными интересами используют переговоры, чтобы уладить свои разногласия. Будь то в деловой сфере, правительственных кругах или в семье люди достигают большинства решений путем переговоров.

Хотя переговоры происходят каждый день, вести их нелегко. Стандартная переговорная стратегия часто оставляет у людей чувство неудовлетворенности, изнурения, отчуждения, или нередко всего вместе.

Люди оказываются перед дилеммой. Они видят всего два способа ведения переговоров: быть податливыми или жесткими. Мягкий по характеру человек желает избежать личного конфликта и, ради достижения соглашения, с готовностью идет на уступки. Он хочет любовной развязки, однако в большинстве случаев дело заканчивается тем, что он чувствует себя ущемленным и остается в обиде. Жесткий участник переговоров рассматривает любую ситуацию как состязание воли, в котором сторона, занявшая крайнюю позицию и упорно стоящая на своем, получает больше. Он хочет победить, но часто получает в ответ такую же жесткую реакцию, которая изматывает его самого и его ресурсы, а также портит отношения с другой стороной. Вторая стандартная

стратегия в переговорах предусматривает средний подход – между мягким и жестким, но включает в себя попытку сделки между стремлением достичь желаемого и ладить с людьми.

Есть третий путь ведения переговоров, предусматривающий позицию, основанную не на слабости или твердости, а скорее объединяющий и то, и другое. Этот метод, так называемый, **метод принципиальных переговоров** состоит в том, чтобы решать проблемы на основе их качественных свойств, т.е. исходя из сути дела, а не торговаться по поводу того, на что может пойти каждая из сторон. Этот метод предполагает, что вы стремитесь найти взаимную выгоду там, где это только возможно, а там, где ваши интересы не совпадают, следует настаивать на таком результате, какой был бы обоснован какими-то справедливыми нормами, независимо от воли каждой из сторон. Метод принципиальных переговоров означает жесткий подход к рассмотрению существа дела, но предусматривает мягкий подход к отношениям между участниками переговоров. Он не прибегает к трюкам и не использует фактор положения. Принципиальные переговоры показывают, как достичь того, что вам полагается по праву, и остаться при этом в рамках приличий. Этот метод дает возможность быть справедливой каждой стороне переговорного процесса, одновременно предохраняя от тех, кто хотел бы вести себя нечестно.

Переговоры отличаются друг от друга, но основные их элементы неизменны. Метод принципиальных переговоров может быть использован для решения одного вопроса или нескольких, в переговорах двух сторон или нескольких, в обстоятельствах предписанного ритуала, например, при заключении коллективного соглашения, или в условиях неожиданной или непредсказуемой ситуации, например, в переговорах с экстремистами. От этого метода можно отказаться только тогда, когда противостоящая сторона обладает большим, чем вы, опытом, или, наоборот, меньшим, торгуется жестко или занимает дружескую позицию. Метод принципиальных переговоров выступает универсальной стратегией достижения деловых целей. Использовать его даже легче, если другая сторона будет с данной стратегией знакома.

Приведем ниже основные секреты деловых переговоров:

1. Не следует вести позиционные торги. Чего бы не касалось обсуждение – контракта, семейной ссоры или урегулирования отношений между конфликтующими деловыми сторонами, противоположные стороны занимают определенные позиции. Каждая из сторон, отстаивая свою позицию, вынуждена делать уступки, чтобы достичь компромисса. Спор по поводу позиций приводит к неразумным соглашениям. Когда участники переговоров спорят по поводу позиций, они обычно сами ограничивают себя рамками этих позиций. Чем больше вы проясняете позицию и защищаетесь от нападков, тем больше вы себя с нею связываете. Чем больше вы убеждаете противоположную сторону в невозможности изменить свою первоначальную позицию, тем труднее это становится сделать для вас. Ваше «Я» отождествляется с вашей позицией.

О любом методе переговоров можно достаточно верно судить с помощью трех критериев:

он должен привести к разумному соглашению;

он должен быть эффективен;

он должен улучшить или, по крайней мере, не испортить отношения между сторонами.

Позиционный спор создает благоприятную почву для различного рода уловок, задерживающих принятие решения. При позиционном споре вы, пытаясь улучшить свой шанс на достижение выгодной для вас договоренности, с самого начала выдвигаете крайнюю позицию, упорно ее отстаиваете, стараетесь ввести другую сторону в заблуждение относительно ваших истинных взглядов, делаете лишь небольшие уступки, необходимые для продолжения переговоров. Так же поступает и вторая сторона. Все это в целом мешает быстрому достижению соглашения.

По мере того как все большее внимание уделяется позициям, все меньшее значение придается основополагающим интересам сторон. Достижение согла-

сия становится все менее вероятным. Значительное время и усилия требуются для того, чтобы обнаружить, возможно ли соглашение в принципе. Результатом этого зачастую становится соглашение, удовлетворяющее каждую из сторон, значительно менее чем это могло бы быть.

Данный процесс принятия решения труден и расточителен во времени. У человека, ведущего переговоры, остается все меньше стимулов для быстрого продвижения переговоров. Затягивание переговоров, угрозы покинуть их, твердая оппозиция и другие подобные методы становятся обычным делом. Все это увеличивает время и цену за достижение договоренности так же, как и риск того, что соглашение не будет достигнуто вообще.

Позиционные споры угрожают отношениям сторон. Позиционный спор превращается в состязание волн. Каждый участник заявляет, на что он пойдет, а на что – нет. Задача совместной выработки решения может превратиться в битву. Каждая сторона с помощью одной только силы воли принуждает другую сторону изменить позицию.

Так как одна сторона начинает считать, что она сломлена непреклонной волей другой стороны, а ее законные интересы не учтены, часто появляются гнев и обида. Распри по поводу занимаемых позиций ведут к напряженности, а иногда и к разрыву. Предприятия, годами поддерживающие отношения, могут выйти из компании, а деловые партнеры – перестать разговаривать друг с другом. Чувство горечи даже от одной такой стычки может остаться на всю жизнь.

При наличии многих сторон позиционный торг усугубляется. Чем больше людей втянуто в переговоры, тем серьезнее становятся недостатки, свойственные позиционному торгу.

2. Дружелюбие – не выход из положения. Многие люди признают, что позиционный торг обходится очень дорого, особенно для интересов групп и взаимоотношений между ними. Они надеются этого избежать, придерживаясь при обсуждении мягкой позиции. Вместо того чтобы рассматривать другую сторону в качестве противника, - они воспринимают ее как дружественную.

Вместо того чтобы сделать ставку на достижение победы, они подчеркивают необходимость достичь соглашения. Стратегия мягкого подхода состоит в том, чтобы делать предложение и идти на уступки, доверять другой стороне, быть дружелюбным и поддаваться там, где это необходимо, с целью избежать конфронтации.

Тем не менее, любые переговоры, в которых участники заботятся преимущественно об отношениях, рискуют привести к неясным соглашениям.

Надо подчеркнуть следующее. Когда вы придерживаетесь мягкого стиля при позиционном обсуждении, что делает вас уязвимым для сторонника жесткой линии, настаивающего на уступках и угрожающего, переговоры определенно закончатся в пользу приверженца жесткой линии. И даже, если в их процессе будет достигнута договоренность, она будет более выгодной для участника с жесткой позицией.

3. Альтернатива существует. Если вы не желаете выходить за рамки жесткого и мягкого стиля ведения переговоров, вы можете сменить игру. Процесс переговоров всегда происходит на двух уровнях. На одном обсуждение касается существа дела, на другом - на решении вопросов по существу. При обсуждении на первом уровне речь конкретно может идти о вашем жаловании, условиях руководства, назначаемой цене. Второй уровень призван ответить на вопрос, каким образом вы сами будете вести переговоры, применяя мягкий или жесткий метод. Второй уровень мало внешне заметен, однако от каждого предложения, которое вы делаете на переговорах, зависит их итог.

У альтернативных переговоров существует метод, который может быть сведен к базовым четырем пунктам.

Люди: сделайте разграничение между участниками переговоров и предметом переговоров.

Интересы: сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях.

Варианты: Прежде, чем решать, что делать - выделите круг возможностей.

Критерии: Настаивайте на том, чтобы результат основывался на какой-то объективной норме.

Первый пункт учитывает тот факт, что человеческие существа – не компьютеры. Люди имеют сильные эмоции, у большинства людей радикально-противоположное восприятие ситуации, вследствие этого нам трудно общаться. Прежде, чем начать работать над существом проблемы, необходимо определить «проблему людей» и разбираться с ней отдельно. Если не прямо, то косвенно участники переговоров должны прийти к пониманию того, что им необходимо работать бок о бок и разбираться с проблемой, а не друг с другом. Таким образом, необходимо сделать разграничения между участниками переговоров и предметом переговоров.

Второй пункт нацелен на преодоление недостатков, которые возникают из-за концентрации внимания на позициях, заявленных участниками, хотя цель переговоров состоит в удовлетворении их подспудных интересов.

Третий пункт касается трудностей, возникающих при выработке оптимальных решений под давлением. Поэтому необходимо разработать круг взаимовыгодных вариантов.

Когда интересам участника переговоров что-либо прямо противопоставляется, он может достичь благоприятного результата, просто проявив упрямство. Такой метод предполагает вознаграждение за непреклонность и дает произвольные результаты. Вы, тем не менее, можете противостоять такому нажиму, настаивая на том, что неуступчивость не является достаточным аргументом и что соглашение должно отображать какие-то справедливые нормы, а не зависеть от голой воли каждой из сторон. Обсуждая такие нормы, а не желание или, наоборот, нежелание относительно чего-либо, ни одна из сторон не будет вынуждена уступать другой: обе будут надеяться на справедливое решение. Таким образом, следует настаивать на использовании объективных критериев.

Особого внимания требует подготовка к переговорам, которая включает: **анализ, планирование, организацию дискуссий.**

На стадии анализа необходимо просто собрать информацию, поставить диагноз ситуации, обратить внимание на варианты, уже готовые для обсуждения, разобраться в критериях, предложенных в качестве основы для достижения договоренности.

На стадии планирования вы будете иметь дело с 4 пунктами, изложенными выше. Здесь необходимо обдумать идеи и найти решения, определить, что можно предпринять. Как вы предполагаете решить проблему отношений с людьми? Какие из ваших интересов наиболее важны? В чем заключаются те или иные объективные препятствия? Понадобится обдумать дополнительные аргументы и критерии, для того чтобы выбрать из них приемлемые.

На стадии дискуссий, когда стороны общаются друг с другом, стремясь к соглашению, необходимо осознать, есть ли у вас различия в восприятиях, ощущение недовольства и возмущения, трудности в общении и попробовать разобраться в этом. Каждая сторона должна понять, каковы интересы другой стороны. Обе они могут выдвинуть варианты, являющиеся взаимовыгодными, и стремиться к соглашению и согласованию противоположных интересов.

В дискуссиях требуется концентрация внимания на базовых интересах, на удовлетворяющих обе стороны вариантах и справедливых критериях, в результате которых приходят к разумному соглашению.

Неспособность относиться к другим как к личностям с их особенностями может негативно отразиться на переговорах. Чем бы вы не занимались в любой момент переговоров, начиная с подготовки к ним и далее, стоит спрашивать себя: «Достаточно ли я уделяю внимание **человеческому фактору**». Каждый участник переговоров преследует двойной интерес: относительно существа дела и взаимоотношений между партнерами. Обе спорящие стороны, выдвигающая требования и отклоняющая их, как правило, относятся к людям и проблеме как к одному и тому же фактору. Например, в семье замечания вроде «в кухне

беспорядок» или «на нашем банковском счете осталось мало денег» могут быть сделаны просто с целью обозначить проблему, но, скорее всего, будут восприняты как личное обвинение. Недовольство какой-либо ситуацией может побудить вас выразить его по отношению к человеку, который ассоциируется с этой ситуацией. В целом при позиционном обсуждении человеческое «я» играет слишком большую роль.

При позиционном торге возникают противоречия между существом проблемы и отношениями участников переговоров. Сведение переговоров к волевой борьбе с целью достижения победы осложняет все взаимосвязанные аспекты этого процесса.

Позиционный торг предполагает удовлетворение интересов участников и по сути дела и по поводу установления добрых отношений. Однако, уступив в существе дела, вы можете и не приобрести дружеского расположения: вы только убедите другую сторону, что вас можно провести. Так, если ощущения неясны, ищите возможность узнать больше, если страсти накаляются, найдите возможность выпустить пар. Если возникает недопонимание, надо постараться наладить общение.

Для того чтобы найти путь в джунглях человеческих отношений, полезно всегда учитывать три основные категории: **восприятие, эмоции и общение**. Различные проблемы отношений между людьми попадают в одну из этих категорий.

В переговорах легко забыть, что вы имеете дело с проблемами не только других людей, но и со своей собственной. Ваше возмущение или огорчение может помешать восприятию выгодного для вас соглашения. Ваше восприятие может стать односторонним, и вы не сможете выслушать другую сторону или продуктивно общаться друг с другом.

Выяснение образа мысли другой стороны – это не просто полезный процесс, способствующий решению вашей проблемы. Данное мышление – это и есть проблема, она состоит в несовпадении хода ваших мыслей и мыслей дру-

гой стороны. Каким бы полезным не было обращение к объективным фактам, в конечном счете, именно реальность в том виде, в котором видит ее каждая из сторон, составляет проблему переговоров и открывает путь к ее разрешению.

Люди склонны видеть то, что хотят увидеть. В процессе переговоров каждая сторона может видеть только достоинства своей позиции и упущения другой стороны.

Понять точку зрения другого человека – не значит согласиться с ней. Однако если вы лучше постигнете его способ мышления, то можете подойти к пересмотру своих собственных взглядов на преимущества ситуации.

Люди склонны принимать свои страхи за намерения другой стороны. Слишком легко впасть в привычку интерпретировать высказывания или действия другой стороны в негативном плане. Один из способов справиться с различием восприятия состоит в том, чтобы ясно выразить это различие и обсудить его с противоположной стороной. Если вы будете это делать откровенно и честно, не обвиняя другую сторону в возникших сложностях, такая дискуссия может помочь вашим партнерам осознать серьезность ваших намерений.

«Спасти лицо» на переговорах означает, что ваши предложения должны соответствовать возможностям партнера. В английском языке словосочетание «спасти лицо» включает в себе уничижительный оттенок. Люди говорят: «мы это делаем просто, чтобы дать им возможность спасти свое лицо». Подразумевается, что имеет место некоторое притворство, с тем, чтобы позволить кому-то продолжать дело без ощущения неудобства.

Зачастую на переговорах люди удерживаются от каких-либо шагов не потому, что предложение заведомо неприемлемо, а потому, что хотят избежать впечатления, что они поддерживают другую сторону. Если содержание документа представить несколько иначе, так, чтобы оно выглядело как справедливый выход из создавшегося положения, то они примут его.

Например, условия относительно муниципальных работ, выдвинутые на переговорах в одном из испанских городов, между мэром и общиной, были не-

приемлемы. Однако когда мэр провозгласил эти условия в своем предвыборном обещании, они были приняты общиной.

В переговорах, особенно в ситуации застоя, эмоции могут оказаться важнее самой дискуссии. В этом случае стороны больше готовы к борьбе, нежели к сотрудничеству и выбору договоренности относительно проблемы. Люди часто вступают в переговоры с осознанием, что ставки высоки и их чувствам угрожают. Эмоции с одной стороны могут вызвать эмоции с другой. Страх может вызвать гнев, а гнев – страх. Эмоции могут быстро завести переговоры в тупик или вообще прекратить их.

Прежде всего, осознайте свои чувства. Понаблюдайте во время переговоров за собой. Нервничаете ли вы? Рассержены ли вы другой стороной? Спросите себя, что вызывает ваши чувства, почему вы рассержены? Почему они рассержены? Отвечают ли они на прошлые обиды и стремятся ли отомстить? Поговорите с представителями другой стороны о своих ощущениях. Поговорите с ними и об их ощущениях. Никакого вреда не будет, если вы скажете: «Знаете, наша сторона считает, что с нами дурно обращались, и мы очень расстроены. Мы боимся, что соглашение не будет соблюдаться, даже если и будет достигнуто. Правильно или нет, но таковы наши опасения. Лично я думаю, что мы можем быть неправы, опасаясь этого, но таковы ощущения других. А как ваша сторона, чувствует то же самое?» Поставив ваши или их чувства в фокус дискуссии, вы не только не подорвете серьезность проблемы, но это превратит переговоры в менее противодействующий процесс. Освобожденные от бремени невыраженных чувств, люди, скорее всего, увеличат свои усилия по решению проблемы.

Позвольте другой стороне «выпустить пар». Один из эффективных способов справиться с человеческим гневом, расстройством и другими негативными эмоциями состоит в том, чтобы помочь освободиться от этих чувств. Когда человеку дать «выпустить пар», с ним можно будет разговаривать рационально.

Не реагируйте на эмоциональные проявления. Если не следить за своими чувствами, может разразиться крупная ссора. Используйте символические жесты. Каждый любящий знает, для того, чтобы окончить ссору, лучше всего помогает красная роза. Дружеская записка, выражение сожаления, посещение кладбища, небольшой подарок внуку, обмен рукопожатием или объятием, совместная трапеза – все это может стать бесценной возможностью для снятия враждебной ситуации с минимальными издержками. Во многих случаях извинение может разрядить эмоции, даже если вы не признаете свою персональную ответственность за какое-то действие или намерение нанести вред. Извинение может стать для вас самым недорогим и вознаграждающим вкладом, который вы можете сделать.

Совершенно очевидно, что самое перспективное, - разглядеть за позициями человеческие интересы. Наиболее сильные интересы – это основные человеческие нужды. К ним относятся безопасность, экономическое благосостояние, чувство принадлежности, признание распоряжения собственной жизнью и др.

Для того чтобы выявить разные интересы каждой из сторон, можно составить перечень интересов. Это поможет запомнить их, а также позволит расположить эти интересы в определенном по важности порядке.

Смотрите вперед, но не назад. Вы лучше удовлетворите свои интересы, если будете говорить о том, чего вы хотите достичь, а не о том, что у вас было.

Будьте тверды, говоря о проблеме, но мягки с людьми. Изобретайте взаимовыгодные варианты.

В большинстве переговоров их участники допускают 4 самых серьезных просчета:

1. Преждевременное суждение (нет ничего более вредного для переговоров, чем критический настрой, когда вы готовы ухватиться за недостатки любой идеи);

2. Поиск единственного ответа (творчество – составляющая часть процесса переговоров. Важная их часть - увеличить число разумных вариантов. Причиной того, что на столе бывает так мало хороших вариантов, является стремление сторон рассматривать ситуацию, как крайнюю, по принципу или - или);

3. Убежденность в невозможности «увеличить пирог» (важным препятствием на пути решения проблемы является предположение о неизменном пироге: «чем больше тебе, тем меньше мне». Данное предположение справедливо по отношению к переговорам очень редко. Помимо желания избежать совместных потерь, всегда есть возможность получения совместной выгоды. Это может выразиться путем определения общих интересов и поиска созидательных решений);

4. Мнение, что решение проблемы – только их проблема (решение проблемы необходимо обеим сторонам переговорного процесса. Постоянное сражение за доминирование угрожает отношениям: принципиальные переговоры защищают их. Гораздо легче иметь дело с людьми, когда вы обсуждаете объективные критерии для урегулирования проблемы, вместо того, чтобы пытаться заставить друг друга отступить).

К основным приемам, стимулирующим переговорное общение, помогающим продолжить его, даже **если позиции партнеров не совпадают**, можно отнести:

убедительность аргументов («важно быть честным и открытым, а не казаться им»);

«условное принятие доводов оппонентов» (использование фраз «допустим, вы правы», «предположим, что это так», оставляющих пространство для маневра);

«оттягивание возражений» (позволяет уйти от противоборства в общении, больше узнать об уязвимых местах доводов оппонентов, чтобы при необходимости сделать их объектом для критики);

«обращение за советом» (это льстит оппоненту и создает у него приятное ощущение, что он оказывает партнеру любезность);

«настройка на волну оппонента» (фразы «я такой же, как вы», копирование жестов, голоса, стиля общения собеседника);

«вовлечение оппонента в совместную выработку решения» (для многих людей процесс поиска решения не менее важен, чем конечный результат);

«отступить, чтобы победить» (если хотите убедить собеседника в чем-либо, дайте ему почувствовать, что убедить можно и вас, изобразите легкое сомнение);

«использование метода Сократа» (с самого начала беседы не давайте собеседнику повода сказать «нет», издалека подходите к теме основного разговора и принуждайте партнера отвечать «да». При этом следует избегать агрессивного принуждения и привносить деликатность в общение);

«избегание категоричных высказываний» (высказывания типа «всегда», «никогда» провоцируют конфронтацию, порождают сомнения в сказанном. Лучше использовать более мягкие варианты «очень часто», «иногда», «в большинстве случаев», «крайне редко» и т.п.);

«использование «позитивных» вопросов» (фразами «вас ведь не затруднит это сделать?», «не затруднит ли вас это сделать?») можно отчасти управлять ответом собеседника);

«использование высказываний, в основе которых не я, а мы» («мы с вами, безусловно, вместе в этом заинтересованы»);

«использование приема, утверждающего свою значимость» («Вы постоянно меня перебиваете» или «Когда вы меня перебиваете, я сбиваюсь с мысли, мне бывает очень трудно сосредоточиться на главном и довести мысль до конца»).

Проведение принципиальных переговоров включает в себе вопрос: как подготовить объективные критерии и применить их для обеих сторон. Следует

заранее заготовить несколько альтернативных критериев и обдумать, насколько они применимы в вашей ситуации. Данные критерии должны подходить для обеих сторон. Способ решения спора, когда ключевой стороной является еще кто-то, является широко распространенной процедурой с множеством вариаций. Стороны могут договориться представить данный вопрос на усмотрение специалисту, чтобы получить совет и решение. Они могут обратиться за помощью к посреднику или арбитру для принятия авторитетного обязывающего решения. Однако стороны, которые никак не могут договориться между собой, иногда ставят арбитра перед выбором между двумя экстремальными предложениями.

Деловым людям, которые стремятся приобрести опыт ведения деловых переговоров, необходимо учитывать особенности делового стиля зарубежных партнеров.

Поведение **немцев** во время переговорного процесса характеризуется пунктуальностью, аккуратностью, строгим соблюдением делового этикета и некоторой официальностью. Немцы сдержанны и поэтому поначалу кажутся малодружелюбными. Потом это мнение о них изменится. На переговорах члены немецких делегаций обычно представляют весьма весомые аргументы, но их можно переубедить логичностью своих контраргументов. Обычно немцы не изменяют своих позиций и ранее высказанных предложений. Они склонны доверять, и отстаивают свои принципы на основе доверия. Немцы отличаются высоким профессионализмом и деловой обязательностью; а также ценят подобные качества у своих партнеров. Деловые люди Германии редко ведут переговоры с позиции силы.

Стиль переговоров у **французов** характеризуется осторожностью и эмоциональностью. Французы досконально изучают все аспекты программы переговоров и серьезно готовят аргументацию. Не любят, когда их партнеры вносят серьезные изменения в подготовленные ими документы.

Однако французы легко идут на изменение своей позиции под воздействием логических доказательств. Во Франции не считается неэтичным, если деловой партнер перебьет ваше высказывание или сделает замечание. Начинают деловые переговоры французы обычно с нейтральной беседы. Могут поговорить об искусстве, достопримечательностях стран, уважают собеседников, знающих французскую культуру и искусство.

Английский стиль переговоров характеризуется профессионализмом, строгостью и напористостью. Во время переговоров **англичане** сдержанны, принимают решение медленно, уделяют большое внимание решению деталей проблемы. Англичане ценят стабильность деловых отношений с партнером.

Для **американского** стиля характерен хороший настрой, энергичность, динамичность, напористость, не слишком официальная манера ведения переговоров.

Американцы считают, что все должно давать доход – это лейтмотив их поведения в делах. Для успешного проведения переговоров необходимо с самого начала заинтересовать своего американского партнера. В США ни одна сделка не совершается без тщательной юридической проработки.

Стиль переговоров **китайских** фирм характеризуется длительностью ведения переговоров, большим вниманием к принципам, а не к аргументам. Вести переговоры с китайцами трудно. Терпение – самое главное в переговорах с ними.

В китайском стиле ведения переговоров четко выделяются три этапа: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. На начальном этапе большое внимание уделяется внешнему виду партнеров и манере их поведения, с целью определения статуса каждого из участников. Китайцы ориентируются на людей с более высоким статусом – как официальным, так и неофициальным, и на партнеров, которые выражают симпатии китайской стороне. Именно через них китайцы стараются оказать свое влияние на позиции противоположной стороны.

Окончательное решение китайская сторона принимает не за столом переговоров, а дома. Обязательно одобрение достигнутых договоренностей со стороны «центра».

В китайской делегации бывает много экспертов, что увеличивает ее численность. Как правило, на переговорах с китайской стороной партнер вынужден первым «открыть карты», первым высказать свою точку зрения, первым делать предложения. Сами китайцы делают уступки обычно под конец переговоров, после того как оценят возможности противоположной стороны. При этом очень умело используют ошибки, допущенные партнерами.

Японцы не любят спешки и убеждены, что успех переговоров зависит от времени, затраченного на их детальную подготовку. В этом они очень похожи на китайцев.

Во время переговоров японская делегация часто просит объявить перерыв, чтобы согласовать позицию и исключить угрозу расхождения мнений в своем кругу. Проявление нервозности и всякого рода несдержанности, повышение голоса воспринимается японцами как признак слабости и невоспитанности.

Они очень тщательно соблюдают субординацию: официальное общение с нижестоящими, согласно их традиционным представлениям, является «потерей собственного лица». Если партнер на переговорах представлен лицом более высокого ранга, нарушая этикет, то это расценивается, что фирма партнера не имеет солидной репутации в деловом мире и выступает в роли просителя. Поэтому на визитной карточке необходимо четко указать свое звание и должность.

Традиционно японцы внимательно выслушивают точку зрения и аргументацию партнера до конца, не перебивая. Если они кивают головой, то это не означает, что они во всем с вами согласны, а означает лишь, что они поняли смысл вашего высказывания. Когда японцы на переговорах встречаются с очевидной уступкой, они отвечают тем же.

Общение между народами разных стран стало очень тесным. Принимая во внимание это обстоятельство, можно говорить о международных правилах поведения на деловых переговорах. Знание и соблюдение этих правил позволяет деловому человеку чувствовать себя комфортно и уверенно в любых ситуациях повседневного, делового и международного общения.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИН-ФРА, 2002.
3. Курбатов В.Л. Стратегия делового успеха. Ростов-на - Дону, 2003.
4. Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-на -Дону: Феникс, 2006.
5. Овчинников В. Сакура и дуб. М.: Восток и Запад, 2008.
6. Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам, М.: Наука, 2000.

Глава 5. Основные правила этикета на службе

Этикет служебного телефонного разговора. Виды телефонных разговоров на службе. Язык служебного телефонного разговора. Культура делового письма. Искусство комплимента. Этикет в деятельности государственных служащих. Деловой этикет в деятельности руководителя.

Этикет служебного общения включает в себя умение вести служебный телефонный разговор, правила писать деловые письма, умение вести себя на работе, культуру служебного комплимента, культуру руководителя и др.

Этикет служебного телефонного разговора. Человечество пользуется телефоном уже более века. Благодаря телефону, во много раз повышается оперативность решения разного рода вопросов и проблем. Однако время и деньги, которые расходуются на деловые переговоры по телефону, предъявляют жесткие требования к их профессиональности, а также к умению в процессе телефонного общения соблюдать нормы и правила делового этикета.

Важно научиться оценивать необходимость каждого звонка, соотносить затраченное время со степенью срочности решаемой при использовании телефона проблемы, а также использовать альтернативные варианты переговоров. Не случайно бытует понятие «не телефонный разговор»: когда проблема сложная, личная, требует встречи наедине или коллегиального решения. Добиваясь телефонного общения с тем или иным человеком, нужно быть уверенным, что правильно выбран адресат, что вы не завысили иерархический уровень и т.д.

Существует несколько видов телефонных разговоров на службе:

официальные (деловые) – между незнакомыми, малознакомыми людьми, между работниками различного социального статуса;

нейтральные – между знакомыми, равными по возрасту и служебному положению;

дружеские – между сотрудниками, связанными неформальными отношениями.

Ряд авторов предлагает условно классифицировать телефонные разговоры на активные или исходящие, которые мы делаем с целью получения необходимой информации, установления сотрудничества, решения каких-либо проблем; и пассивные, или входящие, которые поступают к нам от окружающих нас людей в частной, деловой и общественной жизни.

Во время служебного телефонного разговора необходимо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь может помочь правильное использование методов внушения и убеждения. Голос, тон, тембр, интонации внимательному слушателю говорят очень много. По данным научных исследований, интонация может нести до 40 % информации.

Если ваш собеседник проявляет агрессивность, высказывает несправедливые упреки, то наберитесь терпения и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, переведите разговор на спокойный лад, частично признайте его правоту, постарайтесь понять мотивы его поведения.

Следует помнить, что телефон усугубляет недостатки речи: быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно необходимо следить за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия населенных пунктов, имена собственные, сложные фамилии и т.п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или передавать по буквам.

Этикет служебного телефонного разговора имеет в своем арсенале целый ряд реплик для коррекции общения. Например:

- Как вы меня слышите?
- Не могли бы вы повторить?
- Извините, очень плохо слышно.
- Простите, я не расслышал, что вы сказали?

Незнание правил этикета ведения телефонных разговоров ведет к значительным потерям рабочего времени (20-30%). Поэтому перед тем, как снять трубку, постарайтесь внутренне ответить на следующие вопросы:

1. Можете ли вы вообще обойтись без этого телефонного разговора?
2. Какую цель вы ставите перед собой в предстоящем разговоре?
3. Готов ли к обсуждению предполагаемой темы ваш собеседник?
4. Какие вопросы вы должны ему задать?
5. Какие приемы воздействия на оппонента вы можете использовать?
6. Как вы будете вести себя, если ваш собеседник решительно возразит, перейдет на повышенный тон, не отреагирует на ваши доводы, проявит недоверие к вашим словам и информации?

Если инициатором разговора являетесь вы:

1. Самое серьезное внимание уделите времени вашего звонка. Постарайтесь учесть рабочую ситуацию, степень загруженности вашего абонента. Звонки в час пик противопоказаны. Во время совещаний, приема посетителей, важных переговоров телефон руководителя блокируется секретарем – звонки переводят на приемную. Участников таких мероприятий до окончания или перерыва приглашать к телефону не принято.

Если вам удалось дозвониться без предупреждения, задайте собеседнику вопрос: «У вас есть сейчас возможность поговорить со мной?»

2. В ответ на свой звонок вы услышали с другого конца линии: «Алло». Не следует начинать разговор с вопросов типа «Кто говорит?», «Кто это?».

Рекомендуется поздороваться, назвать свое имя, фамилию и должность, прежде чем начать непосредственный разговор, даже если вы рассчитываете, что вас узнают по голосу.

3. Служебный телефонный разговор, безусловно, предполагает вежливость, тактичность. Однако излишняя назойливая вежливость неуместна.

Нагромождение фраз «Будьте любезны, если вам не трудно, пожалуйста, если можно...» отнимает время, а также создает впечатление вашей неуверенности, напряженности. Во всех случаях сохраняйте чувство собственного достоинства.

4. Если ваш разговор принял секретарь или сотрудник, который является только посредником в телефонном контакте, не вступайте с ним в обсуждение своей проблемы; это нарушение логики и этикета. Попросите соединить вас с человеком, который может разрешить ваши проблемы. Если сотрудника не оказалось на месте, попросите передать ему, что вы звонили, и сообщите, когда и по какому телефону вы будете находиться в ближайшее время.

5. Если вы предполагаете, что решение вопроса займет много времени, прежде чем начать разговор, поинтересуйтесь, располагает ли ваш собеседник временем, если выяснится, что нет, договоритесь о более удобном времени.

Правила ведения телефонного разговора, когда звонят вам:

1. Если раздался телефонный звонок, трубку лучше снимать после первого-второго звонков (связисты не рекомендуют брать трубку во время звонка по чисто техническим причинам).

2. Иногда бывает плохая слышимость, но это не означает, что вам нужно повышать голос. В случае плохой слышимости не надо повышать голос самому, а попросить того, кто вам звонит, говорить громче, спросив при этом, как он слышит вас?

3. Сняв трубку, в соответствии с правилами служебного этикета, вы должны представиться, назвать свою организацию, поздороваться. Это создает обстановку доверительности, помогает лучше понять собеседника. Иногда называют фамилию и добавляют слово «слушаю» («Кафедра социологии и социального управления, старший лаборант кафедры Петрова слушает, добрый день»).

4. Если телефон звонит в то время, когда вы беседуете с посетителем, следует извиниться перед сидящим перед вами человеком, снять трубку и со-

общить, что вы заняты, и договориться о переносе разговора на другое удобное для обоих время.

5. Если вы договорились о звонке, то обещание нужно обязательно выполнить, постараться позвонить при первой возможности в течение рабочего дня.

6. Если ваш собеседник высказывает по телефону жалобу, не говорите ему «Это не моя ошибка», «Я этим не занимаюсь» и т.п. Дайте ему выговориться до конца, выразите сочувствие, а если виноваты вы, извинитесь, запишите его имя, телефон и другие данные. Если вы пообещали ему перезвонить, сделайте это как можно скорее, попытавшись решить проблему к назначенному сроку.

7. Когда приходит время заканчивать телефонный разговор и прощаться, следуют правилу этикета: кто первый позвонил, тот и должен заканчивать разговор. Но если у мужчины собеседником является женщина, следует деликатно подождать, когда это сделает она. В разговоре руководителя с подчиненным, независимо от того, кто позвонил, разговор регулирует начальник.

8. Если во время разговора на линии произошел сбой, и связь прервалась, перезванивает тот, кто был инициатором звонка.

Существуют выражения, которых следует избегать при общении по телефону:

«Я не знаю». Никакой другой ответ не сможет подорвать доверие к вам и вашей организации столь быстро. Ваша работа заключается в том, чтобы ее хорошо знать. Если же вы не в состоянии дать вразумительный ответ вашему собеседнику, лучше сказать «Разрешите, я уточню ответ на этот вопрос».

«Мы не сможем этого сделать». Вместо отказа предложите, например, подождать, чтобы понять, чем вы можете оказаться полезным. Этикет рекомендует сосредоточиться в первую очередь на том, что вы можете сделать, а не на обратном.

«Вы должны...» Формулировка должна быть гораздо мягче: «Для вас имеет смысл...» или «Лучше всего было бы...».

«Подождите секундочку...» Вместо данного выражения скажите вашему собеседнику что-то более похожее на правду: «Для того. Чтобы найти нужную информацию, может потребоваться несколько минут. Вы подождете?»

«Нет», произнесенное в начале предложения невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению усложняется. Каждую фразу, содержащую несогласие с собеседником, следует тщательно продумать.

Служебный телефонный разговор должен строиться на основе литературного языка, без использования жаргонных, либо просторечных слов. Профессиональная лексика должна использоваться с учетом того, как владеет ею собеседник.

Служебный телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким. Искусство такого разговора состоит в том, чтобы передать максимальную информацию в минимальный промежуток времени. Наиболее эффективная продолжительность служебного телефонного контакта – 4 минуты. Деловое общение по телефону свыше 10 минут рассматривается как исключение. Полная телефонная беседа состоит из семи обязательных последовательных фраз:

первая – приветствие;

вторая – взаимное представление;

третья – сообщение о цели звонка;

четвертая – обсуждение существа проблемы или переадресация разговора;

пятая – подведение итогов;

шестая – выражение признательности;

седьмая – прощание.

Новые ситуации, связанные с этикетом служебных телефонных разговоров, возникли с появлением мобильных телефонов. Хотя новые технические возможности сотовой связи расширили возможности для служебных телефонных переговоров, следует, тем не менее, прислушаться к совету чешского писателя Карела Чапека; «Телефон не забава, а средство экономии времени: разговор должен быть кратким, как телеграмма. Именно тогда ухо не взмокнет от телефонной трубки, а кому-то не придется бесконечно набирать один и тот же номер, потому что он занят». В использовании сотовой связи есть некоторая специфика, однако в целом при разговоре по мобильному телефону следует придерживаться общепринятых правил делового этикета.

Культура делового письма. Деловое письмо применяется для связи, передачи информации на расстоянии. Руководителю и специалисту по роду своей деятельности приходится писать немало деловых писем. К таким письмам относятся: характеристики, рекомендательные письма, заявления, напоминания, благодарности, приглашения на служебные мероприятия, жалобы и т.п.

Общие правила написания служебных писем следующие:

бумага для делового письма должна быть хорошего качества, чистой и стандартной (аккуратно обрезанной);

желательно, чтобы бланк письма был с эмблемой организации, ее полным названием, почтовым адресом, телефоном, факсом, электронным адресом и банковскими реквизитами;

служебные письма печатаются на лицевой стороне листа, без помарок, все страницы, кроме первой, нумеруются арабскими цифрами;

ширина поля с левой стороны должна быть не менее 2-х см., абзац начинается с красной строки с отступлением в пять интервалов с левого края строки;

текст печатается через полтора-два интервала;

желательно избегать переноса слов;

в правом верхнем углу под адресом организации-отправителя ставится дата, желательно полностью (например, 15 октября 2007 года);

наименование организации или фамилия и адрес человека, куда отправляется письмо, проставляется на левой стороне листа;

ниже, с края строки или в центре листа пишется вежливое обращение, например, «Уважаемый Геннадий Николаевич»;

после обращения требуется запятая, но часто ставится восклицательный знак, чтобы следующую фразу начать с красной строки и с заглавной буквы;

заканчивается письмо словами благодарности за сотрудничество и выражением надежд на его продолжение;

подпись ставится в правой стороне листа, после заключительной фразы вежливости, например, «С уважением...», фамилия подписывающего печатается под его рукописной подписью;

резолуции на всех видах входящей корреспонденции должны делаться карандашом или на отдельных листах;

письмо складывается текстом внутрь, а наиболее важные деловые письма не сгибаются, и посылаются в больших плотных конвертах;

на телеграфный запрос следует дать ответ в течение 3-х дней, на письмо – в течение 10; если запрос требует подробного рассмотрения, то в течение 3-х дней следует сообщить, что письмо принято к сведению и дать окончательный ответ в течение 30 дней.

К содержанию деловых писем предъявляются следующие требования:

точность и ясность изложения мыслей – короткие слова, короткие фразы, короткие абзацы;

максимальная доступность текста для понимания, употребление простых фраз точно и однозначно выражающих суть;

краткость, отсутствие лишних слов и пустых фраз, хотя короткое письмо составить труднее длинного;

грамотность – соблюдение норм грамматики и правописания, а также требований делового этикета;

корректность – деловой и вежливый стиль изложения, не исключающий живости и образности языка, оставляющий приятное впечатление о человеке.

Образец делового письма:

Руководителю АО
«Уралсвязьинформ»,
Тюмень, ул. Республики 10
ген. дир. Петрову И.П.
28 сентября 2007 г.

Уважаемый Иван Петрович,

прошу рассмотреть мою кандидатуру на должность секретаря- референта.

Мне 25 лет, имею высшее образование, знаю делопроизводство, оргтехнику, деловой этикет, деловой английский язык. Владею навыками работы на компьютере.

Я закончила факультет иностранных языков Тюменского государственного университета, курсы секретарей-референтов.

Была бы рада получить приглашение на собеседование, чтобы при личной встрече обосновать свои возможности приносить организации значительную пользу, благодаря своей квалификации и высокой заинтересованности в работе.

Приложение: резюме на русском и английском языках (на 2 листа каждое).

С уважением

Н.Иванова

Адрес: Тюмень, 625000

Ул. Первомайская, д.23, кв.25

Телефон (345 2) 111-11-11

Искусство комплимента. Комплимент – слова и выражения, содержащие небольшое преувеличение положительных качеств человека. Человек, выслушивая приятные слова в свой адрес, получает заряд положительных эмоций. Цель комплимента в деловом мире – доставить удовольствие собеседнику, и, тем самым, положительно решить проблему дальнейшего сотрудничества с ним.

Комплименты существенно отличаются от лести:

Лесть, как правило, прямолинейна, однозначна, она проста и приятна. Комплимент же предполагает размышление, размышление, в ходе которого человек сам домысливает суть высказанного;

Лесть подразумевает чрезмерное преувеличение положительных качеств личности, чаще всего приписывание достоинств, которых нет, комплимент же лишь опосредованно указывает на наличие у человека ряда положительных качеств;

Комплимент способен вызвать у собеседника приятные чувства; лесть по своей природе может вызвать отторжение и спровоцировать обратную реакцию.

Прокомментировать комплиментом можно то, что человек носит («У вас хороший костюм»); его внешность («У вас прекрасная прическа»); качества, умения человека («Вы замечательный садовник», «У вас заразительный смех»); имущество («У вас потрясающая машина»).

Комплименты должны быть простыми и естественными, а не преувеличенными и пошлыми.

За некоторым исключением комплименты между мужчинами не приняты. Молодой человек или девушка, слыша похвалу своим родителям, должны поблагодарить, скромно подтверждая данную похвалу, но более ничего не прибавлять.

Владение комплиментом в деловом мире требует определенного искусства. Существуют особые требования к комплименту, главными из них являются:

сосредоточение внимания не на внешних достоинствах собеседника, а на его внутренних, душевных качествах;

выделение не очевидных, а скрытых достоинств собеседника (чем больше скрытых достоинств удастся подметить в партнере, тем более искренними покажутся ему слова собеседника);

искренность при высказывании комплимента. Отсутствие в комплименте общих выражений («очень мило», «великолепно»), использование в нем выразительных слов («тепло»);

конкретность при высказывании комплимента, т.к. конкретные комплименты кажутся человеку более искренними и откровенными, чем общие слова. Для этой цели хорошо использовать словосочетание «потому что» (например, вместо похвалы «Вы прекрасный работник», лучше использовать комплимент: «Спасибо, что выполнили прекрасно данное задание, потому что это поможет теперь всему коллективу»; вместо слов «Ты настоящий друг» лучше сказать: «Ты действительно настоящий друг, потому что ты понимаешь меня и готов прийти на помощь каждую минуту»);

фактическая основа комплимента, т.е. использование в нем фактов, которые известны обоим партнерам;

краткость при высказывании комплимента (комплимент должен включать одну или две мысли, не более, простая конструкция будет лучше понята);

отсутствие в комплименте поучений (комплимент должен констатировать наличие определенных черт в человеке, а не содержать рекомендаций по улучшению данных черт):

отсутствие двусмысленностей в комплименте (двусмысленности могут вызвать в человеке совсем не те чувства, на которые рассчитывал партнер);

лишь небольшое высвечивание отражаемого в комплименте положительного качества (большое преувеличение данного качества может превратить комплимент в издевательство);

отсутствие в комплименте намеков на те качества, от которых человек хотел бы избавиться;

учет в комплименте половозрастных особенностей собеседника (например, для молодых людей небезразлично насколько они раскрепощены, имеют ли собственное мнение, в престижном ли учебном заведении учатся, независимы ли от родителей, насколько они внешне и сексуально привлекательны, имеют ли жизненный опыт; для зрелых людей значимы социальный статус, успешность деятельности, наличие результатов профессионального труда и т.п.);

использование в комплименте такого эффективного приема, как комплимент собеседнику на фоне «антикомплимента» самому себе.

Желаемый эффект достигается при использовании не только явных, но и скрытых комплиментов. К числу скрытых комплиментов можно отнести:

проявление искреннего интереса к собеседнику (искренний интерес к его биографии, работе, семье, событиям, свидетелем которых он был, хобби);

частое упоминание имени собеседника (тот, кто запоминает имя собеседника, показывает по отношению к нему самое уважительное отношение).

Овладение искусством комплимента требует тренировки. Не стоит делать комплименты «по пустякам».

Люди обычно благосклонно принимают комплименты. Правила хорошего тона рекомендуют принимать комплименты с удовольствием. Никогда не следует отвергать комплиментов, например: «Мне нравится ваш костюм» - «Ну что вы, это старая вещь». Нужно сказать: «Спасибо, он мне и самому нравится, он такой удобный». Приняв комплимент, человек одаривает того человека, который его сделал.

Чем больше искренних комплиментов делаем мы людям, тем больше теплых слов возвращается к нам.

Этикет в деятельности государственных служащих. На государственной службе, где отношения строятся на основе субординации, многие служебные ситуации (общение руководителя и подчиненного, коллег, чиновника и посетителя) обладают спецификой и подчиняются определенным, выработанным многолетней практикой правилам этикета. В основе их честное и достойное выполнение служебных обязанностей.

Предлагая готовые универсальные формы поведения для типичных случаев, стандартизируя поведение каждого члена коллектива, этикет помогает быстро, не задумываясь выбирать модель поведения в соответствии с реальной обстановкой и ожиданиями окружающих людей.

Основу этикета государственного служащего составляют принципы, принятые и соблюдаемые сегодня во всем мире:

Принцип гуманизма включает в себя вежливость во всем многообразии ее оттенков (корректность, учтивость, тактичность, деликатность, скромность, галантность, точность, обязательность). Основу принципа гуманизма составляют доброжелательные отношения, являющиеся залогом плодотворного сотрудничества, неотъемлемой частью организационной культуры.

О таком отношении к людям писал философ-моралист лорд Честерфилд в «Письмах к сыну»: «Я знал людей, которые умели отказать в какой-нибудь просьбе настолько вежливо, что просящий нисколько не обижался, тогда как другие, несмотря на то, что обращенную к ним просьбу удовлетворяли, грубостью своей давали повод к обиде».

Иногда вежливость становится **корректностью** – нейтральной, официальной, сдержанной вежливостью, умением вести себя с ориентацией на общепринятые правила приличия в любых обстоятельствах.

В служебных отношениях существует и такая форма вежливости как – **учтивость** или почтительная вежливость, которая служит надежным способом защитить достоинство подчиненного, а также авторитет руководителя, соблюдая субординацию, проявляющуюся в уважении к руководителю без тени услужливости и унижения, а в отношении к подчиненному без высокомерия и чванства. Учтивость не имеет ничего общего с услужливостью и подобострастием в чиновной среде. Существует ряд правил учтивости, которые проявляются: по отношению к старшим по возрасту, в умении терпеливо выслушивать такие мнения, с которыми, очевидно, можно не согласиться и др.

Любезность – вежливость, в которой проявляется желание быть приятным и полезным собеседнику. Любезность выражается через комплимент, предупредительность, повышенное внимание.

Галантность – изысканная вежливость и любезность по отношению к женщине.

Быть тактичным – в любой ситуации осознавать своего партнера, посетителя, подчиненного как равноправную личность, с учетом особенностей пола, возраста, национальности, темперамента, привычек и т.д.

Под **деликатностью** понимается умение щадить самолюбие своих коллег. Деликатный человек не задает назойливых, нескромных вопросов, не проявляет любопытства к чужим секретам и тайнам интимной жизни, не дает непрошенных советов.

Важным требованием служебного этикета является **скромность**. Скромный человек умерен в своих требованиях, не ставит во главу угла свои личные интересы. К сожалению, данное понятие в общественном сознании сегодня несколько девальвировалось, утратило свой первоначальный смысл и стало ассоциироваться с неуверенностью, робостью, застенчивостью и даже посредственностью. Однако скромность поведения – это один из главных признаков хорошо воспитанного человека. Даже обладая значительной суммой знаний, заслуг и достоинств, добившись творческого, материального и служебного успе-

ха, он не выставляет это на показ, не подчеркивает своих преимуществ перед другими. Он не бравирует своими связями и знакомствами, предпочитает быть человеком дела, а не хвастливым и амбициозным человеком.

Принцип целесообразности действий - определяет взаимоотношения государственного служащего с окружающими, вносит коррективы в устойчивые правила поведения. Например, звонить по домашнему телефону после 9-10 часов вечера не рекомендуется. Но если у вас в гостях были немолодые люди, ваш поздний звонок с вопросом «Как доехали?» будет знаком внимания.

Принцип эстетической привлекательности поведения и внешнего облика работника госучреждений. Этикет, эстетика и гигиена диктуют соблюдение современных стандартов по уходу за своим телом и одеждой. Опрятный, подтянутый, ухоженный работник приятен людям. Он создает благоприятный фон для деловых и межличностных контактов.

У каждого народа есть свои веками сложившиеся традиции и обычаи. Уважение к ним, **следование традициям** – еще один принцип делового этикета. Служащему необходимо знать особенности национального этикета страны, с представителями которой ему придется контактировать. Так, даже самые галантные манеры не защитят его от осуждения, если он, например, в Китае захочет поцеловать руку девушке, при контакте с японским коллегой примет от него визитную карточку левой рукой, попытается преподнести дорогой подарок английскому чиновнику, беседуя с коллегой из мусульманской страны, будет упорно смотреть ему в глаза. Соблюдение традиций и обычаев, опора на них демонстрирует связь времен, новых и старых правил хорошего тона.

Принцип субординации, диктующий поведение госслужащих во многих ситуациях. Субординация трудовых отношений «сверху вниз» и «снизу вверх» (между руководителями и подчиненными) и «по горизонтали» (между сотрудниками одного должностного статуса) составляет природу управления, необходима и целесообразна на государственной службе. Однако эффективность обсуждения деловых проблем возрастает тогда, когда в интересах дела работники

чувствуют себя равноправными в высказывании своей позиции, взглядов, аргументов, независимо от занимаемой должности, статуса, стажа работы, возраста.

Этикет в деятельности руководителя.

Любое учреждение начинается с проходной или приемной. Следует обратить внимание, есть ли у руководителя таблички с указанием времени приема. Соблюдаются ли часы приема? Иногда руководитель вынужден отсутствовать в выделенное для приемов время. Тогда это должно быть четко объяснено ожидающим приема людям, и после извинения нужно назначить новое время встречи. Секретарь должен заранее оповестить назначенных на прием людей, сообщив им другое время или переадресовав их к компетентным людям. Нередко большинство вопросов может решить заместитель руководителя.

Некоторые руководители принимают одновременно нескольких посетителей, рассчитывая, что люди не будут тянуть время, видя около себя других ожидающих. Однако это замаскированное неуважение к нуждам людей, которые не всегда в присутствии посторонних могут полностью изложить свое дело, особенно если оно сугубо личного свойства (беда, семейные отношения и т.п.). Тогда и присутствующим неудобно быть свидетелями подобного разговора.

Нередко прием посетителей прерывается руководителем для решения неотложных дел, телефонных разговоров. Это также создает неудобства и мешает сосредоточенной беседе с посетителем, проникновению в суть дела.

Как и у любого человека, у руководителя во время приема посетителей может быть испорченное настроение, плохое самочувствие. Однако хороший руководитель сделает так, чтобы это не отразилось на делах, на людях, не покажет дурного характера.

Огромное значение играет вежливость руководителя в обращении с подчиненными. Она может многократно умножать энергию коллектива.

Особое значение имеет умение руководителя создать в коллективе такую обстановку, когда каждый работник чувствует себя непосредственным помощником «шефа». Это не означает, что отношения между сотрудниками могут быть запанибратскими, однако и начальственный строгий окрик далеко не лучшее средство обращения с подчиненными.

Хороший руководитель знает, как зовут его подчиненных по имени и отчеству; всегда здоровается со всеми; не срывает гнев на других, если виноват сам; не повышает голоса при разговоре; не напоминает подчиненному многократно о сделанных им ошибках и признает свои ошибки. Он умеет оценить хорошую шутку и посмеяться вместе со всеми, однако не над слабостями подчиненного; доверяет своим сотрудникам, дорожит их временем и не отвлекает от основных занятий пустяковыми поручениями.

Руководитель по мере возможности откликается на просьбы личного характера, не стараясь потом выставить свое участие как неоценимую услугу, обращаясь к подчиненному с деловым поручением, делает это в вежливой форме; достаточно терпим к отдельным недостаткам подчиненных, и принимает их во внимание в повседневной работе.

Входя в отдел, где работают подчиненные, руководитель здоровается первым. Сотрудники отвечают, но не встают. Учреждение- это не учебное заведение. В своем кабинете руководитель может не вставать, если входит сотрудница. Если предстоит большой разговор, начальник предлагает ей сесть. Во время совещания мужчины снимают пиджаки только тогда, когда это сделал председательствующий.

При беседе с сотрудником (посетителем) руководителю не стоит просматривать бумаги, не относящиеся к делу, долго говорить по телефону, проявлять различные признаки нетерпения, « барабанить» пальцами по столу. Тем не менее, если беседа затягивается, руководитель может сигнализировать ее окончание, поднявшись со стула.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс.2008.
3. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА, 2002.
- 4.Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-на -Дону: Феникс, 2006.
5. Секреты умелого руководителя. М.: Экономика, 2001.
6. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента. М.: Дашков и К, 2007.
7. Силин А.Н., Хайруллина Н.Г. Управление персоналом в нефтегазовой компании. М.: ЦентрЛитНефтеГаз, 2008.
8. Управление персоналом организации Учебник / Под ред. А.Г.Поршнева. А.Я.Кибанова, В.Н.Гунина. М.: ИНФРА-М, 2002.

Глава 6. Этикет на официальных мероприятиях

Правила этикета на официальных приемах. Как следует вести себя на приемах. Виды деловых приемов. Правила рассадки за столом на деловых приемах. Манеры поведения за столом. Правила общения на приемах. Правила общения, помогающие предотвращать возможные конфликты. Правила вручения деловых подарков. Виды деловых подарков в России и других странах мира.

Для развития и укрепления контактов в деловом мире большое значение имеют разного рода официальные приемы. Их устраивают по случаю праздников, годовщин, юбилеев, приезда официальных делегаций, выставок, ярмарок, презентаций, конференций, в связи с подписанием соглашений и договоренностей. Неофициальная обстановка помогает установлению прочных деловых связей.

На официальные приемы обычно рассылаются приглашения, отпечатанные типографским способом или на компьютере, в которых указывается, кто дает прием, в честь какого события или лица, где и когда он проводится. Фамилия и должность гостя вписываются от руки. Если в приглашении не указана форма одежды, мужчинам можно приходить в деловом костюме, женщинам – в костюме, либо в элегантном строгом платье.

Если в приглашении указано «черный галстук», это значит, что мужчины должны быть в смокингах, а дамы в вечерних туалетах. Очень редко на приглашениях делается пометка «белый галстук», что означает «белый галстук-бабочка, фрак», дамам в этом случае полагается надеть длинное вечернее платье.

Рассылаются приглашения по почте или курьером не позднее, чем за полторы-две недели до мероприятия.

Если в приглашении содержится пометка «R.s.v.p.» - «просьба ответить» - необходимо это сделать как можно скорее. Если указан номер телефона – можно позвонить, если нет – ответить письменно.

Если на прием из одной организации или ведомства приглашены несколько человек, то желательно, чтобы младшие по должности не приходили позже своего начальника и не покидали прием до его ухода. Официальные лица не должны уходить с приема до того, пока на приеме окажется главный почетный гость.

На приемах важно уметь вести себя достойно, сочетая обязательное соблюдение этикета с приятной непринужденностью. Следует оставаться тактичным, не навязчивым, вежливым. Разговоры с конкретным собеседником, согласно нормам этикета, не должны продолжаться более 5-10 минут, т.к. у интересующего вас лица могут быть свои планы на контакты на этот вечер.

На приемах не принято вести переговоры об условиях контракта, о деньгах и т. п., т.е. о чем не удалось договориться во время официальной деловой встречи. Не следует во всеуслышание обсуждать острые национальные, религиозные, политические вопросы, свои личные проблемы.

Придя на прием, не следует здороваться за руку с каждым из присутствующих. Здороваться надо обязательно с хозяином и хозяйкой приема. Не следует пристально разглядывать мебель, картины и предметы, находящиеся в комнате.

При разговоре с человеком, нельзя дотрагиваться до него, класть ему руки на колени или на плечо с целью привлечь внимание.

Важно, чтобы представители приглашающей организации не забывали выполнять свои обязанности гостеприимных хозяев, уделяли равное внимание приглашенным, помогали им освоиться. Предлагали гостям напитки и закуски.

К официальному приему следует готовиться заранее, учитывая, что успех зависит от всех его участников: от хозяев-устроителей, организаторов приема, поведения и настроения гостей, профессионализма и ответственности обслуживающего персонала.

Важно правильно рассчитать и выделить средства на проведение приема, правильно выбрать помещение, которое позволило бы организовать выбранное мероприятие наилучшим образом. Должны быть обеспечены эстетические требования, комфорт, хорошая кухня, сервировка, обслуживание, учтены все мелкие детали, вплоть до встречи гостей.

На улице в момент активного прибытия гостей встречают распорядители. У входа в банкетное помещение гостей приветствуют устроители приема (например, хозяин и хозяйка). Поздоровавшись с хозяевами, не отвлекая их длительной беседой, гости проходят в банкетный зал.

Приемы подразделяются на **дневные** и **вечерние, с рассадкой и без рассадки** за столом.

К **дневным приемам** относят: бокал шампанского, бокал вина, завтрак, чай, «журфикс». **Бокал шампанского (вина)** обычно проводится в 12 часов дня и длится примерно час. Такой прием может быть устроен по поводу приезда или отъезда важного гостя, открытия выставки, презентации и т.д.

На приеме гостям подается охлажденное шампанское (бутылки открываются бесшумно), красное или белое вино, чаще сухое.

К бокалу шампанского или вина могут быть предложены маленькие бутерброды (канапе), орешки, фрукты, маленькие пирожные, печенье и конфеты.

Бокалы наполняются в соседнем помещении на две трети объема. Шампанское так же, как и вино, в бокалы не доливается.

К дневным приемам относится и **завтрак**, который проводится между 12 и 15 часами и продолжается около полутора-двух часов. Меню данного приема состоит из одной холодной закуски, одного горячего мясного блюда, одного горячего рыбного блюда, десерта. Перед завтраком в качестве аперитива предлагаются вино, фруктовые соки. Во время завтрака подают только белые и красные сухие вина. Форма одежды для завтрака в большинстве случаев – повседневный деловой костюм.

Чай устраивают между 16 и 18 часами, чаще всего только для женщин. Во время этого приема подаются десертные и сухие вина, кондитерские изделия, бутерброды, фрукты, соки, чай, кофе.

На приеме **журфикс** принято подавать соки, минеральные воды, закуски, горячие напитки.

К числу **вечерних приемов** относятся обед, фуршет, коктейль, обед-буфет, ужин. Вечерние приемы считаются более торжественными и предполагают соответствующую форму одежды.

Прием **фуршет** (в переводе с французского означает «на вилке», т.е. гостям предлагается угощение, которое можно есть вилкой, без помощи ножа) устраивается от 17 до 20 часов и продолжается обычно один или два часа. Прием проходит стоя. Гости подходят к столу, набирают закуски в свои тарелки и отходят, чтобы дать возможность подойти к столу другим. Не следует переполнять свои тарелки едой, желательно оставить на тарелке место для рюмки, тогда правая рука будет свободна (для вилки, салфетки или приветствия).

На фуршет обычно приглашается много гостей. Приглашенным на данный прием предлагается большой выбор напитков и разнообразных закусок.

Стол для фуршета накрывают длинной скатертью (чаще белой), которая не достает до пола на 5-10 сантиметров. Салфетки, посуда, приборы, вазы должны гармонировать по цвету и стилю. В зависимости от величины помещения сервируют один или несколько столов.

Чаще всего на середине стола выставляют бутылки с напитками. Параллельно бутылочному ряду с обеих сторон стола ставят рюмки. Блюда с холодными закусками размещают равномерно вдоль стола. По обеим сторонам стола ставят стопками закусочные тарелки. С левой стороны тарелок - вилки, рядом – салфетки.

Закусочных тарелок, вилок и рюмок должно быть приготовлено в полтора раза больше, чем предполагаемое число гостей. Это связано с тем, что в процессе фуршета гости могут менять тарелки и вилки, пить разные напитки.

Еда на столы выставляется за час до начала приема. Все алкогольные напитки должны быть оптимальной для них температуры: крепкие напитки, белые сухие вина, шампанское – охлажденными; красные столовые вина, коньяки, ликеры не охлаждают.

Через 30-40 минут после начала приема подают горячие закуски: жульены из птицы, маленькие сосиски, запеченные шампиньоны, котлетки, люля-кебаб и другие. После горячих закусок – десерт: желе, мороженое, фрукты; к концу приема – кофе или чай.

На приеме фуршет первый тост произносит хозяин, ответный – почетный гость или руководитель делегации. После произнесения тостов не чокаются.

Уходить с приема можно не прощаясь («по-английски»), пробыв только полчаса. Приход на прием в начале и уход с него в конце является знаком особого дружественного отношения гостя к хозяину или устройтелю приема.

Прием **коктейль** устраивается в промежуток времени от 17 до 22 часов.

Гостям предлагают коктейли, напитки и некоторый набор закусок, которые можно есть руками: оливки, маленькие колбаски, сыр, крекеры и др.

Наиболее почетным видом приема является **обед**. Традиционно он начинается с 19 до 21 часа, проводится за столом, длится два-два с половиной часа.

На таком приеме места за столом обычно распределяются заранее. Гостей рассаживают в соответствии с их служебным положением, в порядке протокольного старшинства. Главное правило рассадки: на самых почетных местах, справа и слева от хозяина приема, сидят самые почетные гости. Рекомендуется чередовать мужские и женские места. Супругов не сажают рядом. Последние места за столом занимают сотрудники принимающей стороны, но не женщины.

На обеденном столе у каждого прибора раскладываются карточки с фамилией и именем гостя.

Хозяин предлагает руку первой даме и первым проходит в столовую. Последний гость предлагает руку хозяйке дома, и они входят после всех остальных гостей. Гости занимают свои места после того, как сядет хозяйка. Обслуживание начинается с почетного гостя и руководителя-хозяина приема, затем обслуживают остальных гостей.

Если прием неофициальный, дамам не принято предлагать руку. В этом случае хозяйка сопровождает женщин в столовую, а хозяин – мужчин.

На обед с рассадкой опоздания не допустимы. В банкетный зал гости заходят после приглашения.

Выбор меню обеда опирается на национальные традиции. Если присутствуют иностранные гости, следует обязательно учесть их религиозную принадлежность.

Как правило, на официальном обеде подаются две-три холодные закуски, первое горячее блюдо (суп, бульон), второе горячее рыбное блюдо, второе горячее мясное блюдо. После этого – десерт, в заключение – чай, кофе.

В процессе обеда предлагают алкогольные напитки. К закускам предлагают водку, горькие настойки, херес, мадеру; к горячим кушаньям из рыбы – белые сухие вина; к мясу – красные столовые, к десерту – десертные вина. Шампанское подают после десерта.

Перед каждым гостем ставят большую сервировочную (подставочную) тарелку, на нее – закусочную меньшего размера. На закусочную тарелку кладут большую тканевую салфетку. Перед началом еды салфетку следует развернуть и, сложенную вдвое, расстелить на коленях.

Слева от сервировочной тарелки – маленькая тарелка для хлеба и пирожков.

С двух сторон сервировочной тарелки раскладывают столовые приборы: слева вилки, справа ножи и ложка для супа.

Берут приборы от края к центру. Обед начинается с закусок, поэтому сначала берут закусочные вилку и нож, расположенные дальше всего от тарелки, затем – рыбные вилку и нож, лежащие посередине. Далее для мясного блюда используется обеденный прибор, который лежит около тарелки. Все ножи укладываются лезвием к тарелке, вилки и ложки – выпуклой частью вниз.

На торжественных официальных обедах обслуживают приглашенных официанты. Если гостей много, кушанья разносят на больших блюдах. Официанты подходят с левой стороны. Гости с помощью раздаточных приборов кладут себе порцию на тарелку. Своими приборами для этой цели пользоваться нельзя. Все порционные блюда официанты ставят перед гостями, подходя к ним с правой стороны. С этой же стороны наливаются напитки. Время от времени официанты подходят к каждому гостю и спрашивают: «Не налить ли еще вина»? Вы можете ответить: «Благодарю вас, достаточно». Закрывать при этом бокал рукой не нужно.

Во время паузы в еде нож и вилку нужно наклонить вправо и влево ручками на стол, а другим концом положить на край тарелки. Если вы положите вилку и нож параллельно на правой стороне тарелки, это будет означать то, что есть это блюдо вы не будете. Тарелку после еды не отодвигают от себя, она должна оставаться на месте, пока ее не уберет официант. Он же унесет и использованные приборы.

Во время произнесения речей и тостов нельзя наливать вино, есть и разговаривать. Чокаться на официальных приемах не принято.

Из-за стола гости поднимаются после того, как встанет хозяин приема. Неблагоприятное впечатление производят случаи, когда гости уходят все сразу. Этикет рекомендует расходиться постепенно.

Прощаясь, гости и хозяева благодарят друг друга за приятно проведенный вечер, говорят добрые слова-пожелания.

Ужин начинается в 21 час и позднее. Такой прием распространен в Англии и странах, где сильны английские традиции.

Перед ужином предлагается аперитив. Горячие блюда часто включаются в меню ужина, но чаще подаются разнообразные бутерброды, мясные и рыбные холодные закуски. Из напитков могут быть предложены кофе, горячий шоколад, охлажденный пунш, шампанское.

Манеры поведения за столом. Существует ряд правил, которые следует соблюдать за столом.

К завтраку, обеду и ужину нужно приходить в точно назначенный час. Считается, что гости, прибывшие с опозданием, проявляют большую невежливость по отношению к хозяевам и другим гостям, задерживая их.

За стол хозяин и хозяйка приглашают обычно не позже, чем через 30 минут после назначенного срока, даже если не все еще собрались.

Мужчины садятся за стол только после того, как сядут все дамы. Сопровождая даму к столу, следует предложить ей правую руку.

Выбрав стул, мужчина должен усадить женщину, соответственно отодвинув и придвинув стул, сесть слева от нее, а если стол небольшой – напротив.

Сев за стол, мужчина подает женщине меню и дает ей возможность выбрать для себя блюдо. Затем решает, что выбрать для себя лично. Заказывать официанту блюда и для себя, и для женщины должен всегда мужчина.

Вначале угощение предлагается женщине, сидящей по правую руку от хозяина (или почетному гостю), затем гостю, расположившемуся слева от него и так далее. Если среди собравшихся гостей присутствует лишь одна дама, то блюдо подносят в первую очередь ей, и в последнюю – хозяину.

Не следует приступать к еде, прежде чем угощение не было предложено всем гостям. Когда приносят следующие блюда, то ждать, пока наполнятся тарелки остальных присутствующих, уже не обязательно. Мужчины должны ждать, пока к еде не приступят сидящие рядом женщины.

Собираясь отведать угощение, берите тарелки и отдавайте их направо от себя.

Начинать пить можно лишь после общего тоста. Наливать вино даме, сидящей справа, следует левой рукой, повернувшись слегка направо. Если только что открыта новая бутылка, мужчина должен сначала налить немного вина себе, а затем даме.

Самый большой промах - это есть с ножа. Столовую ложку не отправляют в рот целиком. Если суп заканчивается, надо наклонить край тарелки от себя и ложкой собрать его остатки.

Будучи хозяином и хозяйкой, никогда не заканчивайте свое блюдо первым. Подождите, пока закончат гости. Это особенно важно, когда подано последнее блюдо.

Не следует накладывать на вилку с помощью ножа. На вилку нужно положить столько, сколько на нее может поместиться без труда.

Если вы попали в неловкую ситуацию (нечаянно пролили или уронили что-то) – не бросайтесь сразу же исправлять свою оплошность. Скатерть вытирайте только салфеткой, при этом крошки не смахивайте на пол, а собирайте в салфетку. Если кусочки еды или капли нечаянно упали на вашу одежду, то постарайтесь незаметно счистить их носовым платком.

Пользоваться расческой за столом нельзя, пудриться и подкрашивать губы можно только после окончания еды.

За столом женщина может сидеть в шляпе, но перчатки должна обязательно снять.

Нетактично без надобности выходить из-за стола до окончания обеда или ужина.

Разговаривая с соседом (соседкой) по столу, не нужно поворачиваться к нему всем корпусом, чтобы не оказаться спиной к другому. Не рекомендуется разговаривать с кем-либо через соседа.

Вставая из-за стола, не забудьте поблагодарить хозяйку. После окончания обеда или ужина спешить с уходом не следует, но и излишне задерживаться тоже не рекомендуется.

Невежливо делать какие-либо замечания относительно подаваемого блюда, а также критиковать то, что подается к столу.

Не следует читать писем или документов за столом.

После того, как из-за стола встали женщины, мужчинам следует также подняться и оставаться стоять, пока женщины не выйдут из комнаты. После этого мужчины могут снова сесть и оставаться за столом.

Правила общения на приемах. Существует категория людей, которые умеют располагать к себе людей, завоевывать их доверие, вызывать к себе чувство симпатии – это люди наделенные обаянием. Такие люди обладают следующими качествами: природной коммуникабельностью (способностью легко сходить с людьми), образованностью и хорошими манерами, способностью к сопереживанию, красноречием, душевностью, высокими нравственными качествами, владением техникой общения и умением предупреждать конфликтные ситуации, профессионализмом, интуицией и др.

К манерам поведения, усиливающим личное обаяние человека, можно отнести:

естественное поведение;

умение хорошо, терпеливо и внимательно слушать;

умение показать искренний интерес к собеседнику;

уважительное отношение к партнеру;

искреннее реагирование на речь собеседника;

умение не доминировать во время общения, а дать собеседнику время высказаться;

понимание и поддержку другого человека, умение поставить себя на место другого;

стремление избегать поспешных выводов;

отсутствие попыток демонстрации своего ума и образованности;

умение не держать злобу на других;

умение подчеркнуть общность с собеседником;

умение выражать внимание к другой личности (например, всегда называть человека по имени и отчеству);

выражение искреннего одобрения, умение замечать все хорошее (от одежды и прически до интересных идей);

умение не жаловаться, но и не говорить, что все очень хорошо (для некоторых людей успехи других более неприятны, чем постоянные жалобы);

умение не соглашаться с чужой самокритикой (лучше сказать «В такой ситуации было трудно что-либо сделать», «Вы и так сделали все возможное» и т.п.);

умение признавать свои ошибки (это верный и выигрышный способ завоевания уважения).

Для успешного общения следует избегать слов и действий, которые могут привести в дальнейшем к конфликту. К таким словам и действиям относятся:

открытое недоверие;

перебивание собеседника;

принижение значимости его роли;

подчеркивание различий между собой и собеседником не в его пользу;

напоминание о проигрышной для собеседника ситуации;

устойчивое нежелание признавать свои ошибки и чью-то правоту;

заниженная оценка вклада партнера в общее дело и принижение своего вклада;

постоянное навязывание своей точки зрения;

неискренность в суждениях;

резкое изменение темпа беседы, ее неожиданное свертывание;

неумение выслушать и понять точку зрения собеседника;

проявление превосходства в виде приказания, угрозы, обвинения, насмешки, издевок, безапелляционных высказываний (например, «я уверен», «я считаю», «вне сомнения» и т.п.);

проявление агрессивности.

Правила вручения деловых подарков. Вопрос о подарках – один из самых деликатных в деловых отношениях. Подарки являются средством общения как внутри организации, так и за ее пределами – с отечественными и зарубежными партнерами.

Если вы знаете партнера достаточно хорошо, и ваш подарок соответствует его интересам и вкусам, то он, как правило, принимается с искренней благодарностью. Если же вы встречаетесь с партнером впервые, то не следует торопиться с подарком, особенно дорогим. Реакция может быть противоположной той, на которую вы рассчитываете. Данный подарок может быть расценен как выражение вашей зависимости от партнера, или свидетельство вашей корысти, или как знак того, что даримая вещь вам просто не нужна.

Дарение требует особого такта и вкуса. Многое зависит от взаимопонимания, личных качеств, интересов партнеров. Общих правил для всех случаев жизни не существует. Чаще всего принято, что во время первой деловой встречи подарки вручают хозяева, а не гости. Поэтому нужно обязательно преподнести что-либо прибывшему зарубежному представителю в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и предполагают длительные отношения. При последующих встречах обмен подарками становится обязательным.

Подарки следует дарить строго по рангам. Нежелательно руководителю и членам организации на переговорах дарить одинаковые подарки, это может быть расценено как оскорбление (особенно чувствительны к подобным ситуациям представители зарубежных стран).

Особое внимание следует уделить упаковке подарка. Некрасивая упаковка может свести на нет усилия дарителя. При получении подарка нужно вскрыть упаковку и выразить восхищение подаренной вещью, иначе даритель может оценить ваш подарок как безразличие и неуважение к нему. Нарушением этикета считается повторение подарка в последующем (кроме спиртных напитков, шоколадных наборов, цветов).

Подарки будут выглядеть веселее, если их украсить гравировкой или монограммой, эмблемой вашей фирмы или инициалами того, кому предназначен подарок.

Знакомым уместно подарить коробку дорогих конфет, коньяк, шампанское, набор марочных вин. При этом следует иметь в виду, что бутылку без упаковки дарить неприлично. Не следует преподносить крепкие напитки слабому полу.

Не следует дарить иконы, жемчуг, носовые платки, часы, зеркала, ножи (и на Западе, и на Востоке это плохая примета). Не рекомендуется дарить матрешки и самовары – они есть почти у каждого иностранца.

В отличие от других подарков цветы вручают, сняв бумагу. Исключение составляет дорогая упаковка, которую в торжественных случаях можно не снимать. К посылаемой корзине цветов или букету следует приложить визитную карточку или записку с добрыми пожеланиями. Мужчинам цветы не дарят, за исключением юбилея. Женатый мужчина не дарит цветов девушке, а женщина – мужчине.

Отказ от подарка – очень ответственный поступок, который может быть мотивирован исключительно принципиальной позицией или бестактностью дарящего.

Помимо общих поводов для вручения подарков (дни рождения, юбилеи) существует много частных поводов для того, чтобы подарить что-либо сотрудникам, клиентам, покупателям, обслуживающему персоналу. Это возможно при рождении ребенка, вступлении в брак, повышении оклада или должности, получении награды, публикации в газете или выступлении по телевидению, новом месте работы, получении ученой степени, крупном достижении.

Подарки также могут вручаться по случаю ухода на пенсию, годовщины свадьбы, круглых дат в трудовой деятельности, перевода в другой отдел ли город, смены профессии, приобретения нового дома и т.п.

Возможны подарки по следующим поводам:

в знак благодарности (за сверхурочную службу, за выполнение срочного задания, за бескорыстную добросовестную помощь, за приглашение на деловое мероприятие и т.п.);

в знак извинения или недоразумения за нанесенную кому-то обиду;

в знак сочувствия или соболезнования в связи со смертью близких, неудачи в карьере или финансовых делах.

В России, где умение дарить и угощать – очень важное умение, которому нужно учиться, приняты подарки коллегам. Подарки нужно уметь выбирать, тут вкус, фантазия, характер дарителя. Подарок имеет символическое значение, как символическая форма выражения чувств. Стоимость подарка должна соответствовать возможностям дарящего (нелепо дарить как слишком дорогой, так и слишком дешевый подарок). Подарки должны соответствовать вкусам, образу жизни, характеру того, для кого они предназначены.

Иногда можно деликатно выяснить, что подарить человеку. Однако, даже, если человек знает, что ему подарят, чтобы не пропал эффект неожиданности, прикладывают маленький сувенир.

Среди коллег уместны следующие подарки: цветы, сладости, фрукты, книги, письменные принадлежности, парфюмерия, курительные принадлежно-

сти, изделия из стекла, хрусталя, серебра, кожи, керамика, металлические изделия (подсвечники, настенные тарелки, картины, гравюры, акварели, миниатюры), книги, журналы и т.п.

Цветы дарят почти к каждому торжеству. Можно дарить цветы и в горшках, приложив к подарку визитную карточку или открытку. Выбор цветов зависит от времени года и от того, кому они предназначены. Иногда маленький букетик выглядит теплее. Можно подарить и один большой цветок. Однако при дарении цветов следует помнить их символическое значение, например хризантемы означают скорбь (в странах Европы их не дарят), огненно красные розы – знак страстной любви в Германии, во Франции не дарят гвоздики.

Представители разных стран по-разному относятся к дарению подарков. В Великобритании выработан определенный ритуал дарения и определен круг товаров, которые рассматриваются именно как подарки. Это календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, а на Рождество – алкогольные напитки. Другие товары рассматриваются не как знаки внимания, а как средство давления на партнера. В Финляндии на праздники, особенно в Рождество и Новый год, принято поздравлять друзей и коллег. Лучше всего подарить красивую открытку, чтобы не ставить партнера в неловкое положение дорогим подарком. В Германии подарки в деловом общении не приняты. В Турции любой деловой прием завершается вручением приглашенным небольших сувениров (например, памятных знаков фирмы). В Латинской Америке принято дарить календари, фирменные авторучки, записные книжки, напитки, изделия народных промыслов, красочно оформленные корзины с набором продуктов к праздничному столу.

У жителей Северной Америки нет установленных дат для вручения подарков, за исключением Рождества. Однако рекомендуется деловым партнерам из США делать относительно недорогие подарки (их стоимость приблизительно не более 50 долларов), за исключением особых случаев, когда подарок делает руководство организации.

Обмен подарками между деловыми людьми на Западе распространен не так широко, как в России, поэтому к дарению следует относиться с осторожностью. При переговорах с азиатскими бизнесменами практически невозможно обойтись без подарков.

Использованная литература

1. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
2. Ганжин В.Т. Этика менеджмента и делового общения. Проблемно-тематический курс. М.: МИЭП, 1995.
3. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. М.: Фаир-Пресс, 2000.
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения. М.: Ось-89, 2000.
5. Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
6. Панкеев И.А. Энциклопедия этикета. М.: Олма-Пресс, 2000.
7. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 2000.
8. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.: ИНФРА – М, 1994.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев разделы данного учебного пособия, можно сделать вывод, что многие принципы и нормы деловой этики и этикета вытекают из базовых нравственных ценностей.

Современный деловой человек часто сталкивается с ситуациями, главная особенность которых заключается в их открытом характере, т.е. в отсутствии однозначных решений и необходимости рассматривать каждый случай индивидуально.

В процессе современного развития, к сожалению, в обществе нередко встречается социальное, экономическое, психологическое манипулирование человеком. Человек оказывается вовлеченным в большой бизнес в качестве предмета торговли. Главный парадокс состоит в том, что сегодня богатые, но больные используют бедных, но здоровых. Произвол отдельных индивидов в деловом мире, а также в мире профессии может достигать максимальных размеров.

Именно поэтому вопросы деловой этики, а также профессиональной культуры, проблемы освоения основных правил и норм цивилизованного общения являются важнейшей частью образования.

ПРАКТИКУМ. Раздел I.

1. ПОНЯТИЕ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

Цель изучения: раскрыть специфику деловой этики, ее религиозных, философских и светских основ, определить базовые ценности деловой этики.

Задачи лекции:

- раскрыть содержание понятий «мораль» и «этика»;
- определить содержание деловой этики;
- соотнести деловую этику и этику бизнеса;
- показать формирование нравственных основ деловой жизни;
- охарактеризовать понятие «взаимное доверие» как основу деловой этики;
- определить способы поддержания деловой этики;
- объяснить этические принципы деловых отношений.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, деловая этика, принципы и нормы деловой этики, нравственные принципы ведения дел, деловой человек.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Главной проблемой деловой этики является исследование нравственных основ деловой жизни.

В качестве важных проблем деловой этики можно выделить нравственные аспекты отношений между партнерами и конкурентами, деловыми людьми и их клиентами, между фирмами и наемными служащими.

2. Специфика деловой этики состоит в том, что ее субъектом выступают не только отдельные индивиды (как в классически понимаемой этике, относя-

щейся всегда к личности), но и целые фирмы, действия которых также могут рассматриваться с точки зрения нравственности.

3. Деловая этика оперирует следующими нравственными понятиями: честное выполнение контрактов, надежность партнеров, корректное отношение к конкурентам, взаимное доверие, порядочность, верность слову, компетентность, надежность, предсказуемость, открытость, инициатива, успех.

4. Способами поддержания деловой этики являются этические кодексы, санкции предпринимательских кругов и широкой общественности, словесное или печатное одобрение или неодобрение, доброжелательные или недоброжелательные слухи, улучшение или ухудшение репутации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Как соотносятся деловая этика и деловая культура?
2. Какие нормы включает деловая этика?
3. Назовите основные черты традиционной деловой культуры России.
4. Какова история становления российской деловой этики?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Основные нормы и принципы деловой этики.
2. Соотношение целей и средств в деловой этике.
3. Соотношение общественного и личного в деловой этике.
4. Краткосрочная и долгосрочная выгода в деловых отношениях современной России.
5. Соотношение духовного и материального в деловой этике России.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Мораль – это:

- 1) Совокупность общественных правил.
- 2) Наука, изучающая нравственность.
- 3) Суждения о правилах жизни.
- 4) Форма общественного сознания, предмет изучения этики.

2. Этика – это:

- 1) Общественный институт, выполняющий функцию регулирования поведения человека.
- 2) Научная дисциплина, изучающая мораль, а также наука, область знания, интеллектуальная традиция.
- 3) Теория поведения.
- 4) Теория жизни.

3. Под деловой этикой подразумеваются:

- 1) Отношения между участниками делового предприятия.
- 2) Действия, приводящие к определенным деловым результатам.
- 3) Нравственные принципы и нормы, которыми необходимо руководствоваться в деловом мире.
- 4) Формы нравственной деятельности.

4. Деловую этику часто называют этикой бизнеса. Однако понятие «этика бизнеса» является более широким и включает в себя:

- 1) Нравственные аспекты взаимоотношений человека и общества.
- 2) Совокупность нравственных ценностей и норм, регулирующих предпринимательскую деятельность.
- 3) Нравственные принципы и нормы, которыми необходимо руководствоваться при ведении дела.
- 4) Деловые связи участников предприятия.

5. В странах Запада до капиталистического периода мировой истории такие формы деловой жизни как ростовщичество, банковское дело, торговля, использование наемного труда в производстве:

1) Считались греховными и подвергались суровым религиозным и нравственным репрессиям.

2) Всецело одобрялись.

3) Иногда осуждались, а иногда – нет.

4) Не считались греховными.

6. Радикальные изменения в представлениях о нравственном облике делового человека на Западе произошли с распространением:

1) Православной этики.

2) Католической этики.

3) Протестантской этики.

4) Мусульманской этики.

7. Назовите ученого, который считал нравственной основой западного капитализма протестантскую этику:

1) И.Бентам.

2) К.Маркс.

3) М.Вебер.

4) А.Гуревич.

8. По определению В.Зомбарта, деловой человек (в частности капиталистический предприниматель) должен соединять в себе три типа нравственных качеств:

1) Качества руководителя, ученого и организатора.

2) Качества учителя, инженера и торговца.

3) Качества ученого, торговца и организатора.

4) Качества завоевателя, организатора и торговца.

9. Назовите русских ученых, которые рассматривали деловую этику в качестве основы для «праведного хозяйства», «братских отношений между людьми»:

1) А.Герцен, В.Ленин.

2) П.Чаадаев, Н.Михайловский.

3) С.Булгаков, И.Ильин.

4) Ф.Достоевский, Н.Чернышевский.

10. Какой из приведенных нравственных принципов выделен в качестве основного в международном бизнесе:

1) Трудиться для блага акционеров.

2) В деловом мире все дозволено.

3) От буквы закона к духу доверия.

4) Прибыль, доход, выгода.

11. Какой из данных нравственных принципов выделен в качестве наиболее важного в международном бизнесе:

1) Деньги не пахнут.

2) Ответственность.

3) Хватай и беги.

4) Победитель получает все.

12. Способами поддержания деловой этики в обществе являются:

1) Ценности.

2) Этические кодексы.

3) Знания.

4) Нормы.

13. Этикет – это:

- 1) Составная часть общественной деятельности.
- 2) Термин, используемый для характеристики поступков личности.
- 3) Моральный ритуал.
- 4) Совокупность правил, касающихся обхождения с окружающими, поведения в общественных местах, форм обращения и приветствия.

14. Деловой этикет регламентирует:

- 1). Правила обхождения с окружающими.
- 2) Формы обращения и приветствия.
- 3) Правила поведения людей, связанные с выполнением ими служебных обязанностей
- 4) Поведение в общественных местах.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

15. Если гость приходит, когда все уже сидят:

- 1) Хозяин усаживает гостя за стол, гость сам знакомится со своими соседями.
- 2) Хозяин усаживает пришедшего и знакомит его только с соседями по столу.
- 3) Хозяин представляет пришедшего гостя всем сидящим за столом.
- 4) Гость сам усаживается за стол и представляется сидящим за столом.

16. Если подошедшему гостю предлагают сесть и при этом забывают познакомить его с присутствующими:

- 1) Он должен сам напомнить об этом.
- 2) Он не должен напоминать об этом.
- 3) Он может сам представиться.
- 4) Он не должен представляться.

17. Гость должен поздороваться:

- 1) Сначала с хозяином, затем с гостями и хозяйкой.
- 2) Сначала с хозяином, затем с хозяйкой и гостями.
- 3) Сначала с хозяйкой, затем с хозяином и гостями.
- 4) Сначала с гостями, затем с хозяйкой и хозяином.

18. Приветствуя:

- 1) Нужно выйти из-за стола.
- 2) Разрешается подать руку через стол, обязательно вставая.
- 3) Разрешается подавать руку через стол, не вставая.
- 4) Если человек находится за столом, можно обойтись и без приветствия.

19. Вошедший мужчина здоровается:

- 1) Сначала с мужчинами, затем с женщинами и со своей супругой.
- 2) Сначала со своей супругой, затем с остальными женщинами и мужчинами.
- 3) Сначала с женщинами, затем с мужчинами и со своей супругой.
- 4) Сначала с женщинами, затем со своей супругой и с мужчинами.

20. При приветствии молодой человек может не вставать, если:

- 1) Он здоровается с женщиной, проходящей мимо него.
- 2) Он здоровается за руку.
- 3) Это потревожит окружающих.
- 4) Он здоровается с руководителем.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитайте текст и назовите базовые ценности деловой этики.

Основной проблемой деловой этики является исследование общих нравственных предпосылок деловой жизни.

Базовые ценности деловой этики связаны с представлениями делового человека о смысле жизни, достойном образе жизни, социально значимых целях, престижности тех или иных видов деятельности, успехе, собственности, материальном благосостоянии, взаимоотношениях людей в процессе хозяйственной деятельности.

2. Прочитайте текст и ответьте на вопросы: имеет ли деловая этика религиозные основы? Если имеет, тогда какие?

Деловая этика имеет религиозные основы. Ее возникновение и развитие во многом было связано с появлением протестантизма на Западе. Нравственное признание богатства и успеха как признаков богоизбранности и стремления к наживе как служения Богу в протестантизме привели к признанию нравственного достоинства деловой жизни. Была создана новая экономическая и предпринимательская мораль, основанная на уважении партнера и потребителя.

Выдающиеся русские ученые – В. Соловьев, Н.Бердяев, И. Ильин, С.Булгаков, Н. Федоров и др. также рассматривали проблемы деловой этики в тесной связи с религиозно-этическим мировоззрением. Они связывали деловую этику с православием «с братскими отношениями между людьми», «праведным хозяйством». Человек-хозяин, по мнению русских ученых-философов, должен сочетать свою деятельность с чувством религиозной ответственности и высокими нравственными принципами. Всякая человеческая деятельность должна стоять под религиозным и моральным контролем. Религиозно-нравственные ориентации, по мнению русских ученых, помогают деловому человеку трудиться творчески, предприимчиво и инициативно, дают собственнику чувство

уверенности, доверия к людям, помогают ему любить труд, землю, родину, формируют хозяйственную солидарность.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Чем занимается этика?
2. Что включает в себя понятие «деловая этика»?
3. Назовите основные нравственные принципы деловой этики.

2. ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель изучения: дать характеристику деловой этике и деловой культуре.

Задачи лекции:

- соотнести понятия «деловая этика» и «деловая культура»;
- показать, что представляет собою деловая культура как система;
- назвать основные ценности деловой культуры;
- рассмотреть историю становления деловой культуры;
- познакомить учащихся с традиционной и буржуазной деловыми культурами;
- показать связи и отношения между деловыми культурами и деловыми этиками в мире.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, деловая этика, хозяйственная культура, деловая культура, ценности деловой культуры, нормы деловой культуры, символы деловой культуры.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Деловая этика является основой деловой культуры, которая выступает составной частью хозяйственной культуры общества, а также элементом цивилизации и культуры общества в целом.
2. Деловая культура представляет собой систему, состоящую из ценностей, норм, знаний и символов.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Как соотносятся деловая этика и деловая культура?
2. Какие ценности, нормы, знания и символы включает деловая культура Западной Европы?
3. Какова история становления российской деловой культуры?

4. Назовите основные черты традиционной деловой культуры России.
5. Назовите ценности буржуазной деловой культуры нашей страны.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Деловая этика и деловая культура.
2. Ценности, нормы, знания и символы деловой культуры Западной Европы.
3. История становления российской деловой культуры.
4. Основные черты традиционной деловой культуры России.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Какое из названных понятий входит в деловую этику:

- 1) Свобода.
- 2) Равенство.
- 3) Подвиг.
- 4) Служение.

2. Какое из названных понятий входит в деловую этику:

- 1) Доверие.
- 2) Подавление соперника.
- 3) Манипулирование личностью.
- 4) Независимость.

3. Какое из названных понятий входит в деловую этику:

- 1) Участие.
- 2) Добро.
- 3) Успех.
- 4) Всепрощение.

4. В качестве основных проблем деловой этики можно выделить:

1) Нравственные аспекты отношений между партнерами и конкурентами, деловыми людьми и их клиентами, между фирмами и наемными служащими.

2) Укрепление чувства общности и взаимного уважения людей.

3) Достижение счастья.

4) Оценку нравственного мира человека.

5. Деловая культура общества включает в себя нравственные:

1) Идеи.

2) Пережитки.

3) Риски.

4) Ценности.

6. Деловая культура Запада ориентирована на:

1) Солидарность.

2) Умение вести переговоры.

3) Экономику.

4) Долг.

7. Деловая культура Запада ориентирована на:

1) Коллективизм.

2) Страх.

3) Совесть.

4) Индивидуализм.

8. Деловая культура Запада ориентирована на:

1) Специальные методики.

2) Высокую степень риска.

3) Самовоспитание.

4) Терпимость.

9. Деловая культура Запада ориентирована на:

- 1) Приверженность традициям.
- 2) Рациональность
- 3) Трудовой героизм.
- 4) Самоотверженность.

10. Традиционные деловые культуры ориентированы на:

- 1) Строгую отчетность.
- 2) Прибыль и рентабельность.
- 3) Личные услуги и обязательства.
- 4) Рациональность.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

11. Если встречаются две пары, то сначала:

- 1) Женщины подают руки мужчинам, затем женщины и мужчины здороваются между собой.
- 2) Женщины и мужчины здороваются между собой, затем женщины подают руки мужчинам.
- 3) Мужчины подают руки женщинам, затем женщины и мужчины здороваются между собой.
- 4) Женщины и мужчины здороваются между собой, затем мужчины подают руки женщинам.

12. Первым прощается:

- 1) Хозяин.
- 2) Младший.
- 3) Уходящий.
- 4) Старший.

13. Во время служебного разговора:

1) Нельзя перебивать собеседника ни в коем случае.

2) Извинившись, можно перебить собеседника, если у вас возник вопрос.

3) Можно, извинившись, перебить собеседника лишь в тех случаях, если он значительно отклонился от темы разговора.

4) Другой ответ.

14. Если молодой человек получил отказ, пригласив девушку на танец, он может:

1) Пригласить ее вторично.

2) Пригласить на танец девушку, сидящую рядом с той, которая ему отказала.

3) Попытаться выяснить у девушки причину отказа.

4) Больше никого не приглашать.

15. Если на вечере юноша сидит за столом с девушками в небольшой компании, но хотел бы пригласить на танец девушку из другой компании, он может это сделать:

1). Лишь после того, как он станцует с соседками по столу.

2) Извинившись перед соседками по столу.

3) Поговорив об этом с соседками по столу.

4) Ему не следует этого делать.

16. Если вы собираетесь в гости к друзьям, а в это время приезжает ваш хороший товарищ, Вы:

1) Встречаете товарища и вместе с ним едете в гости.

2) Встречаете товарища и отказываетесь от посещения друзей, сообщив им об этом.

3) Извинившись перед товарищем, едете в гости.

4) Не встречаете товарища и едете в гости.

17. Российские правила приличия требуют приходить в гости:

- 1) Точно в указанное время.
- 2) За четверть часа до указанного времени.
- 3) Через полчаса после указанного времени.
- 4) Независимо от времени.

18. Принимающий подарок должен:

- 1) Развернуть его, посмотреть, поблагодарить дарящего и показать подарок гостям.
- 2) Развернуть его, посмотреть и поблагодарить дарящего.
- 3) Поблагодарить дарящего и, не разворачивая подарка, отложить его в сторону.
- 4) Другой ответ.

19. Право делать дорогие подарки имеют:

- 1) Сослуживцы.
- 2) Родственники и близкие люди.
- 3) Никто не имеет право делать слишком дорогих подарков.
- 4) Любой из приглашенных на торжество.

20. За столом мужчина сидит от своей дамы:

- 1) Независимо от того, где сидит дама.
- 2) По левую руку.
- 3) По правую руку.
- 4) Другой ответ.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитайте текст и аргументировано ответьте на вопросы: каково место денег в деловой культуре разных народов?

Эндрю Фергюсон – ведущий английский специалист по бизнесу и менеджменту, автор ряда книг, критически пересматривает традиционные типы отношения к богатству и деньгам («деньги – это хорошо»; «деньги – это плохо» и «деньги – это трудно»). Он утверждает: «Я подхожу к бизнесу с обратной от общепринятого подхода стороны: мерой успеха в бизнесе я считаю не финансовый результат, а те возможности, которые он дает человеку для развития... Материальные ценности, которыми мы обладаем, ничего не говорят о нашем развитии, насколько нам удалось реализовать свой потенциал и чему удалось научиться. Успех заключается в целостности, в признании и оценке того, что у нас уже есть и постоянном исследовании различных сторон своего «Я»... До тех пор, пока вы сконцентрированы на деньгах, как на чем-то хорошем, плохом или трудном, ваши возможности достичь изобилия или богатства ограничены... Постоянное исследование различных сторон человека происходит в нравственной жизни организации, что позволяет последней измерять человека успехом, а успех – деньгами».

Как отмечал президент Ассоциации российских банков С.Егоров в середине 90-х: «У нас не сложилась деловая этика, сплошь и рядом сталкиваешься с необязательностью в партнерстве..., очень высок риск вылететь в трубу..., масса других проблем... А потом мы все под прицелом мафии и бандитских структур. В самом прямом смысле... Криминальная обстановка ужасная». Что же впереди?

2. Прочитайте приведенные ниже высказывания, и аргументировано ответьте на вопросы: в какой деловой культуре корыстолюбие становится морально недопустимым, а в какой – нравственно возвышенным?

В условиях рыночных реформ нравственная жизнь общества пронизывается мотивами, так или иначе связанными с корыстолюбием. Оно проникает в

политику, культуру, науку, межэтнические и межгосударственные отношения. Но основной сферой господства корыстолюбия остается экономика и рыночные отношения.

Коммунистической моралью корыстолюбие оценивалось как безнравственность, эта оценка по традиции сохраняется во многих современных формах («Россия – страна высокой духовности»; «Русский человек не может свести цели своей жизни только к большим деньгам» и т.д.). То, что можно было бы назвать моралью современного демократического общества, еще не сложилось и частью проявило себя либо аморфно («Мы живем теперь в плюралистическом обществе»), либо отрицательно («Выживает наглеший»). Возможна ли частная собственность без корыстолюбия?

3. Какие ценности, нормы, символы российской деловой культуры Вы можете назвать? Какие из них сохранились, какие трансформировались с досоветского периода, какие новые были выработаны в СССР, в постсоветской России, в современной России?

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Как соотносятся деловая этика и деловая культура?
2. Что представляет собою традиционная деловая культура?
3. В чем суть буржуазной деловой культуры?

3. НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ В ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕ

Цель изучения: показать особенности деловой этики в различных национальных культурах.

Задачи лекции:

- показать разницу норм и принципов деловой этики у разных народов;
- проанализировать национально-культурные ценности народов, их реализацию в национальном характере, «деловом духе» народа, этических принципах, деловых и торговых обычаях;
- определить ценности национальных общностей в современном мире, их влияние на особенности деловых этик;
- дать характеристику деловой этики США, европейской деловой этики, деловой этики Японии, Китая, мусульманских стран и др.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, национально-культурные ценности, принципы деловой этики, традиции и обычаи деловой этики, национальные особенности деловой этики.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции, обычаи и особенности деловой этики.
2. Особенности деловой этики стран Запада и США являются рациональность и индивидуализм, высокий профессионализм работников, соблюдение права собственности на интеллектуальную продукцию и информацию, высокая степень риска, личная инициатива.
3. Особенности деловой этики стран Востока (Япония, Китай) выступают приверженность традиции, преданность авторитету, ориентация на стабильность, особая система принятия решений.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Национально-культурные ценности и национальный характер.
2. Национально-культурные ценности и «деловой дух» народа.
3. Национально-культурные ценности и национальные торговые обычаи.
4. Особенности деловой этики Европы, США, Китая, Японии, мусульманских стран.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Деловая этика США.
2. Деловая этика Европы.
3. Деловая этика Китая.
4. Деловая этика Японии.
5. Деловая этика мусульманских стран.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Для деловой этики США характерны:

- 1) Уважение национальных традиций.
- 2) Прагматизм.
- 3) Коллективизм.
- 4) Равенство.

2. Для деловой этики США характерны:

- 1) Героизм.
- 2) Зависимость.
- 3) Поощрение соревновательности.
- 4) Традиционность.

3. Для деловой этики США характерны:

- 1) Пунктуальность.
- 2) Опора на чувство стыда.
- 3) Сочувствие.
- 4) Стремление к подвигу.

4. Для деловой этики Японии характерны:

- 1) Рациональность.
- 2) Чувство долга.
- 3) Прагматизм.
- 4) Индивидуализм.

5. Для деловой этики Японии характерны:

- 1) Стремление к независимости.
- 2) Склонность к групповому поведению.
- 3) Стремление к риску.
- 4) Пунктуальность и точность;

6. Для деловой этики в арабских странах характерны:

- 1) Недоверие к партнеру.
- 2) Повышенная дисциплинированность.
- 3) Ориентация на прошлое, обращение к своим корням и традициям.
- 4) Прагматизм.

7. Для деловой этики Китая характерны:

- 1) Стремление к риску.
- 2) Нетерпеливость.
- 3) Формирование «духа дружбы».
- 4) Утилитаризм.

8. Деловая культура общества включает в себя нравственные:

- 1) Идеи.
- 2) Пережитки.
- 3) Риски.
- 4) Ценности.

9. Деловая культура Запада ориентирована на:

- 1) Коллективизм.
- 2) Рациональность.
- 3) Совесть.
- 4) Долг.

10. Деловая культура Запада ориентирована на:

- 1) Коллективизм.
- 2) Страх.
- 3) Совесть.
- 4) Взаимную ответственность.

11. Деловая культура Запада ориентирована на:

- 1) Специальные методики.
- 2) Высокую степень риска.
- 3) Самовоспитание.
- 4) Терпимость.

12. Деловая культура Запада ориентирована на:

- 1) Натуральное хозяйство.
- 2) Индивидуализм.
- 3) Трудовой героизм.
- 4) Самоотверженность.

13. Традиционные деловые культуры ориентированы на:

- 1) Строгую отчетность.
- 2) Прибыль и рентабельность.
- 3) Личные услуги и обязательства.
- 4) Рациональность.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

14. При сервировке стола ножи кладутся:

- 1) Справа от тарелки, лезвием к тарелке.
- 2) Справа от тарелки, лезвием от нее.
- 3) Слева от тарелки, лезвием к тарелке.
- 4) Слева от тарелки, лезвием от нее.

15. Вилки кладутся:

- 1) Слева от тарелки, зубцами вверх.
- 2) Справа от тарелки, зубцами вверх.
- 3) Слева от тарелки, зубцами вниз.
- 4) Справа от тарелки, зубцами вниз.

16. Суповая ложка кладется:

- 1) Слева от тарелки.
- 2) Справа от тарелки, правее ножа или параллельно краю стола, ручкой вправо.
- 3) Только справа от тарелки, правее ножа.
- 4) Только параллельно краю стола, ручкой вправо.

17. Тарелочка для хлеба ставится:

- 1) Слева от основной тарелки.
- 2) Справа от основной тарелки.
- 3) Перед тарелкой для еды.

4) Вообще не ставится на стол.

18. Если вы собираетесь в гости к друзьям, а в это время приезжает ваш хороший товарищ, Вы:

1) Встречаете товарища и вместе с ним едете в гости.

2) Встречаете товарища и отказываетесь от посещения друзей, сообщив им об этом.

3) Извинившись перед товарищем, едете в гости.

4) Не встречаете товарища и едете в гости.

19. Российские правила приличия требуют приходить в гости:

1) Точно в указанное время.

2) За четверть часа до указанного времени.

3) Через полчаса после указанного времени.

4) Независимо от времени.

20. Принимающий подарок должен:

1) Развернуть его, посмотреть, поблагодарить дарящего и показать подарок гостям.

2) Развернуть его, посмотреть и поблагодарить дарящего.

3) Поблагодарить дарящего и, не разворачивая подарка, отложить его в сторону.

4) Другой ответ.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитайте отрывок из очерка Н.Пусенковой «Мы и они», относящийся к началу перестройки. Что изменилось в области деловой этики на Западе и в России? Опишите ситуации, когда вам приходилось встречаться с ошибками российских деловых людей в области этики:

«В одну из годовщин путешествий В.Беринга и А. Чирикова на Аляску к западным берегам США плыли наши хлопковые, угольные и фарфоровые «короли», золотопромышленники и банкиры из Сибири и Дальнего Востока.

Трюмы корабля были забиты майками с эмблемами экспедиции, фарфором, самоварами, матрешками, подносами. Предполагалось их выгодно продать в США, чтобы окупить валютные расходы экспедиции, договориться о дальнейших поставках. При этом упускалось из виду, что в Америке есть все, в том числе русские сувениры. Конечно, эти грузы можно считать пробным шаром. Вот только эксперимент-то дорогой: некоторые предприниматели в подготовку экспедиции вложили миллионы.

Плыли на свой страх и риск, не удосужившись выяснить, что по американским законам владельцы грузов должны заявить в таможенных декларациях о продукции, предназначенной для продажи, заплатить за нее таможенную пошлину и промаркировать все товары: «Сделано в России». И это при том, что готовились к экспедиции более года. Доброжелательные американцы вначале были готовы списать эти промахи на незнание их таможенных правил, но они не жалуют сознательных нарушителей порядка. Когда наши бизнесмены, не получив разрешения на продажу, стали-таки торговать сувенирами из-под полы, в Сан-Франциско у трапа корабля был поставлен наряд таможенников, не пускавших американских гостей на борт и не разрешавших ничего сгружать на берег.

Плыли в неизвестность. Конечно, нельзя требовать, чтобы перед поездкой наши предприниматели прослушали курс по экономике, культуре и деловой этике США. Но хотя бы элементарные познания желательны.

Мне пришлось переводить беседу между сбытовиком из дилерского центра по продаже автомобилей, что в Сиэтле, и сибирским бизнесменом. Сибиряк, решив, что его собеседник представитель компании «Кадиллак», начал серьезно допытываться, что это за фирма и чем она занимается. Я робко попыталась заметить (по-русски), что «Кадиллак» - одно из отделений «Дженерал моторс», дилерский же центр сбывает, а не производит машины концерна, и предложила на досуге рассказать о «Дженерал моторс». В ответ была произнесена классическая фраза: «Нет, я не так привык вести переговоры. Сначала мне надо узнать, с кем я имею дело». Действительно, нашему фирмачу надо было выяснить, стоит ли иметь дело с «Дженерал моторс».

Плыли, забыв, что американцы - народ деловой, и время для них – деньги. Судите сами. Американский бизнесмен спрашивает русского: «Можете ли вы поставить мне партию королевских крабов? Если да, то сколько, когда и по какой цене?» В ответ он слышит: «Моя организация может очень многое». И далее следует лекция о проблемах перехода к рынку, валютной политике правительства России и т.д. Неудивительно, что интерес американца к сделке падает на глазах.

Плыли, демонстрируя нашу необязательность в соблюдении условий сделки. Поняв, что придется подчиниться американским порядкам, представители делового мира попросили представителей мира искусства из санкт-петербургской рок-оперы помочь промаркировать товары за плату. Артисты несколько дней посменно работали в холодном и сыром трюме. В отношении оплаты оказалась верна пословица: обещанного три года ждут. Примерно так же бизнесмены оплачивали труд всех тех, кто так или иначе поработал на экспедицию. Не нужно иметь диплом гарвардской школы бизнеса, чтобы понимать: по счетам надо платить и вовремя. Тем более, если вы собираетесь завоевывать американский рынок, где к деловой этике и обязательности отношение особое. Недаром в США существует понятие «техасское рукопожатие», когда стороны просто договариваются, что будут вместе заниматься каким-то делом.

Есть неписанный закон: если ты нарушил условия договора, пусть даже устного, никто с тобой дел больше вести не будет.

Плыли, забыв, насколько важно найти себе достойных представителей за рубежом, которые не подпортили бы наш имидж. А имидж – «растение» нежное. Представляете, какое впечатление производил один из руководителей фирмы, который в Кордове (Аляска) стал торговать на бойком месте с лотка матрешками, командирскими часами и ремнями.

Плыли, не подумав о том, кто может стать нашими будущими партнерами. В результате получался порочный круг, те, в ком мы были заинтересованы, не стремились вести с нами дела и наоборот.

Мне пришлось видеть, как профессор из Гарварда, удачно сочетающий науку и бизнес, пришел на корабль в поисках потенциальных партнеров. Посмотрел на обшарпанное судно, «поддатую» команду дельцов в их традиционной униформе – импортных спортивных костюмах, и решил продолжить поиски в другом месте.

Плыли практически инкогнито. В Америке, как ни в какой другой стране, нужна реклама. Но об этом никто не позаботился. В Сиэтле о корабле узнали лишь благодаря «зайцу», молодому бизнесмену из Владивостока. Он заплатил крупную сумму за участие в экспедиции, но был незаконно и незаслуженно списан с корабля в Петропавловске-Камчатском. Решив все-таки добиться цели, он пересидел в трюме паспортный и таможенный контроль и незаконно пересек границы. Через две недели его обнаружили на борту и заперли в лаборатории, планируя передать на берегу властям и депортировать на родину. Ночью он взломал дверь и прыгнул в холодные воды залива, где чуть не погиб. Его выловили и доставили в госпиталь рыбаки.

Благодаря этой истории, бизнесмены получили рекламу в штате Вашингтон. Американцы приходили на причал и спрашивали: «Это тот корабль, с которого человек прыгнул за борт?» И лишь потом узнавали, что это исследовательское судно находится здесь в юбилейной экспедиции, преследующей гуманистические, культурные и деловые цели.

«Заяц» вызвал искреннее сочувствие миллионера из штата Орегона. Со своим новым протеже он посетил экспедицию, подарил всем ее участникам и команде по 100 долларов, майки и кепки с эмблемами его фирмы, преподнес еще Библию и конституцию США. Блестяще разыгранная карта будет приносить рекламу его фирме. А нам? Церемония вручения подарков показывалась по телевидению. И деловые круги Америки увидели российских бизнесменов, приехавших заключать серьезные сделки, в очереди за стодолларовыми купюрами...».

2. Познакомьтесь с различными высказываниями на тему успеха. В чем, по Вашему мнению, разница в понимании успеха в деловой этике Запада и России?

Поисками российской модели успеха сегодня заняты многие:

«Социализм в России проиграл еще и потому, что не сумел дать народу внятную формулу успеха – того, что в Америке называют «американской мечтой». Разве возможен деловой успех на родине Иванушки-дурачка? Что мы такое? Почему мы мечемся меж Емелей и рекетиром с большой дороги? Меж гениально беспочвенным «идеалистом» и беспросветно-безнадежным «практиком», который никогда не поймет и не накормит идеалиста. В этом одна из самых загадочных цитаделей российского сознания... Побеждают не те, кто ждет, когда их печь поедет» (И.Хакамада).

«Этика успеха «говорит» языком, в котором сплетены мораль и праксиология. Установка на успех этически значима, если стимулирует человека стать творцом своей судьбы, не позволяет превратить себя в пешку для чужих игр. Не менее важно, чтобы, став хозяином своей судьбы, человек не позволил себе использовать в «играх успеха» других людей в роли пешек» (В.Бакштановский, Ю.Согомонов).

«Секрет успеха в искренности. Если вы только сможете ее изобразить, считайте, что дело в шляпе.

Если в каждой данной ситуации вы усматриваете лишь то, что видит всякий, про вас можно с одинаковым основанием сказать, что Вы и представитель своей культуры, и ее жертва» (Ю.Ирхин).

«Постсоветская эпоха, изгнавшая из трудовой морали ориентации на «служение», а также ценности жертвенности и героизма, оставив одни только негероические мотивы “ценностей здорового успеха”, сегодня терпит фиаско. И не только потому, что повседневная жизнь постоянно обучает нас ценностям “неуспеха”, а “успехи” ничтожно малой части населения значительно более демагогичны даже, чем вчерашние успехи “показательных трудовых коллективов” Но и потому, что предельный гедонизм, т.е. стремление к удовольствиям, в том числе и ко всякого рода успехам, в истории всегда был симптомом декаданса, он сопровождал закат великих культур. Современная потребительско-гедонистическая психология, зовущая к «здоровому успеху», является лишь продуктом и симптомом заката индустриальной цивилизации» (Ю.Беспалова).

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Что означает понятие «национально-культурные ценности»? Как данное понятие связано с этическими принципами?
2. Перечислите основные принципы деловой этики США.
3. Перечислите основные принципы европейской деловой этики.
4. Назовите основные принципы деловой этики мусульманских стран, Японии и Китая.

4. ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

Цель изучения: показать эволюцию российской деловой этики с древних времен до нашего времени. Дать характеристику российских и советских традиций деловой этики.

Задачи лекции:

- показать особенности деловой этики в допетровской России; от петровских реформ до октябрьской революции;
- определить особенности деловой этики от октябрьской революции до перестройки;
- проанализировать российские и советские традиции деловой этики.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, российские принципы деловой этики, советские традиции деловой этики. Деловая этика России в постперестроечный период.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Черты российской деловой этики предопределили российский климат, обширная территория, срединное положение между Востоком и Западом, общинный, коллективный тип организации хозяйства.
2. Основными чертами российской деловой этики были честность, правдивость, верность слову, целеустремленность, расчетливость, уважение права частной собственности.
3. За годы социализма в советской культуре сложился ряд ценных форм деловой этики; развитие получили такие качества, как рачительность, чувство хозяина, экономия, учет, контроль, энтузиазм, самоотверженность, ответственность, исполнительность, дисциплина, организованность, профессиональный успех, надежность, соревновательность, трудовое соперничество работников.

4. Однако в советский период было утрачено многое из дореволюционных нравственных приобретений, что повлекло за собою отставание от многих прогрессивных тенденций в международной деловой культуре.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Какие социальные слои были носителями деловой этики в дореволюционной России?
2. Какие социальные слои являются носителями деловой этики в современной постперестроечной России?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Деловая этика в допетровской России.
2. Деловая этика в дореволюционной России.
3. Деловая этика российского купечества.
4. Деловая этика советского периода.
5. Носители деловой этики в советский период истории России.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. В России допетровского периода в деловой этике купечества поощрялось такое качество, как:

- 1) Честность.
- 2) Достоинство.
- 3) Ум.
- 4) Ловкость.

2. В России допетровского периода в деловой этике купечества поощрялось такое качество, как:

- 1) Удачливость.

- 2) Широта натуры.
- 3) Гостеприимство.
- 4) Храбрость.

3. В России допетровского периода в деловом мире не считалось преступлением:

- 1) Украсть у родственников.
- 2) Украсть у чужих.
- 3) Украсть у соседа.
- 4) Украсть у родителей.

4. В России допетровского периода в деловом мире не считалось неэтичным:

- 1) Красть чужие деньги.
- 2) Красть чужое имущество.
- 3) Завышать цену и обманывать.
- 4) Красть имущество родственников.

5. Назовите деловое качество, присущее национальному русскому характеру:

- 1) Практичность.
- 2) Осмотрительность и расчетливость.
- 3) Рациональность.
- 4) Индивидуализм.

6. Назовите деловое качество, присущее национальному русскому характеру:

- 1) Склонность к чрезмерному напряжению сил.
- 2) Стремление к риску.
- 3) Пунктуальность и точность.

4) Соревновательность.

7. В этический кодекс 1912 года – «Семь принципов ведения дел в России» входит следующий принцип:

1) Представляй клиентам самую последнюю и полную информацию.

2) Будь честен и правдив.

3) Признавай право интеллектуальной собственности.

4) Не используй символы и товарные знаки, принадлежащие другой организации.

8. В этический кодекс 1912 года – «Семь принципов ведения дел в России» входит следующий принцип:

1) Люби и уважай человека.

2) Поддерживай профессиональные взаимоотношения с электронными библиотеками.

3) Берись только за выполнение тех проектов, которые не выходят из рамок законности.

4) Не нарушай тайны передачи сообщения и не практикуй вскрытие информационных систем и сетей передачи данных.

9. В этический кодекс 1912 года – «Семь принципов ведения дел в России» входит следующий принцип:

1) Будь бескорыстен.

2) Будь вежлив со всеми.

3) Будь внимателен к партнерам.

4) Будь целеустремлен.

10. Среди причин, мешавших развитию деловой культуры и деловой этики в досоветской России, следует назвать:

1) Действия чиновников.

- 2) Суровый российский климат.
- 3) Обширную территорию России.
- 4) Слабое экономическое развитие страны.

11. Среди причин, мешавших развитию деловой культуры и деловой этики в досоветской России, следует назвать:

- 1) Общинный тип организации хозяйства.
- 2) Революционно-демократические принципы.
- 3) Православные идеалы русского народа.
- 4) Хищничество дельцов.

12. Для делового человека советского периода характерно следующее качество:

- 1) Рачительность.
- 2) Предприимчивость.
- 3) Трудовой энтузиазм.
- 4) Лень.

13. Для делового человека советского периода характерно следующее качество:

- 1) Стремление к риску.
- 2) Самоотверженность.
- 3) Ловкость.
- 4) Осмотрительность.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

14. За столом мужчина сидит от своей дамы:

- 1) Независимо от того, где сидит дама.
- 2) По левую руку.
- 3) По правую руку.

4) Другой ответ.

15. При сервировке стола ножи кладутся:

- 1) Справа от тарелки, лезвием к тарелке.
- 2) Справа от тарелки, лезвием от нее.
- 3) Слева от тарелки, лезвием к тарелке.
- 4) Слева от тарелки, лезвием от нее.

16. Рыбу едят с помощью:

- 1) Ножа и вилки.
- 2) Руками.
- 3) Только вилкой.
- 4) Другой ответ.

17. В смешанной компании освежающие и крепкие напитки могут наливать:

- 1) Мужчины и женщины.
- 2) Только официант.
- 3) Только мужчины.
- 4) Только женщины.

18. Курицу едят с помощью:

- 1) Ножа и вилки.
- 2) Руками.
- 3) Только вилкой.
- 4) Другой ответ.

19. После еды полотняную салфетку кладут:

- 1) На стол слева от тарелки.
- 2) На тарелку из-под еды.

- 3) На стол справа от тарелки.
- 4) Вешают на спинку своего стула.

20. По окончании еды нож и вилку кладут на тарелку:

- 1) В любом положении.
- 2) Параллельно друг другу, ручки справа.
- 3) Параллельно друг другу, ручки слева.
- 4) Крест накрест.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Напишите этическое эссе о деятельности делового человека досоветского периода.

2. Напишите этическое эссе о деятельности делового человека советского периода.

3. Прочитайте фрагменты из «Домостроя», русского литературного памятника XVI века. Какие и приведенных советов, с вашей точки зрения, важны и необходимы для современной российской деловой этики?

«...Как рукодельничать всякому человеку и любое дело делать, благословясь.

В домашнем хозяйстве и всюду, всякому человеку, хозяину и хозяйке, или сыну и дочери, или слугам, мужчинам и женщинам, и всякому мастеровому человеку, старому и малому, и ученикам любое дело начать и рукодельничать: или еду и питье готовить, или печь что, припасы делать и всякое рукоделие и ремесло, и пригото́влясь, очистясь от всякой грязи и руки начисто вымыв, прежде всего – святым образам поклониться трижды в землю, а если болен – только до пояса, а кто может «Достойно есть» произнести так, благословясь у старшего, и молитву Иисусову проговорить, да, перекрестясь, и молвить: «Господи, благослови, Отче!» – с тем и начать всякое дело, тогда ему божья милость поспешествует, ангелы незримо помогают, а бесы исчезнут, и дело такое Богу в честь, а душе на пользу.

А есть и пить с благодарностью – будет сладко; что впрок сделано, то мило, делать же с молитвой и с доброй беседой или в молчании, а если во время дела какого раздастся слово праздное и непристойное или с ропотом, или со смехом, или с кощунством грязные и блудливые речи и песни бесовские да игры, – от такого дела и от такой беседы божья милость отступит, ангелы отойдут в скорби, и возрадуются бесы, видя, что волю их исполняют безумные христиане. И преступят тут лукавые, влагая в помысел всякую злобу, вражду и ненависть, и подвигнут мысли на блуд и на гнев, и на всякое кощунство и сквернословие, и на всякое прочее зло, - и вот уже дело, еда и питье не спорятся, и каждое ремесло и всякое рукоделие не по-божьи свершается, Богу во гнев, ибо не благословленное людям не нужно, не мило, да и не прочно оно, а еда и питье не вкусны и не сладки, только дьяволу да слугам его угодно и радостно. А кто еду и питье и какое еще рукоделие нечисто исполнит, и в ремесле каком что украдет, подмешает, подменит или соврет и притом побожится ложно: не на столько сделано или не в столько стало, а он врет, – так те все дела не угодны Богу, и тогда запишут их бесы, и за это взыщется с человека в день Страшного суда. И хозяина обманул, и людям навредил, да и впредь никто ему не поверит. А если что сотворил не по правде или приврал и выклянчил, или выторговал обманом, – не благословен подобный доход, не надежен, и милостыня с него неприятна Богу. От праведных же трудов и от честных доходов и себе надежно, и Богу достойно дать, и такая милостыня Богу приятна, а сам человек Богу угоден и людьми почтен, всякий ему во всем доверяет: и в этом мире добрыми делами Богу он угодит, и в будущей жизни во веки царствует.

О праведном житии.

А если кто по-божески живет, по заповедям господним, то по отеческому преданию и по христианскому закону, т.е. если владыка судит справедливо и нелицемерно и одинаково всех, богатого и бедного, ближнего и дальнего, известного и неизвестного – такие, конечно, будут вознаграждены за свои справедливые решения. И слугам своим пусть велит поступать точно так же.

Кто живет нерасчетливо.

Всякому человеку, богатому и бедному, великому и малому, разобраться в своем хозяйстве, распределив по добытку и промыслу, и по своему достатку.

Служивому человеку жить, все разместив себе в соответствии с государевым жалованием, по доходу и по поместью или по вотчине, и уж такой себе дом держать и все хозяйство с припасами. По тому же расчету – и слуг держать, и уклад, по промыслу и по доходу глядя, по нему и есть, и пить, и одеваться, и государю служить, и слуг содержать, и с добрыми людьми общаться.

Если же кто, не оценив себя и не рассчитав добра своего, ремесла и прибыли, или государева жалования и добытка законного, начнет, на людей глядя, жить не по средствам, занимая или беря незаконным путем, то честь его обернется великим бесчестьем со стыдом и позором, а в лихое время никто ему не поможет: от безрассудства своего пострадает, да и от Бога грех, а от людей насмешка. Надобно каждому человеку избегать тщеславия и гордыни и неправдою нажитого имущества, жить по силе своей и возможности, и по расчету, и по средствам, добытым законным путем. Только такое житье и благоприятно, и Богу угодно, и похвально среди людей, а себе и детям своим надежно.

О торговцах и лавочниках: как с ними расплачиваться.

А которые слуги в лавках торгуют и покупают для домашнего хозяйства все нужное и разные припасы, по вечерам и на покое во святое воскресенье должен сам хозяин с ними рассчитываться, в приходе и в расходе, в купле и в продаже: с тем в один вечер, а с другим в иной вечер. А кто бережлив и понятлив, и радеет о своем деле, и все у него в порядке, и хитрости в нем никакой нет, а прибыль есть от него, - того похвалить и пожаловать едой и питьем, и все его просьбы исполнить, а за добрую службу в награду – пожаловать платьем своим.

А кто без умысла что натворит или ленив, ходит поздно в лавку и долго спит, или кто за товаром не ходит к купцам, или в чем-то иначе небрежен и нерадив, – такого поучать и бранить, и, по вине смотря, наложить еще пеню. А за добрую службу за стол свой сажать и от себя подавать и жаловать и от всего

охранять таких. И во всякой службе, в домашнем хозяйстве и в торговле, если кто ленив и сонлив, вороват и пьянчужка, от наставлений и битья не исправится, – такого от дел отстранить и дать работу по нем. А кто груб и глуп, вороват и ленив, и ни на что не годится, кого наставления не берут – того, накормив, со двора прогнать: тогда и другие, на такого дурака глядя, не испортятся!..»

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Дайте характеристику деловой этики в допетровской России.
2. Назовите основные черты деловой этики российского купечества.
3. Перечислите основные принципы первого российского этического кодекса 1912 года.
4. Приведите примеры из деятельности деловых людей советского периода, с точки зрения деловой этики.

5. ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА И ДЕЛОВАЯ ЭТИКА В ЗАПАДНОЙ СИБИРИ

Цель изучения: раскрыть особенности деловой культуры и деловой этики в Западной Сибири.

Задачи лекции:

- дать характеристику западносибирской деловой культуре;
- определить особенности деловой этики в Западной Сибири;
- показать роль старообрядчества как религиозной основы формирования деловой этики в Западной Сибири;
- определить нормы деловой этики в деятельности предпринимательства Западной Сибири второй половины XIX – начала XX вв.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, деловая культура Западной Сибири, деловая этика Западной Сибири.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. На деловую культуру и этику Западной Сибири повлияли древние хозяйственные и предпринимательские традиции: хозяйственные навыки бухарцев, татар и других народов, ценности русской сибирской крестьянской общины.
2. Базовые моральные черты деловой этики Западной Сибири: стремление к равенству, справедливость, взаимовыручка, забота об общем добре, установка на сочетание коллективизма с тягой к индивидуальному хозяйству, предприимчивость.
3. Высокая деловая культура была свойственна сибирскому старообрядчеству. В деловой этике старообрядцы (староверы, раскольники) проповедовали идеи практической нравственности, то есть нравственности, неразрывно связанной с практической стороной жизни. Идеалом для старообрядцев был праведный труд. Особое место в старообрядческой этике занимало отношение к богатству.

Собирание капитала ради просветительской деятельности, ради нового производства, а не ради наживы, всесторонне одобрялось и приветствовалось. Большое значение у староверов имели взаимодоверие, честность, добросовестность в делах.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Какое значение имело западносибирское старообрядчество для развития деловой этики в Западной Сибири?
2. Сохранились ли нравственные традиции старообрядчества в Западной Сибири до настоящего времени?
3. Наследует ли в современное западносибирское предпринимательство традиции прошлого. Если да, то назовите, какие?
4. Обладает ли современная деловая женщина Западной Сибири морально-деловыми качествами женщины прошлого и позапрошлого столетия?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Особенности деловой этики в Западной Сибири в досоветский период.
2. Особенности деловой этики в Западной Сибири в советский период.
3. Особенности деловой этики в Западной Сибири в постсоветский период.
4. Морально-деловые качества западносибирской женщины прошлого и настоящего.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. На формирование в Западной Сибири особой деловой культуры и этики повлияли:

- 1) Особенности западносибирских сел.
- 2) Особенности западносибирских городов.

- 3) Сибирское помещичье землевладение и крепостничество.
- 4) Особенности сибирской крестьянской общины.

2. На формирование в Западной Сибири особой деловой культуры и этики повлияли:

- 1) Особенности сибирского землевладения.
- 2) Благоприятные географические и природные условия края.
- 3) Природа Западной Сибири.
- 4) Животный мир Западной Сибири.

3. Развитию деловой культуры в Западной Сибири более всего помогли:

- 1) Сибирские реки.
- 2) Животный мир края.
- 3) Растительный мир края.
- 4) Черноземная почва края

4. Сибирские предприниматели предполагали построить водные каналы:

- 1) Между Волгой и Иртышем.
- 2) Между Турой и Иртышем.
- 3) Между Тоболом и Иртышем.
- 4) Между Камой и Иртышем.

5. Климат Западной Сибири внушал деловым людям:

- 1) Страх и неприязнь.
- 2) Бодрость и энергию.
- 3) Недовольство и леность.
- 4) Мечты о теплых краях.

6. Западносибирский крестьянин в отличие от крестьянина центральной России:

- 1) Был чрезвычайно богатым.
- 2) Всегда нуждался.
- 3) Был почти всегда голодным.
- 4) Не нуждался и имел излишки хлеба.

7. В XIII веке сотни предприимчивых людей устремились в Западную Сибирь искать легкой добычи. Большинство из них было из города:

- 1) Киева.
- 2) Новгорода.
- 3) Москвы.
- 4) Парижа.

8. Основой для деловых отношений, связывающих Западную Сибирь с европейской Россией, послужили походы:

- 1) А. Невского.
- 2) А. Суворова.
- 3) И. Грозного.
- 4) Ермака

9. Хозяйственные навыки принесли в Западную Сибирь не только русские, но и такие народы, как:

- 1) Монголы и китайцы.
- 2) Бухарцы и татары.
- 3) Немцы и французы.
- 4) Англичане и голландцы.

10. Развитие деловой культуры в Западной Сибири тормозили:

- 1) Иностранные купцы.

- 2) Отсутствие профессионалов.
- 3) Скудость природных богатств.
- 4) Холодный климат.

11. Деловая культура Западной Сибири включает в себя следующие нравственные ценности:

- 1) Предприимчивость и деловитость.
- 2) Идеализм.
- 3) Мечтательность.
- 4) Терпимость.

12. Деловая культура Западной Сибири включает в себя следующие нравственные ценности:

- 1) Ловкость.
- 2) Бережливость.
- 3) Участливость.
- 4) Требовательность.

13. Старообрядцы Западной Сибири были людьми:

- 1) Необразованными.
- 2) Трудолюбивыми.
- 3) Недобросовестными в делах.
- 4) Доверчивыми.

14. Старообрядцы Западной Сибири были людьми:

- 1) Малокультурными.
- 2) Нечестными.
- 3) Практичными, экономными.
- 4) Малограмотными.

15. Выдающимся западносибирским предпринимателем второй половины XIX – начала XX вв. был:

- 1) А.Третьяков.
- 2) С.Морозов.
- 3) М. Рябушинский.
- 4) А.Сибиряков.

16. Выдающимся западносибирским предпринимателем второй половины XIX – начала XX вв. был:

- 1) Н.Чукмалдин.
- 2) П.Бурыйшкин.
- 3) Н.Демидов.
- 4) Г.Елисеев.

17. Западносибирская предпринимательская благотворительность связана со стремлением к:

- 1) Солидарности.
- 2) Социальному признанию и престижу.
- 3) Коллективизму.
- 4) Рациональному хозяйствованию.

18. Этика патриотического служения заставляла западносибирских предпринимателей:

- 1) Продавать сибирские природные богатства в центральную Россию и Европу.
- 2) Пользоваться в своей деятельности принципом «хватай и беги».
- 3) Бороться за открытие морского пути из Сибири – по Северному Ледовитому океану – в Россию и Европу; проводить работу по соединению каналами сибирских рек для создания единой системы водоснабжения; строить железную дорогу Екатеринбург – Омск и др.

4) Вкладывать деньги в строительство личных дач и коттеджей.

19. Благодаря поддержке и средствам западносибирских предпринимателей, получили развитие:

- 1) Сибирская наука, образование и здравоохранение.
- 2) Сибирская природа.
- 3) Сибирское гостеприимство.
- 4) Сибирские богатства.

20. От коренных жителей Западной Сибири сибиряки получили в наследство такие черты, как:

- 1). Копирование чужого.
- 2) Мечтательность и идеализм.
- 3) Практичность, рациональность.
- 4) Нерасторопность и леность.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. **Чукмалдин Н.М.** (1836 – 1901 гг.) – западносибирский предприниматель, инициатор многих благотворительных и просветительных начинаний, человек, обладавший высокими литературными способностями, в уникальных книгах которого отражен дух русского купечества.

Ниже приведены отрывки из «Писем из Москвы» Н.Чукмалдина. **Можете ли Вы согласиться сегодня с мнением данного автора (аргументируйте свой ответ)?**

«...Еще недавно возникла фирма русская до мозга костей..., затеявшая фабрику, хотя и с иностранными машинами, но исключительно с русскими техническими силами. И эта фирма должна была по опыту признать, в лице ее директора, что при таких условиях, как у нас сейчас, нельзя достигнуть полного успеха... Англичанин точен, как машина, не рвется временами пламенно вперед и не опускает руки в другое время до полного безделья, как русский человек. В

какой бы должности он ни состоял, англичанин ровно минута в минуту является на фабрику, переменит чистое платье на рабочую куртку и методично принимается за дело, не покладая рук, и не боясь ни пыли, ни грязи. Русский человек нередко опоздает к началу работ, не покажет рабочему примера своими руками, а чаще всего ограничится словесными приказами подмастерьям...

Англичанин нальет масла в масленку, сколько нужно и когда нужно, русский же механик то нальет больше, чем следует, то пропустит время налива, и машина на ходу начнет нагреваться. Чистя и разбирая машину, механик-иностранец всегда сам осмотрит всякую машинную частицу, вычистит ее, проверит, что русский не всегда сделает.

Затем русский человек часто работает по вдохновению, в зависимости от его настроения, то с усердием выше меры, то с апатией. А в фабричном деле всякое отклонение от нормы тотчас отзывается убытком предпринимателя. Вот почему в управлении промышленностью крупного предприятия методичность англичанина, аккуратность немца выгоднее подрывов и апатии русского человека, несмотря на то, что иногда последний образованнее и ученее иностранного собрата.

Молодой европеец, вышедший техником, обязательно поступит на фабрику или завод простым рабочим и последовательно проходит на практике все стадии производства, прежде чем займет ответственную должность в управлении делом. У нас же, окончивая курс технического училища, выходят оттуда настоящими учеными – техниками, но, что называется, белоручками. Для этого барина бывает едва достойно внимания все то, что ниже теории, формул и чертежей...”

2. Назовите нормы деловой этики в отрывках из работ Н.М.Чукмалдина. Какие из данных норм Вы считаете наиболее актуальными для нашего времени?

«...Выигрывает и богатеет в торговле только тот, кто оказывает услугу обществу. Наивыгоднейший товар – доверие, а доверие дается только без-

упречной честности и торговому бескорыстию. Богатеет только изобретатель, пионер нового общепольного дела. Все то, что добыто несправедливо, посредством обмана, своекорыстия и зла, носит в самом себе смерть. Жизненно прочно одно добро...»;

«...Кто не дорожит своей репутацией и не думает о будущем, для того обман другого в целях барыша всегда выгоден и заманчив. Им, видимо, руководит правило: только бы захвати деньги, а там хоть трава не расти...

...Обманывать массу потребителей на всяком фунте или осьмушке чая, массу неизвестных деревенских бедняков, давая все сорта чая на четверть качества хуже или дороже против цен печатных... Быть может, кто-нибудь и скажет, что в чайной розничной торговле таков теперь обычай. Но кто же делает такой обычай, как не сами фирмы? Кто заставил их идти путем скверного обычая, развитого в целую систему грубого обмана потребителя? Когда они, имея установленную репутацию и большие капиталы, должны были противодействовать такой эксплуатации потребителя... Ссылка на евреев, успешно развивающих систему подобного обмана, ничуть не служит им ни оправданием, ни извинением. Приняв ее, тогда пришлось бы оправдывать всякие обманы только потому, что их делают другие. Упрек за подобные деяния всецело тяготеет на многих русских фирмах и тем он тяжелее, чем старше ее громкая бывшая репутация...»;

«...Система налогов, падающих всей тяжестью на бедные классы, – есть тяжелая несправедливость, и, как таковая, должна быть уничтожена, она, кроме вреда в настоящем, несет в себе вред и для будущего, усиленно обедняя бедного и обогащая богатого. Мы, люди имущие, обязанные, кроме заповеди, преподанной нам Спасителем мира, помогать бедным, поступаем как раз наоборот и не возвышаем голоса против существующей системы, помогающей богатому и забывающей бедного. Пора нам прислушаться к голосу совести и сказать во всеуслышание, что все налоги должны быть несены людьми имущими, и что налогом прямым и косвенным должен быть обложен не бедняк, а капитал, крупный промысел и роскошь...

Мы многое позаимствовали у западной культуры, и преимущественно, у наших соседей – немцев. Отчего бы не позаимствовать и их систему налогов, по которой обыватель платит не только больше, чем большим он владеет капиталом, но, чем большим он владеет капиталом, тем выше и выше платит он проценты с каждой сотни марок своего валового дохода. Уметь заимствовать хорошее, уметь применять его к нашему национальному быту – это заслуга...»;

«...Сибирский купец Деров затеял необычное для своего времени дело. Он решил добывать каменный уголь на купленном им участке в районе Иртыша. Сразу же пошли толки среди сибирских и московских миллионеров: “Ах, безумный человек. Взятся не за свое дело. Куда ему! Да ведь у нас, в Сибири, дров везде сколько угодно, и ни к чему нам каменный уголь... Сидел бы в Омске да торговал ситцем, а теперь того и гляди, зарвется человек и поминай как звали”. Никто из российских купцов не давал Дерову денег на развитие новой промышленности. “Тщетно стучался он в двери русских капиталистов, отыскивая на Руси денег, чтобы устроить копи по образцу обширного европейского предприятия и провести от них, на берегу Иртыша, узкоколейную железную дорогу. Все ему в глаза сочувствовали, образцы каменного угля похваливали, но денег не давали”. И Деров вынужден был продать свой участок иностранцам, которые сразу же снарядили экспедицию, начали поисковые работы и нашли на промысле огромные залежи каменного угля высочайшего качества: “Удивительно консервативны наши крупные владельцы миллионов. Я знаю случай, когда приглашали одного миллионера быть пайщиком уже на ходу мануфактурного предприятия. Он выслушал, подумал и отказался, считая это риском, хотя после, когда блистательно пошли дела, горько сожалел о своем отказе. Миллионеры наши ныне строят в Москве доходные дома, занимаются учетом векселей, складывают пачки за пачкой в несгораемые шкафы процентные бумаги, – но о новых отраслях промышленности, о новых предприятиях рассуждают большей частью академически, да и то с улыбкой не то укора, не то сожаления по адресу предприимчивого неудачника...»;

«...У нас есть виды промышленности излюбленные, забота и покровительство которым считаются как бы священными... На кожевенных заводах все свое, русское, начиная с сырья, материалов и оканчивая персоналом служащих на заводах, не исключая и самих хозяев предприятий. Кожевенное производство так старо, как стара сама Россия, о нем упоминается еще в летописях. Не преграды надо ставить кожевенной промышленности, которая по складу жизни всегда была основной и необходимой, а ставить интересы ее во главе забот о русской промышленности...

Наш русский кожевенный промысел так исторически стар, что теряется в глубине веков и преданий, а, между тем, в технике этого производства, даже в той простой первичной операции, как съемка кож без порчи их ножом, то есть без “подреза”, мы ушли недалеко и обесцениваем наши товары и выделкой и даже только “съемкою сырья”. Есть многочисленные старые заводы, поддерживающие репутацию русского кожевенного производства даже за границей, есть заводы сравнительно недавние, в которых техника выделки доведена до значительной степени высоты (вроде заводов Балобелиных, Ростовцева, Кавакиных и, слава богу, у вас в Тюмени, у наследника покойного Ф.С.Колмогорова), но ведь на всю Россию, на ее тысячи кожевенных заводов это единицы...

Мне всегда казалось, что в Сибири давно пора заводить свои мастерские, если уж не прямо механические фабрики для шитья обуви местному потребителю. Всего удобнее, конечно, было бы самим Колмогоровым открыть фабрику шитой обуви и не столько, может быть, для барыша, сколько, для роли пионера новой промышленности...»;

«...Если Россия для русских или, хотя бы, преимущественно для русских – то тогда надо бы оставить кое-что из этих преимуществ в пользу кяхтинской торговли чаем, потому что там фигурируют почти все русские фирмы... Я не слепой поклонник русского и признаю в иностранце преимущества, какие он имеет в знании и в культуре, – но в промысле, торговле, где является борьба и конкуренция, должны быть одинаковые средства и оружие, которых во многих случаях у русского и не хватает...

...Мне всегда кажутся удивительными жалобы некоторых газет, что иностранцы захватили и продолжают захватывать многие отделы нашей промышленности... Читая эти жалобы и не зная сути дела, вывод представляется один, что люди русские, поголовно продающие ли иностранцам землю, устраивающие ли фабрики и заводы с иностранными машинами и техниками-иностранцами, – все и каждый, какие-то враги всего русского, как бы намеренно желающие вреда родине и национальным интересам.

Но все подобные господа должны припомнить, что всякая медаль имеет две стороны, и нельзя рассматривать одну, не обращая внимание на другую. Легко требовать – дайте нам русские промышленные учреждения с русскими машинами и русскими промышленными силами, да чтобы при этом учреждение стояло вровень с подобными учреждениями за границей и давало бы удовлетворительный дивиденд предпринимателю. Но устроить по такой программе учреждение – это явно надобно идти на разорение, а какой же частный человек с его здравым смыслом пойдет на это?

Я знаю несколько крупных мануфактур, где во главе техники стоят иностранцы, а, между тем, владельцы их – коренные русские люди, желающие блага родине не меньше любого публициста, упражняющегося в огульном порицании русских предпринимателей.

Сетование о захвате иностранцами русских богатств как бы предполагает захват без всякой эквивалентной платы, вознаграждения. А, между тем, иностранец может купить в России какую-нибудь собственность только тогда, когда он заплатит цену в большей части выше существующей. Что теряет Россия, если некая частица, пока втуне лежащей земли, переходит во владение или пользование иностранцу, оставаясь русской территорией, и если этот иностранец извлекает из ее недр ископаемые богатства, развивает окрест промышленную культуру и, обогащаясь сам, косвенно дает местному населению зарплату? Вне спора, что было бы лучше, если бы повсюду мы имели своих предпринимателей, знающих всякое промышленное производство, и вся наша земля находилась бы во владениях русских коренных людей. Но если мы еще во многих

случаях мало сведущи по техническим промышленным познаниям, мы должны временно поступаться некоторыми правами, чтобы научиться новым приемам создавать промышленные капиталы...»;

«...Сибирские приемы и отношения были в Москве непрактичны, а, иной раз, и прямо невозможны. В Тюмени, бывало, нужны деньги на неделю, на две, близкий человек одолжит их, если только они у него есть, на слово, без всякого документа и расписки. Наоборот, если есть деньги у меня, я также дам их на время близкому человеку. И деньги всегда возвращались в назначенный срок сполна. Мне не помнится случая, где бы взаимное одолжение породило какой-либо спор и неудовольствие. Здесь же господствовали совсем иные обычаи и нравы. Я мог давать деньги, одоляя другого, но я всегда рисковал их потерять... К началу нового года я увидел, что прожил и потерял за должниками не только всю заработанную в это время прибыль, но и потерял до пяти тысяч рублей основного капитала. Получив этот разорительный урок, я стал, конечно, осторожнее, сдержаннее, так сказать, себе на уме, но также и потерял значительную долю доверия к людям, какая была воспитана во мне сибирской жизнью и существовала там между человеческими отношениями.

Бывало, в Тюмени понадобятся деньги экстренно, ну хоть на покупку новой партии товара, случай подвернулся, покупаешь ее смело, зная, друзья-приятели дадут тебе деньги во всякое время... В Москве же я встретил совсем другое отношение. Здесь на первом плане, заглушая доброжелательность к другому, стояла сухая личная выгода, требовавшая всегда вексель и проценты. Быть может, в больших промышленных центрах такие отношения и неизбежны, но в первое время они казались мне очень уж эгоистичными. Скоро я понял, что сибирская система доверия в Москве решительно неприменима, и, если я не хочу разориться, то надо чутко сторожить всякое поползновение на мой карман московского промышленного человека...».

3. Приведите современные примеры деятельности деловых людей в нашем крае. Назовите нравственные принципы их деятельности.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Дайте характеристику особенностям деловой культуры и этики в Западной Сибири.
2. Перечислите принципы деловой этики, сложившиеся в западносибирском регионе во второй половине XIX – начале XX столетия.
2. Какое значение имело западносибирское старообрядчество для развития деловой этики в Западной Сибири?
3. Приведите примеры из деятельности современного предпринимательства в Западной Сибири (с точки зрения соответствия или несоответствия деловой этике).

6. РОССИЙСКАЯ ДЕЛОВАЯ ЭТИКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Цель изучения: показать наиболее важные проблемы в области современной российской деловой этики.

Задачи лекции:

- дать характеристику современных проблем и противоречий российской деловой этики;
- определить роль СМИ в отражении проблем российской деловой этики;
- показать положение делового человека в современной России;
- проанализировать принципы российской деловой этики в границах этики прав человека;
- попытаться конструировать нравственные принципы ведения дел в современной России.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, деловой человек современной России, принципы личности, принципы профессионала, принципы гражданина России, принципы гражданина Земли.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Современная российская деловая культура и этика представляют собой весьма сложный сплав остатков дореволюционных традиций, правил, выработанных в советский управленческий период, перестроечных и постперестроечных норм поведения.
2. Несмотря на активное развитие деловой культуры в настоящее время, следует отметить, что сегодня, в обстановке нестабильности, складывается специфическая деловая этика.
3. Наибольшую опасность для успешного развития норм и принципов деловой этики представляет циничное отношение к нравственности определенных слоев российских граждан, формирование в СМИ ложных представлений о деловой этике.

вой деятельности, о ее реальных сложностях, проблемах, законных способах осуществления, моральная дезориентация начинающих деловых людей и предпринимателей.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Назовите основные проблемы деловой этики в современной России и в Западной Сибири.
2. Приведите примеры из деятельности современных деловых людей. Попытайтесь дать характеристику их деятельности с точки зрения этики.
3. Какими, по вашему мнению, должны стать основные нравственные принципы ведения дел в стране и регионе?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Роль деловой этики в современной России.
2. Проблемы деловой этики в современной России.
3. Деятельность современных российских СМИ с точки зрения деловой этики.
4. Деятельность представителей крупного бизнеса в России с точки зрения деловой этики.
5. Деятельность представителей чиновничества в России с точки зрения деловой этики.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Деловой человек современной России вышел в основном из следующих социальных слоев:

- 1) Крестьян.
- 2) Рабочих.
- 3) Интеллигенции.

4) Руководящих слоев.

2. Современную российскую деловую культуру характеризуют:

1) Соблюдение законов.

2) Криминальные и полукриминальные способы надзора за выполнением деловых обязательств.

3) Честность и порядочность.

4) Развитая система благотворительности.

3. Для делового человека современной России характерны:

1) Творческий подход к делу.

2) Ответственность за будущие поколения.

3) Азарт, жажда быстрого обогащения.

4) Строгое соблюдение законов.

4. Для делового человека современной России характерны:

1) Социальная ответственность, патриотизм.

2) Стремление к жульничеству и аферам.

3) Обязательность, верность слову.

4) Быстрое нахождение решения в затруднительной ситуации, изобретательность.

5. Российский деловой человек в глазах иностранцев выглядит:

1) Очень ленивым.

2) Чрезмерно заинтересованным в деньгах.

3) Коллективистом.

4) Мало эмоциональным человеком.

6. Желая оставить в памяти будущих поколений благородный образ русского делового человека постсоветской эпохи, следует призвать деловых людей России к утверждению следующих нравственных принципов:

- 1) Не обманешь – не продашь.
- 2) Родство – дело святое, а торговля – дело иное.
- 3) Прибыль дороже всего, но честь важнее прибыли.
- 4) В торгу друг, кто деньги платит.

7. Следует призвать деловых людей России к утверждению следующих нравственных принципов:

- 1) Оправдывай доверие, в нем – основа деловой этики и ключ к успеху.
- 2) Товар не хвалить – с плеча не свалить.
- 3) Торговать, так по сторонам не зевать.
- 4) Кто чем торгует, тот то и ворует.

8. Русский деловой человек в глазах иностранцев выглядит:

- 1) Ориентированным больше на дело, чем на людей.
- 2) Ориентированным больше на людей, чем на дело.
- 3) Уважающим жесткие инструкции.
- 4) Доверчивым к власти.

9. Русский деловой человек в глазах иностранцев выглядит:

- 1) Гордым человеком.
- 2) Слабым человеком.
- 3) Самовлюбленным человеком.
- 4) Закрытым человеком.

10. Русский деловой человек в глазах иностранцев выглядит:

- 1) Рациональным человеком.
- 2) Очень практичным человеком.

- 3) Эмоциональным человеком.
- 4) Малоэмоциональным человеком.

11. Российский деловой человек в глазах иностранцев выглядит:

- 1) Человеком чувствительным к похвале.
- 2) Бесчувственным человеком.
- 3) Очень скромным человеком.
- 4) Человеком, постоянно ищущим похвалы.

12. Сегодня в деловом мире на первое место среди незаконных хозяйственных действий чиновников ставится:

- 1) Вымогательство.
- 2) Нечестность и обман.
- 3) Бюрократическая волокита.
- 4) Затягивание решения вопросов.

13. По профилю образования среди российских деловых людей преобладают:

- 1) Специалисты, имеющие техническое образование.
- 2) Специалисты, имеющие гуманитарное образование.
- 3) Специалисты, имеющие юридическое образование.
- 4) Специалисты, имеющие экономическое образование.

14. Современный типичный российский деловой человек в большинстве:

- 1) Женщина.
- 2) Мужчина от 50 до 70 лет.
- 3) Мужчина от 36 до 45 лет.
- 4) Мужчина от 25 до 35 лет.

15. Если реконструировать деловую этику по средствам СМИ можно

отметить:

- 1) Деловой этике совсем не уделяется внимания.
- 2) Деловой этике уделяется очень большое внимание.
- 3) Деловую этику затрагивают 8-10% передач от их общего объема.
- 4) Деловую этику затрагивают 40 -50% передач от их общего объема.

16. Информация о деловой этике, содержащаяся в средствах СМИ:

- 1) Представлена системно и полно.
- 2) Представлена фрагментарно и бессистемно.
- 3) Не представлена вообще.
- 4) Представлена, но недостаточно системно и полно.

17. В средствах СМИ деловой человек представлен в большинстве:

- 1) Позитивно.
- 2) Ярко и понятно для зрителей.
- 3) Негативно.
- 4) Недостаточно ярко и понятно.

18. Деловой человек в СМИ ассоциируется в основном:

- 1) С громкими аферами и жульничеством.
- 2) С деятельностью полезной для общества
- 3) С выдающимися людьми нашего времени.
- 4) С общественными достижениями.

19. В средствах СМИ деловой человек представлен в большинстве

как:

- 1) Скромный труженик.
- 2) Человек-хозяин.
- 3) Человек, воплощающий в жизнь свои идеи.

4) «Жулик», «политический проходимец».

20. Следует отметить, что современные СМИ в большинстве:

- 1) Правильно ориентируют население относительно образа делового человека.
- 2) Неправильно ориентируют население относительно образа делового человека.
- 3) Формируют ложное представление у населения относительно образа делового человека.
- 4) Формируют циничное, искаженное отношение у населения к нравственным принципам в сфере деловой активности.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Р. Льюис в книге «Деловые культуры в международном бизнесе» собрал сведения о деловых людях России глазами иностранцев. Вот его советы западным бизнесменам, которые будут иметь дело с русскими деловыми людьми. С какими его советами Вы согласны, а с какими – нет. Аргументируйте свой ответ:

«Если у вас на руках «козыри», не злоупотребляйте ими. Русские – гордые люди, их нельзя унижать.

Они не так сильно заинтересованы в деньгах, как вы, поэтому легче, чем вы, готовы отказаться от сделки.

Вы можете основывать свои решения на фактах, которые для вас нейтральны, а у них они вызывают эмоции.

Они больше ориентированы на людей, чем на дело. Постарайтесь им понравиться.

Если вам это удастся, они будут подговаривать вас «обмануть» систему. Они больше вашего не любят жесткие инструкции. В этом отношении они очень похожи на итальянцев.

Как можно чаще показывайте свое недоверие к слепой власти или чрезмерной бюрократии.

С самого начала окажите им услугу, но покажите, что это делается не из-за вашей слабости. Такая услуга должна быть обращена больше к человеку, чем к обсуждаемому делу.

Не нужно слишком поддаваться воздействию их театральности и эмоциональности, однако вы должны показать свою симпатию к человеческим аспектам переговоров.

Проявляя свою твердость, обозначьте и свою доброту.

Они действуют в основном коллективно, поэтому не выделяйте кого-либо особо. Зависть к чужому успеху – это тоже характерная черта русского характера.

Выпивайте с ними между встречами, если можете. Это один из самых легких способов «навести мосты».

Они предпочитают выпивать сидя и часто произносят тосты и короткие речи.

Они любят похвалу, особенно если это связано с достижениями России в технологии, а также крупными успехами русского искусства.

Они чувствительно относятся к разговорам о войне, считая, что Россия вела большинство войн, обороняясь от агрессивных соседей. Им неизвестна ваша версия исторических событий.

К Америке они относятся подозрительно с примесью нескрываемого восхищения.

Они любят своих детей больше, чем многие из нас. Обменяться с ними фотографиями детей – прекрасный способ установить контакт.

Они уважают стариков и презирают отношение американцев к пожилым людям. В жестоком российском окружении любовь семьи была зачастую един-

ственно прочной формой богатства. Продемонстрируйте, если это уместно, привязанность к собственной семье.

Покажите себя с человеческой стороны – свои чувства, надежды, устремления и т.п. Их намного больше интересуют ваши личные цели, чем коммерческие.

Во время делового обсуждения они расставляют приоритеты в таком порядке: личные взаимоотношения, возможность заработать.

Они часто выглядят возбужденными, но хорошо владеют собой. Смесь элементов Востока и Запада в их характере часто напоминает раздвоение личности у шизофреников. Пусть вас это не сбивает с толку, когда надо, всегда проявится и другая сторона.

В их истории никогда не было развитой демократии, потому не ждите, что они автоматически станут справедливыми, беспристрастными и открытыми для прямой дискуссии. В этом отношении разумно будет показать им, что вы думаете об этих понятиях и почему они, в сущности, вас мотивируют.

Такие термины как «демократичный», «честная игра», «прибыль», «оборот», «движение денежных средств», «общественные связи» и «неформальные отношения», мало что значат для них на любом языке, поэтому пользуйтесь ими осторожно.

Они любят говорить, что понимают, хотя на самом деле это не так, а также стараются говорить то, что, по их мнению, от вас хотят услышать (восточная привычка), Поэтому не воспринимайте все сказанное или услышанное на веру.

Ко всему, что вы представляете как официальную директиву или инструкцию, они будут относиться недоверчиво. То, что вы подаете как личную рекомендацию, они приветствуют.

К слишком высоким прибылям они относятся как к незаконным. Не жадничайте ни по отношению к себе, ни по отношению к ним.

Русские по своей сущности консервативны и нелегко принимают изменения. Представляйте им свои новые идеи, не спеша, не нажимайте на них поначалу.

Русские часто «подталкивают» вас и понимают, когда с ними поступают так же, но они протестуют, когда чувствуют, что давление становится слишком сильным.

Еще надо посмотреть, насколько они смогут рисковать в условиях свободного рынка.

Инакомыслие в целом пользуется у них популярностью, так как исторически безопасным для них было групповое, конформное поведение. Не старайтесь отделить россиянина от его «группы», какой бы она не была.

Решение о том, что правильно и что неправильно, по представлению многих россиян, определяется чувствами большинства, а не законом.

У русских очень развито чувство ностальгии – настоящее не имеет власти над их мышлением, как это может быть, например, у многих американцев и австралийцев.

Они любят поговорить. Не задумываясь, раскройте перед ними свою душу. Они, как и немцы, обожают поговорить по душам

То, чего они добились в своей стране, достигнуто главным образом с помощью личных отношений: ты – мне, я – тебе. Они не ждут никакой помощи от чиновников.

Как и немцы, они приходят на встречу без улыбки. Как и немцев, их можно «растопить» проявлением взаимопомощи и искренности.

Когда они дотрагиваются до собеседника во время разговора, это признак доверия ...».

2. Российский ученый, специалист в области деловой культуры и этики П.Н.Шихирев и американский бизнесмен Р.Андерсен выделили два универсальных типа предпринимателя, полярных по их моральной ориентации. Первый из них был назван «акулой», второй – «дельфином». Определите, какой из названных типов деловых людей более характерен для современной эпохи. Аргументируйте свой ответ:

«...Первый руководствуется принципами: «деньги не пахнут» и «все дозволено», второй – принципами «честь выше прибыли» и «не хлебом единым жив человек». Образы двух морских животных выбраны не случайно как моральные антиподы. Выделенные типы деловых людей практически неразличимы по большинству качеств. Оба наделены от природы незаурядными способностями: умом, энергией, независимостью, самостоятельностью. Их цель состоит в том, чтобы получать прибыль, доход, выгоду, наживать. Одновременно данные типы противоположны по важнейшему нравственному параметру – социальной ориентации, основанной на системе базовых отношений к людям, обществу и природе. Соответственно, различна их идеология, различны ответы на ключевые, смыслообразующие вопросы: что такое мир, для чего я живу, как достичь цели, кто мой союзник, а кто – соперник, конкурент. И, соответственно, различны наборы средств, используемых для достижения цели.

«Акула» принципиально никому не верит, проецируя на окружающих свои собственные цели, приписывая другим стремление переиграть, обмануть, получить все, ничего не дав взамен. «Дельфин» видит людей в разнообразии, в противоречивости их добродетелей и пороков, он не считает, что все они хотят его обмануть. Изначально «дельфин» он настроен на доверие. Отсюда открытость его поведения, готовность раскрыть свои планы и намерения. «Дельфин» приглашает к сотрудничеству и готов поделиться всем, что у него есть.

Другая особенность, принципиально отличающая «дельфина» от его антипода – «акулы», – отсутствие жадности, стремления захватить все. «Дельфин» живет по принципу: «Живи и давай жить другим». «Акула» – по принци-

пам: «Хватай и беги» и «Победитель получает все». Отсюда постоянная подозрительность и недоверие «акулы», стремление контролировать каждый шаг партнера, потенциального противника. Ей, «акуле», чужда идея, что вместе можно сделать так много, что, разделив совместно созданный продукт, каждый получит намного больше, чем в одиночку. «Дельфин», напротив, доверчив. Он не истолковывает неверный шаг партнера как следствие злого умысла и легче прощает ошибки при условии неповторения их в будущем...»

3. Прочитайте текст. Назовите основные проблемы деловой этики, которые продолжают оставаться характерными для современной России:

«В обстановке нестабильности, непредсказуемого поведения государства сложилась весьма специфическая деловая этика.

Для российской деловой этики во все времена важную роль играли отношения с властью. Власть является объектом непрекращающейся критики и современных деловых людей. На первое место среди незаконных хозяйственных действий власти традиционно ставится коррупция. Так, большинство мелких предпринимателей отмечают факты вымогательства со стороны чиновников. Сложилась даже своеобразная классификация способов ограбления предпринимателей: «мздоимство» – взимание платы за дополнительные бюрократические услуги; «лихоимство» – взимание платы за выполнение положенных обязанностей; «вымогательство» – взимание платы за преодоление искусственно созданных самим же чиновником препятствий. По оценкам специалистов в настоящее время от 35 до 45% прибыли мелкий бизнес должен тратить на подкуп чиновников.

Сама система законодательства, регулирующего хозяйственную деятельность такова, что потенциально каждый предприниматель может быть обвинен в каком-либо нарушении законов, либо по причине их незнания (законы меняются быстро, непредсказуемо и часто противоречат друг другу), либо их невы-

полнения (если буквально следовать законам, то предприятие должно разориться).

Важным элементом российской деловой культуры и этики является несоблюдение законов. Однако это происходит не по причине какой-то «врожденной испорченности», а потому что современные законы несовершенны и противоречивы, а также существенно ущемляют интересы деловых людей.

Беспомощность власти, а также алчность, безнаказанность некоторых ее представителей ведут к криминальным способам надзора за выполнением деловых обязательств, угрозам, применению силы, либо принуждению с помощью неформальных рычагов влияния, т.е. связей в государственном аппарате и деловой среде.

Напряженные отношения с властью отражаются и на отношении деловых людей к традиционной для России благотворительности. Сегодня это отношение весьма сдержанное. Причиной является, в первую очередь, налоговое законодательство, не поощряющее частную благотворительность. Кроме того, благотворительные траты привлекают внимание, как государства, так и бандитов.

Одной из наиболее острых этических проблем является необязательность в выполнении договоров. Большинство деловых людей жалуются на нарушения партнерами деловых обязательств.

Другой проблемой выступает опора российского делового человека в отличие от большинства западных стран - на «своих», а не на «на чужих». Постоянное балансирование на грани закона требует от деловых людей доверительных отношений. Деловые люди редко имеют дело с совершенно незнакомыми людьми. Большинство из них предпочитает привлекать родственников, друзей, знакомых и на этой основе формировать свою «команду». Привлечение «своих» способствует укреплению традиционного докапиталистического типа управления людьми, когда руководитель проявляет «отеческую заботу» о подчиненных в виде неформальной помощи, льгот и поблажек.

Рабочий день деловых людей достигает 11 часов в день при шестидневной рабочей неделе. Эта поглощенность работой вызвана как обычной для деловых людей всего мира мотивацией, так и недостатками организации труда.

В портрете российского делового человека существуют и такие отличительные черты:

подчеркнутое уважение к зарубежным партнерам, которые рассматриваются не только как источник средств, но и как символ престижа и признания;

относительно слабо выраженная религиозность;

высокий престиж образования, особенно когда речь идет об образовании для детей;

множественность «деловых этик», необходимых для отношений с партнерами, клиентами, чиновниками и подчиненными.

У делового человека России намечается, но пока еще недостаточно выражена, мотивация «человека - творца», самореализующегося, творчески решающего деловые проблемы, а также «человека - гражданина», выполняющего гражданский, патриотический долг перед своей страной и народом».

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. В чем, по Вашему мнению, заключаются нравственные принципы деятельности деловых людей современной России?

2. Какие проблемы в области деловой этики характерны для настоящего периода российской истории?

3. Какими, по Вашему мнению, должны быть основные нравственные принципы ведения дел в стране и регионе?

7. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

Цель изучения: познакомить учащихся с понятием и основными функциями профессиональной этики.

Задачи лекции:

- определить роль профессиональной культуры и профессиональной этики в обществе;
- показать историю возникновения профессиональной этики;
- познакомить с ролью прикладной этики в современном обществе;
- помочь разобраться в основных принципах профессиональной этики (на примере определенной профессии, например, предпринимателя, руководителя, преподавателя);
- определить основные принципы создания профессионально-этических кодексов.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Профессиональная культура, профессиональная этика, прикладная этика, профессионально-нравственный кодекс.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Профессиональная этика изучает особенности профессиональной морали, т.е. морали определенной профессии (например, врача, юриста, предпринимателя, руководителя), с точки зрения выделения и конкретизации общих нравственных принципов и норм, применительно к данной профессиональной деятельности.

2. В настоящее время в связи с развитием цивилизации, активным развитием науки, формированием единой мировой системы хозяйства, требования профессиональной этики становятся все более сложными. В профессиональной

морали усугубляется дифференциация норм нравственности в зависимости уже не просто от профессии, а от ее отдельных специализаций, а также идет процесс объединения норм морали близких по функциям профессий, которые объединены работой на единый конечный результат.

3. Профессиональная этика является одним из видов прикладной (практической) этики, новой отрасли этического знания, рассматривающей в большинстве «открытые» моральные проблемы, т.е. те, по которым нет единого мнения в общественном моральном сознании (смертная казнь, эвтаназия, аборты, трансплантация органов, терроризм, продажа оружия и т.п.).

4. Современная прикладная этика связана также с биоэтикой, экологической, социальной, компьютерной и космической этиками.

5. В современной России в рамках прикладной этики дискутируются этические проблемы гражданского общества, демократического общества, этики права и другие. Открытым остается вопрос о достойном моральном решении данных проблем.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Что включает в себя профессиональная этика?
2. Когда и зачем возникла профессиональная этика?
3. Что означает понятие «прикладная этика»?
4. Как соотносятся прикладная и профессиональная этики?
5. Назовите нормы профессиональной этики интересующей Вас профессии?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Прикладная этика и «закрытые» моральные проблемы (клонирование, генном человека, пересадка органов и т.п.).
2. Прикладная этика и этика гражданского общества.
3. Решение проблемы смертной казни в прикладной этике.

4. Профессиональная этика предпринимателя.
5. Профессиональная этика работника системы управления.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. **Профессиональная этика включает:**

- 1) Ценности.
- 2) Нравственные нормы, являющиеся основанием для поведения в той или иной профессиональной ситуации.
- 3) Символы.
- 4) Оценочные суждения.

2. **Профессиональная этика изучает:**

- 1) Особенности профессиональной морали, т.е. морали определенной профессии (врача, юриста, предпринимателя, руководителя и т. п.)
- 2) Моральные запреты.
- 3) Особенности морального поведения.
- 4) Нравственные ритуалы.

3. **Важнейшая функция профессиональной этики состоит:**

- 1) В воспитании человеческого в человеке.
- 2) В содействии успешному решению задач профессии.
- 3) В поиске нравственного идеала.
- 4) В развитии этики ненасилия.

4. **Профессиональная этика является одним из видов:**

- 1) Прикладной (практической) этики.
- 2) Этики ненасилия.
- 3) Этики удовольствия.
- 4) Этики пользы.

5. Прикладная этика рассматривает:

- 1) Нравственные проблемы личности.
- 2) Нравственные проблемы общества.
- 3) Нравственные проблемы государства.
- 4) «Открытые» нравственные проблемы, по которым нет единого мнения в общественном моральном сознании (смертная казнь, эвтаназия, аборты, трансплантация органов, терроризм, продажа оружия и т.п.).

6. В структуре прикладной этики выделяют:

- 1) Прагматическую, утилитарную, рациональную этики.
- 2) Экологическую, гражданскую, ситуативную этику.
- 3) Этику гедонизма и эвдемонизма.
- 4) Христианскую, мусульманскую, буддистскую этики.

7. К принципам профессиональной этики относятся:

- 1) Должное старание, избежание потенциальных или явных конфликтов.
- 2) Подчинение закону.
- 3) Ответственность и справедливость.
- 4) Благотворительность.

8. К принципам профессиональной этики относятся:

- 1) Подчинение долгу.
- 2) Самостоятельность.
- 3) Чувство стыда.
- 4) Точное исполнение профессиональных обязанностей.

9. В современной России в рамках прикладной этики дискутируются этические проблемы:

- 1) Гражданского общества, демократического общества, этики права и др.
- 2) Культуры поведения в обществе.

- 3) Логике морального языка.
- 4) Моды в России.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

10. Наиболее эффективная продолжительность служебного телефонного разговора:

- 1) 12 минут
- 2) 8 минут.
- 3) 4 минуты.
- 4) 15 минут.

11. Назовите выражение, которого следует избегать в деловом разговоре по телефону:

- 1) «Конечно...»
- 2) «Мы это сделаем...»
- 3) «Я постараюсь...»
- 4) «Подождите секундочку...»

12. Если в деловом разговоре по телефону ваш собеседник проявляет агрессивность, нужно:

- 1) Ответить ему в том же тоне.
- 2) Положить трубку.
- 3) Попросить его перезвонить другому коллеге.
- 4) Терпеливо выслушать, не прерывая разговора.

13. Существует понятие «не телефонный разговор». Что означает данное понятие?

- 1) Личный разговор, требующий встречи наедине.
- 2) Официальный разговор.
- 3) Дружеский разговор.

4) Нейтральный разговор.

14. Стол для делового приема накрывают белой скатертью, которая:

- 1) Достигает пола.
- 2) Не достигает пола на 5-10 см.
- 3) Не достигает пола на 50 см.
- 4) Не достигает пола на 80 см.

15. На деловом приеме официанты подходят к гостям:

- 1) С правой стороны.
- 2) С левой стороны.
- 3) Сзади.
- 4) Гости сами подходят к официантам.

16. Обслуживание гостей официантами начинается:

- 1) С почетного гостя.
- 2) С любого гостя.
- 3) С хозяина.
- 4) С хозяйки.

17. Приборы берут:

- 1) От центра к краю
- 2) От края к центру.
- 3) В любом порядке.
- 4) Просят подать прибор официанта.

18. Торжественный обед начинается:

- 1) С рыбного блюда.
- 2) С мясного блюда.
- 3) С супа.

4) С закусок.

19. Вначале угощение предлагают:

1) Хозяйке.

2) Хозяину.

3) Гостье или гостю, сидящим справа от хозяина.

4) Гостье или гостю, сидящим слева от хозяина.

20. Тарелки с угощением передают:

1) Направо от себя.

2) Налево от себя.

3) Напротив.

4) Назад от себя.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Разделитесь на две группы, сторонников и противников смертной казни. Приведите свою аргументацию.

2. Разделитесь на две группы, сторонников и противников клонирования. Приведите свою аргументацию.

3. Разделитесь на две группы, сторонников и противников эвтаназии. Приведите свою аргументацию.

4. Разделитесь на две группы, сторонников и противников аборт. Приведите свою аргументацию.

5. Разделитесь на две группы, сторонников и противников черного рынка в России. Приведите свою аргументацию.

6. Разделитесь на две группы, сторонников и противников суррогатного материнства. Приведите свою аргументацию.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Что включает в себя профессиональная этика?
2. Какие проблемы рассматривает прикладная этика?
3. Что означает понятие «профессионально-нравственный кодекс»?
4. Назовите известные вам профессионально-нравственные кодексы.

8. ЭТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Цель изучения: Раскрыть специфику этики руководителя.

Задачи лекции:

- определить особенности профессии руководителя;
- проанализировать этические основы деятельности руководителя;
- определить нормы профессионально-нравственного поведения руководителя.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, профессиональная этика руководителя, этика власти, культура управления.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Одним из видов профессиональной этики является этика руководителя.
2. Особенно важное значение для профессиональной этики руководителя имеет вопрос отношения руководителя к власти. Существует четыре расходящиеся между собой мнения по отношению к власти: крайнего пессимизма («абсолютная власть развращает абсолютно»); ограниченного пессимизма («любая власть может испортить человека, если только в нем уже есть порча, склонность к пороку», умеренного пессимизма («всякая власть поднимает человека над собой, способствует его возвышению»); радикального оптимизма («только власть обладает человечностью, ибо она в руках доброго человека дает уникальные возможности принести благо и счастье множеству людей»).
3. Этика использования власти включает в себя разграничение подчиненных (один начальствует над многими), а также их объединение, консолидацию в рамках общей воли, делового духа, реализации этой воли в делах.
4. Большая доля ответственности за неграмотное и неверное, неполное использование ресурсов власти ложиться на общественность. Этика власти

требует от общественности соблюдения следующих принципов: уважения самого института власти и законопослушания; понимания и восприятия потенциала каждого органа и субъекта власти, его программ и распоряжений; критики и давления снизу на органы власти, с тем, чтобы они лучше понимали насущные проблемы жизни, активнее организовывали дело, более ответственно выполняли должностные обязанности.

5. Современная наука управления знает пять основных форм власти: принуждение, вознаграждение, эталон, закон или традиция, харизма или сила личности. В настоящее время следует найти новые формы власти и использовать их для выявления новых психических и нравственных ресурсов людей (руководителей, работников, сотрудников, менеджеров, общественности).

6. Теория управления сегодня накопила много знаний и о типах управления. Существует управление по основаниям, по стимулам и по результатам. Но среди моделей управления все еще нет управления по общему благополучию, управления по критериям человечности. Сегодня важно ставить вопрос о развитии управления в этом направлении (*самоуправление, рефлексивное управление* и т.д.).

Главное в управлении – это задействовать глубинные факторы деятельности людей, их установки, культуру, этику, творческие элементы деловой и бытовой среды.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Назовите основные нормы этики руководителя.
2. Какие этические принципы, по Вашему мнению, должны лежать в основе административной этики?
3. Каковы этические принципы взаимоотношений с «трудным» руководителем?
4. Изложите свою точку зрения на соотношение этики и власти.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Этика управления.
2. Самоуправление и этика.
3. Нравственные принципы рефлексивного управления.
4. Этические принципы управления в трудном коллективе.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Для авторитетного руководства требуется:

- 1) Доскональное знание интересов подчиненных.
- 2) Соблюдение правила: здороваться со всеми подчиненными за руку.
- 3) Соблюдение правила: улыбаться своим подчиненным.
- 4) Аккуратность, организованность руководителя.

2. Авторитет руководителя наиболее зависит от:

- 1) Делового костюма.
- 2) Авторучки.
- 3) Речи.
- 4) Стола.

3. При общении с людьми руководитель должен придерживаться правила:

- 1) Запоминать имена подчиненных.
- 2) Быть в дружеских отношениях с подчиненными.
- 3) Критиковать подчиненных за промахи.
- 4) Уметь «стукнуть кулаком по столу».

4. Одно из важных качеств руководителя:

- 1) Уметь критиковать подчиненного за сделанный им промах.
- 2) Уметь использовать мимику и жесты в служебном разговоре.

- 3) Уметь выслушать людей.
- 4) Уметь красноречиво выступать на совещаниях.

5. Для авторитетного руководства не требуется:

- 1) Профессиональных знаний.
- 2) Организаторских способностей.
- 3) Знания всех сплетен о подчиненных.
- 4) Умения работать с людьми.

6. Правила этики служебных отношений для руководителя не содержат следующего правила:

- 1) Приказывай, но никогда не проси.
- 2) Улыбайся, будь вежлив и приветлив, поддерживай хорошее настроение у себя и окружающих.
- 3) Здоровайся, не скупись на проявление личного уважения к подчиненным, сотрудникам и партнерам.
- 4) Не путайся между «ты» и «вы».

7. Не существует такого правила этики служебных отношений для руководителя, как:

- 1) Терпеливо слушай и проявляй максимум доброжелательности к подчиненным.
- 2) Благодарю, но и взыскивай.
- 3) Пойми, запомни и помоги.
- 4) Преследуй за критику.

8. Руководитель должен обладать следующими качествами:

- 1) Быть коллективистом.
- 2) Быть индивидуалистом.
- 3) Быть хорошим организатором;

4) Обладать товарищескими качествами.

9. Большое значение в деятельности руководителя имеет:

1) Умение заставлять подчиненных делать по-своему.

2) Умение убеждать подчиненных.

3) Умение критиковать подчиненных.

4) Умение высмеивать подчиненных.

10. Теория управления сегодня накопила много знаний о типах управления. Но среди моделей управления все еще нет управления:

1) По основаниям.

2) По стимулам.

3) По критериям человечности.

4) По результатам.

11. Какое правило, соотносящее власть и мораль, не является нравственным:

1) Лишь тогда принимай в руки власть, когда научишься повиноваться.

2) Самая высшая власть – умение повелевать собою.

3) Всякую власть следует получать раньше, чем ожидаешь сам, а слагать раньше, чем ожидают другие.

4) Для того, чтобы получить власть, цель оправдывает любые средства.

12. Главное в управлении – это не задействовать:

1) Глубинные факторы деятельности людей, их установки и потребности.

2) Опору на нормы культуры и этики в широком смысле.

3) Творческие элементы поведения руководителя.

4) Постоянное давление на подчиненных.

13. С каким правилом, соотносящим власть и мораль, нельзя согласиться:

- 1) Всякая власть развращает абсолютно.
- 2) Власть может испортить человека, если только в нем уже есть порча, склонность к пороку.
- 3) Власть может поднимать человека над собой, способствовать его вышешению.
- 4) В руках доброго человека власть дает уникальные возможности принести благо и счастье множеству людей.

14. Этика использования власти не включает в себя:

- 1) Разграничение (один начальствует над многими).
- 2) Тесную дружбу начальника и подчиненных.
- 3) Объединение, консолидацию начальника и подчиненных в рамках общей воли, делового духа.
- 4) Реализацию общей воли в делах.

15. Большая доля ответственности за неграмотное и неверное, неполное использование ресурсов власти ложится на общественность. Этика власти не требует от общественности соблюдения следующего принципа:

- 1) Уважения самого института власти и законопослушания.
- 2) Понимания потенциала каждого органа и субъекта власти, его программ и распоряжений.
- 3) Полного и беспрекословного подчинения власти.
- 4) Критики и давления снизу на органы власти, с тем, чтобы они более ответственно выполняли должностные обязанности.

ПРОВЕРЬТЕ ЗНАНИЕ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА:

16. Основой норм этикета во все времена являлись нравственные принципы:

- 1) Деловитость и предприимчивость.
- 2) Прагматизм и рационализм.
- 3) Уважение к людям, вежливость и доброжелательность.
- 4) Индивидуализм и коллективизм.

17. Нравственная суть правил этикета сводится к следующему:

- 1) Необходимо отстаивать приоритет равенства.
- 2) Необходимо относиться к людям доброжелательно, с симпатией и человечностью.
- 3) Необходимо бороться против избыточного богатства.
- 4) Необходимо отказаться от вмешательства в частную жизнь.

18. Нравственная суть правил этикета сводится к следующему:

- 1) Нужно уважать в себе и других людях человеческую личность (уважать вкусы, традиции, образ мыслей, поведение других людей).
- 2) Нужно стремиться к обществу, где ценится человеческий капитал.
- 3) Нужно стремиться улучшать внешний мир, ощущая причастность к «общему делу».
- 4) Нужно стремиться к соборности, всеединству и всечеловечности.

19. Нравственная суть правил этикета сводится к следующему

- 1) Важно отстаивать человеческие права.
- 2) Важно применять нравственную заповедь: «добро должно быть с кулаками...».
- 3) Важно жить по долгу и совести.
- 4) Важно радовать других людей и себя как можно чаще, улыбкой добрым словом, отношением к ним.

20. Нравственная суть правил этикета сводится к следующему.

- 1) Важно верить в добро.
- 2) Важно отражать зло.

3) Важно воспитывать культуру своих чувств.

4) Важно распознавать подлинные ценности.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитайте текст. Какие этические принципы, по вашему мнению, должны лежать в основе этики руководителя?

«В основе этики руководителя должно быть:

обеспечение творческого стиля в управлении на всех уровнях;

внедрение системы стимулирования (поощрения работников не только за их профессионализм, но и за умение правильно взаимодействовать с партнерами);

своевременное предупреждение и разрешение конфликтов в коллективе.

В личном поведении руководитель должен быть примером для подчиненных и сотрудников. Он должен быть человеком высокой культуры поведения, владеющим знаниями и навыками в области этики деловых отношений.

Руководитель имеет и право на критику.

Этика профессионального поведения руководителя требует от него и специфических знаний и навыков. Руководитель должен владеть следующими способностями:

знать способы профилактики и устранения конфликтов;

уметь правильно вести деловую беседу, корректно и заинтересованно выслушивать собеседника;

владеть навыками критического разбора деятельности подчиненных и сотрудников. Не допускать ущемления личного статуса и чувства собственного достоинства критикуемого сотрудника (не критиковать сотрудников в присутствии третьих лиц, не подвергать разбору личные качества сотрудников);

уметь сочетать деловую активность с собственным отдыхом и отдыхом подчиненных;

вместе с подчиненными радоваться успехам и огорчаться неудачам, снимать перенапряжение, прерывать положительными эмоциями цепь стрессовых состояний».

2. Выберите из названных точек зрения ту, которая в наибольшей степени соответствует вашим представлениям об этике управления. Найдите контраргументы, направленные против двух других точек зрения.

Существует несколько отличающихся между собой точек зрения по данному вопросу:

позитивная (управление имеет дело с людьми, а для людей нет ничего важнее, чтобы с ними обращались по-человечески, т.е. этически, нравственно. Таким образом, этика управления – самое главное в управлении);

негативная (управление – это всегда насилие, доминирование воли одного или немногих над волями других, многих. Поэтому управление должно быть отнесено изначально к безнравственным явлениям, которые приходится терпеть в нашем несправедливо организованном мире);

нейтральная (в структуре этики существует профессиональная этика, прикладная этика, а кроме того и в философии есть особый раздел - практическая философия; управленец, менеджер – одна из многих профессий, значит этика управления – вид профессиональной этики).

3. Какие виды ресурсов используются в деятельности западных и российских руководителей? В литературе выделяется десять типов руководителей: задира, черепаха, боец, льстец, пессимист, всезнайка, сосредоточенный на себе, некомпетентный, лентяй, на чужом месте. Выскажите свое мнение о том, какие нравственные ресурсы не используют в достаточной мере отдельные типы руководителей.

Руководитель (менеджер) – это человек, который стоит в начале дела и потому в просторечии именуется начальником или «шишкой» (так волжские

бурлаки называли начальника в своей артели). Поскольку управление всегда связано с волевым воздействием, обязательно приводящим к материальному результату, то и нравственные ресурсы личности руководителя должны оцениваться с этой точки зрения.

Личность человека многогранна: в русском языке насчитывается около двух тысяч слов, используемых для называния и оценки качеств человека, и около 600 слов – для характеристики его моральных качеств.

Хотите ли Вы работать с руководителем, который «легко раздражается, импульсивен, как комок нервов, прибегает к бранным словам, обладает огненным темпераментом, эгоцентричен»? Именно так журнал «Форчун» характеризует самых жестких менеджеров в Америке. «Сонная муха», «кормилец себя за счет интересов трудового коллектива», «валютный насос, откачивающий ресурсы в свои карманы и карманы своей команды из нищего предприятия» - так называли и называют советских и современных российских хозяйственных руководителей.

Качества личности выстраиваются в определенную систему, структура которой зависит от темперамента, характера, ценностных приоритетов и жизненного опыта и его удачами, успехами, провалами, неудачами и испытаниями. Именно эти системы качеств в целом, т.е. признаки личности, оцениваются в приведенных выше характеристиках.

Активное отношение к себе, открытость для самоизменений, формирование программы активной перестройки своей личности, конструктивного преодоления внутренних конфликтов – способы реализации нравственного ресурса, способности к самоизменениям. Другой тип ресурсов – интеллектуально-нравственный, связанный с душевным здоровьем, способностью учиться, вырабатывая свои идеи и преодолевая чужие и свои ошибки в следовании интеллектуальной моде и т.д. Третий тип ресурсов – морально-волевой, связанный с закалкой и культивированием воли.

4. Какие из приведенных правил характерны для современного управления? Что лежит в основе правила, сформулированного Плутархом? Какие правила, морально дающие право руководить другими и широко применяемые в России, здесь не названы (сформулируйте или опишите 2-3 ситуации)?

Существует несколько апробированных практикой правил, узаконивающих право на власть отдельного лица:

- правило древнегреческого законодателя Солона: «Лишь тогда принимай в руки власть, когда научишься повиноваться»;
- правило римского философа Сенеки, воспитателя императора Нерона: «Самая высшая власть – умение повелевать собою»;
- правило римского политика и полководца Гнея Помпея: «Всякую власть следует получать раньше, чем ожидаешь сам, а слагать раньше, чем ожидают другие»;
- правило греческого историка Плутарха: «Даже самые маленькие погрешности кажутся большими, если обнаруживаются в поведении тех, кому доверена власть и поручены дела государства»;
- правило китайского мудреца Лао-Цзы: «Там, где властвуют великие мудрецы, подданные не замечают их существования; там, где властвуют невеликие мудрецы, народ бывает привязан к ним и хвалит их; там же, где властвуют еще меньшие мудрецы, народ боится их, а там, где еще меньшие, народ их презирает»;
- правило зам директора Московского кризисного центра для женщин М.Пискаловой: «Зачастую мужчины не столько нуждаются в физической близости со своей подчиненной, сколько стремятся продемонстрировать свою власть, и та, которая осмеливается возражать, становится врагом – ей объявляют войну не на жизнь, а на смерть. Женщина проигрывает подобное сражение практически всегда; даже обладая твердым характером, она выходит из него с серьезными моральными травмами и депрессиями. Поэтому необходимо избегать в служебных отношениях двусмысленных

выражений и легкомыслия. Следует учитывать также, что сексуальные домогательства в служебных отношениях наказываются по ст. 118. УК РФ лишением свободы до трех лет»;

– правило-заповедь средних американских компаний (вывешивается у входа в приемную): «Есть смысл позаботиться о шефе, ибо следующий может оказаться хуже нынешнего».

5. Кратко опишите правильные действия руководителя по отношению к любым двум типам аномального работника, руководствуясь двумя этическими принципами: а) руководитель не занимается воспитанием, а стремится наилучшим образом управлять сотрудниками; б) не навреди другому и себе.

Можно выделить 25 типов трудных работников:

1. **Самоуверенные.** Считают себя непогрешимыми, даже грешат не сомневаясь – «все правильно, мне и это можно»;

2. **Раздражительные.** Привыкли воспринимать все отношения с неприязнью, а любое слово руководителя для них буквально то же, что красная тряпка для разъяренного быка;

3. **Вечно нападающие.** Используют любой повод для агрессии, находя в схватке, часто завуалированной, смысл своей жизни;

4. **Ожесточенные.** Являются «эстафетной палочкой» неудачного менеджмента, перенося старые обиды на нового начальника;

5. **Страстно интригующие.** Прекрасно видят изъяны характера сотрудников и, пользуясь этим, плетут интриги и потому иногда в патологических группах бывают неформальными лидерами;

6. **Эмоциональные.** Любят «купаться» в своих чувствах, эмоционально и слишком резко реагируют на любые влияния со стороны других;

7. **Бесчувственные.** Их, напротив, невозможно вовлечь в эмоциональный контакт, они реагируют только на те сигналы, которые задевают лишь их личные интересы;

8. **Уклоняющиеся.** Искусно и, как правило, успешно избегают всяких поручений и заданий, занимаясь посторонними для дела проблемами;

9. **Радикалы.** Готовы по любому вопросу принимать одно, но самое радикальное решение, имеют резко выраженную склонность к крайним суждениям и рискованным действиям;

10. **Консерваторы.** В суждениях и действиях проявляют крайнюю осторожность и осмотрительность, ко всякому новому относятся с недоверием и критикой;

11. **Запуганные.** «Дети» агрессивного менеджмента, живут в состоянии постоянной неуверенности и страха;

12. **Льстивые.** Представляют собой либо естественный балласт, либо ракушки, покрывающие подводную часть корабля – команды управляющих;

13. **Неумные.** Они неглупы, но их интеллект ограничен по преимуществу рассудком и здравым смыслом, они склонны верить лишь тому, что можно «руками пощупать».

14. **Беспомощные.** Часто стремятся не потерпеть неудачу. Стараются изо всех сил и двигаются навстречу очередной неудаче;

15. **Сверхпокладистые.** Готовы согласиться со всем, что исходит из уст начальства и выполнить любую работу из «любви к чину» и уважению к дисциплине;

16. **Отчаянные пессимисты.** Заранее и до конца уверены в тщетности любых усилий, торжестве смерти и зла в мире;

17. **Всезнайки.** Имея немалую эрудицию, склонны упрощать проблемы и видеть их решение совершенно неверно;

18. **Нерешительные.** Неуверенность в своих силах или глубина, часто мнимая, видения проблем парализует их волю и заставляет без конца откладывать дело;

19. **Максималисты.** Считают, что усилия можно тратить, только следуя одному правилу – «все или ничего» (другой вариант «ничего, кроме победы»);

20. **Ленивые.** Работают недостаточно много, но им так не кажется, поскольку таков их жизненный ритм;

21. **Скрытные.** Любят делать другим сюрпризы, к работе относятся с благоговением, но могут и замышлять недоброе;

22. **Жалобщики.** Любят апеллировать в поисках справедливости к инстанциям, все влияния на них (жалобщиков) рассматривают с точки зрения предъявления претензий, привыкли к жесткому и длительному отстаиванию своих, а иногда и чужих прав;

23. **Ложные альтруисты.** Такие люди часто делают благодеяния другим людям, но не ради них, а ради чего-то другого;

24. **Лгуны.** Находят удовольствие в искажении фактов и дезинформации, среди них могут быть свои «мюнхаузены»;

25. **Молчуны.** Находят неприличной словоохотливость вследствие природной замкнутости или осознанно скрываемой личной тайны.

6. Назовите, какие ресурсы управления используются в каждой из приведенных стратегий? Какая из данных установок и стратегий вам ближе и почему? Могли бы Вы предложить свою, новую стратегию? Какие нравственные стратегии используются в случаях авторитарного, демократического и либерального стилей руководства?

«Приступая к любому делу, надо быть смелым, разумным и выносливым: смелым для того, чтобы его начать, разумным, чтобы его исполнить, выносливым, чтобы сохранить». Такой совет дал менеджер Драган Еремич. Хороший совет: надо, берясь за управление любой группой, набраться смелости встать в позицию управления по отношению к каждому члену группы, в том числе и к любому аномальному работнику. Когда группа выступает единой нравственной общностью по отношению к руководителю, как ему быть разумным, как исполнить дело?»

«Как из делового взаимодействия работников – самых разных и уникальных людей – складывается комфортный морально-психологический климат

коллектива предприятия, фирмы, учреждения? Можно ли этому способствовать, а еще лучше этим управлять?

Ища ответы на эти вопросы, руководители используют различные гуманистические установки и «человековедческие» стратегии, а именно:

классификацию сотрудников на три основных категории: управляемых, слабо управляемых и полностью неуправляемых. В соответствии с этой классификацией ставится задача – обеспечить максимальный деловой и человеческий контакт с первыми, а они в свою очередь втянут в общее дело вторых и частично третьих;

максимизацию конструктивных, добрых сил и минимизацию деструктивных, злых сил в коллективе. Для этого требуется не просто умение отличать добро от зла, но и чуткая совесть, а также тонкое знание людей. Это дает возможность вовремя и верно реагировать на бесконечно разнообразные морально-психологические, нравственно-деловые ситуации и обстоятельства;

поддержание базовых сил, жизненного тонуса коллектива на приемлемом деловом уровне. Для этого используют четыре правила нейтрализации отрицательных установок эгоистов с приятными эмоциями для себя и для них, сформулированные психологом В.Л.Леви:

1) Вникни в суть высказываний эгоиста, спрячь или максимально ослабь свои эмоции. Пойми его точку зрения и обстоятельства, поставь себя, ради себя же, на его место. Прояви к нему (эгоисту) неподдельный человеческий интерес, узнавая его вкусы, взгляды, пристрастия;

2) Создай в общении благоприятную атмосферу – улыбайся пошире и начинай контакт с «да». Сделай так, чтобы эгоист, обвиняя тебя, ломился в открытую дверь. Признавай: «Да, я не прав». Действуй по принципу – «пряник во что бы то ни стало». Дари ему все, что будет ему приятно, начиная со слов-подарков;

3) Не задевай самолюбия и не унижай, не обвиняй, не угрожай и не приказывай, а проси. Не хвались перед ним; не показывай, что он не интересен или противен тебе, а отказывая, извиняйся и благодари;

4) Возвысь его, хвали, хвали и хвали. Дай ему почувствовать себя значительным, ощутить свое превосходство. Сделай его своим другом, ибо враг-эгоист гораздо опаснее, чем эгоист-друг.

Чтобы эти правила не стали правилами воспитания в себе лицемерия и морального иезуитства, к ним необходимо добавить еще одно. Поскольку в каждом из нас немало эгоистического, надо научиться искренне, как моральные заповеди, выполнять все эти правила, тогда они станут правилами истинной человечности, поскольку эгоисты, ставшие друзьями, перестают – по законам нравственности – быть эгоистами;

стабилизацию проверенных **нравственных** параметров (**качеств**) малой деловой среды, коллектива;

отрицание самой задачи, когда считается, что судить людей за злодеяния и наказывать их за грехи – это дело Бога, а не человека».

«В этике управления действуют пять важных правил, сформулированных Н.М.Власовой:

1) Уважай людей, несмотря на любые их отклонения от желаемого уровня;

2) Признавай индивидуальные достоинства каждого;

3) Замечай любой положительный сдвиг в работе или поведении подчиненных;

4) Создавай в общении с людьми атмосферу открытости, доброжелательности, положительных эмоций;

5) Не задевай ни в каких случаях «болевые точки» людей, их уязвимые места и слабости».

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Назовите основные принципы и нормы этики руководителя.

2. Как работать с «трудным» руководителем?

3. В чем разница методов управления: по основаниям, по стимулам, по результатам, по критериям человечности и общему благополучию?

4. Как соотносятся власть и этика в России в настоящий период?

9. ЭТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Цель изучения: знакомство с этическими принципами в деятельности российских организаций.

Задачи лекции:

- назвать ориентиры социальной и моральной ответственности организации перед обществом;
- проанализировать этические нормы деятельности организации;
- показать роль и значение нравственной атмосферы в организации;
- познакомить с методами, способствующими улучшению нравственной атмосферы и морального климата в организации;
- помочь разобраться в направлениях этического консультирования в организации.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, моральная ответственность организации, моральный климат организации, нравственная атмосфера в организации, карты этики, комитет по этике, этическая экспертиза, этическое консультирование.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Одним из видов профессиональной этики является этика организации.
2. Регулирование моральных отношений в организации происходит при помощи этических норм, заключающих в себе моральные ценности и правила, которых должны придерживаться работники организации в своей деятельности.
3. Средством защиты норм этики от нарушения являются профессионально-нравственные кодексы организации, карты этики, комитеты по этике,

этические экспертизы, этическое консультирование, общественное мнение организации, суды чести.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Какова роль этики в организации?
2. Какими методами производится оценка моральной атмосферы в организации?
3. Как можно регулировать моральный климат в организации?
4. Что должно способствовать улучшению морального климата в современных российских организациях?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Формирование этического кодекса организации.
2. Этика трудовых отношений в российской организации.
3. Кодекс корпоративной этики Тюменского государственного университета.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Организации несут ответственность перед обществом и должны действовать в таких сферах, как:

- 1). Глобальная политика.
- 2) Гражданские права, защита интересов потребителя.
- 3) Международная политика.
- 4) Международный менеджмент.

2. Обществу безразлично, по каким нравственным правилам действуют организации, поэтому все острее встает вопрос о:

- 1). защите частных интересов организации.

- 2) Этике организации.
- 3) Прибыли и сверхприбыли организации.
- 4) Конкурентоспособности организации.

3. К примерам неэтичного ведения дел в организации относится:

- 1) Конкурентная борьба, оттесняющая этические соображения.
- 2) Сокращение работников.
- 3) Отсутствие коллективного принятия решений.
- 4) Увеличение бюрократического аппарата.

4. Этикой организации запрещаются:

- 1). Деловые подарки.
- 2) Вымогательства.
- 3) Премии.
- 4) Взаимные услуги.

5. Нормы морали в организации запрещают:

- 1) Знакомство окружающих со стажем работы члена коллектива.
- 2) Дискриминацию работников по полу, религии, возрасту.
- 3) Знакомство окружающих с возрастом члена коллектива.
- 4) Знакомство окружающих с семейным положением члена коллектива.

6. Запрету в организации подлежат:

- 1) Замечания.
- 2) Смех.
- 3) Шутки.
- 4) Сексуальные домогательства.

7. Первые этические кодексы организаций появились:

- 1) В России.

- 2) Во Франции.
- 3) В США.
- 4) В Китае.

8. Первые этические кодексы организаций появились:

- 1) В XIX веке.
- 2) В XX веке.
- 3) В XXI веке.
- 4) В XVI веке.

9. Первыми инициаторами и авторами этических кодексов организаций были:

- 1) Служащие организаций.
- 2) Представители высшего управленческого персонала.
- 3) Работники кадровых служб организаций.
- 4) Работники, обслуживающие организации.

10. Этические кодексы организаций в такой стране как США имеют:

- 1) 90% крупных компаний.
- 2) 50% крупных компаний.
- 3) 30% крупных компаний.
- 4). 10% крупных компаний.

11. Среди этических кодексов, создаваемых в организациях, можно выделить:

- 1) Коммерческие.
- 2) Профессионально-нравственные.
- 3) Народные.
- 4) Межпланетные.

12. Этика трудовых отношений в российской организации должна предполагать их оценку с помощью понятий:

- 1) Счастливо – несчастливо.
- 2) Справедливо – несправедливо.
- 3) Хорошо – плохо.
- 4) Педагогично – непедагогично.

13. Этику трудовых отношений в российской организации нельзя оценивать с помощью понятий:

- 1) Выгодно – невыгодно.
- 2) Гуманно – негуманно.
- 3) Нарушение прав – защита прав.
- 4) Человечно – бесчеловечно.

14. Для поддержания нормального морально-психологического климата в организациях создаются:

- 1) Карты этики.
- 2) Тетради этики.
- 3) Комнаты этики.
- 4) Управления по этике.

15. В организациях проводятся:

- 1) Этические экспертизы.
- 2) Этические встречи.
- 3) Этические разговоры.
- 4) Этические вечера.

16. В организациях существуют такие трудные работники, как:

- 1) Самоуверенные, раздражительные, часто нападающие.
- 2) Оптимистичные.

- 3) Рациональные.
- 4) Разумно эгоистичные.

17. Золотое правило нравственности гласит:

- 1) Добро должно быть с кулаками.
- 2) Больше улыбайся.
- 3) Всегда поступайте так, как вы хотели бы, чтобы другие поступали с вами.
- 4) Родство – дело святое.

18. Действенным средством защиты норм этики в организации может быть:

- 1) Решение руководителя.
- 2) Решение собрания.
- 3) Суд чести.
- 4) Отдел кадров.

19. Аморальными действиями российского работодателя становятся тогда, когда:

- 1) Он привносит агрессивность в трудовые отношения.
- 2) Он делает замечание подчиненному.
- 3) Он опаздывает на совещание.
- 4) Он недостаточно благожелателен.

20. Аморальными действиями российского работодателя становятся тогда, когда:

- 1) Он забывает поздороваться, встретив подчиненного на улице.
- 2) Он создает опасные для здоровья подчиненных условия труда.
- 3) Он встречает подчиненных без улыбки.
- 4) Он лишает подчиненного премии за невыполнение задания.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитайте текст и ответьте на вопрос, соблюдаются ли моральные нормы в деятельности Вашей организации? Если нет, то когда и в чем? Поясните свой ответ.

В условиях становления рыночных отношений в нашей стране соблюдение моральных норм в деятельности организации во многом зависит от работодателя. Нередко в погоне за прибылью его действия, к сожалению, бывают аморальными. Безнравственные действия российского работодателя могут заключаться в следующем:

в непризнании прав наемного работника и неисполнении по отношению к нему своих прямых обязанностей;

в привнесении агрессивности в трудовые отношения;

в сохранении опасных для здоровья условий труда;

в низком уровне организации труда;

в отказе от управления дисциплиной;

в страхе как основном методе управления нанимаемыми работниками;

в управлении наемными работниками посредством произвола;

в унижении чести и достоинства человека, его деловой репутации;

в необъективном отношении к человеку;

в нарушении трудового законодательства и др.

2. Какие из перечисленных ниже видов моральных отношений наиболее развиты в Вашей организации?

Все ведущие корпорации мира в настоящее время уделяют большое внимание вопросам нравственности. Однако в организациях нашей страны сегодня действуют три вида моральных отношений: советские, «дикого рынка» и собственно рыночные.

Моральные отношения советского периода проявляются тогда, когда в организациях стараются сохранить такие моральные принципы как взаимная выручка, взаимопомощь, солидарность, бескорыстное поведение, товарищество, равная оплата за равный труд и др.

Мораль «дикого рынка» – это отношения произвола, законов силы, отсутствия справедливости. «Дикому рынку» присущи спекулятивные, грабительские тенденции, паразитизм, хищническая эксплуатация наемного труда, стремление к наживе любой ценой, безразличие к людям, антагонизм по отношению к производителю. Подобные отношения возможны лишь тогда, когда в обществе еще не установились справедливые, демократические принципы.

Мораль развитого рынка основана на убеждении, равенстве прав, уважении личности работника.

3. С помощью каких нравственных понятий должна производиться оценка этики трудовых отношений в российской организации?

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Какие меры могут способствовать улучшению морального климата в российской организации?

2. Какова роль этических кодексов в улучшении моральной атмосферы в организации?

3. Какова роль руководителя в улучшении моральной атмосферы в организации?

10. ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель изучения: раскрыть содержание этики предпринимательства, познакомить слушателей с ее историей и особенностями в настоящий период.

Задачи лекции:

- определить основы этики предпринимательства;
- показать историю становления этики предпринимательства на Западе и в России;
- показать нарушения этики предпринимательства в мире и современной России;
- познакомить учащихся с возможностями возрождения и развития этики предпринимательства в нашей стране.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННОЙ ТЕМЕ

Мораль, этика, профессиональная этика, профессиональная этика предпринимателя.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМЕ

1. Этика предпринимательства – вид профессиональной этики, учение о целях, ценностях, принципах и нормах предпринимательской деятельности.
2. Основная цель этики предпринимательства – сформулировать основные нормативы, корпоративные правила и профессиональные кодексы поведения на разных уровнях и этапах ведения бизнеса.
3. Возрождению и развитию этики предпринимательства в России, а также и этики коллективного служения и успеха общества в целом, может помочь реконструкция самобытных образов культуры, связанных, в том числе, с выдающимися предпринимателями страны и региона, реставрация, сохранение и охрана созданных ими нравственных ценностей, передача их новым поколениям.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. В чем состоит суть этики предпринимательства?
2. Назовите основные этические принципы, которыми руководствовался «экономический человек» на Западе?
3. Назовите основные этические принципы, которыми руководствовался «человек-хозяин» в дореволюционной России?
4. Какие нарушения в этике предпринимательства наиболее болезненны для современной России?
5. В чем, по Вашему мнению, должно заключаться возрождение и развитие этики предпринимательства в России?

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Нравственные принципы в деятельности современного российского предпринимательства.
2. Ценностные ориентации западносибирского предпринимательства прошлого и настоящего.
3. Предпринимательство в регионе: формирование, особенности, этика.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Этика предпринимательства основана на:

- 1) Ценностях и нормах предпринимательской деятельности.
- 2) Основных задачах предпринимательской деятельности.
- 3) Профессиональных особенностях предпринимательской деятельности.
- 4) Основных направлениях предпринимательской деятельности.

2. Основная цель этики предпринимательства:

- 1). Удовлетворять потребности потребителя.

2) Способствовать развитию экономической жизни общества.

3) Формулировать основные нормы, правила, принципы профессии предпринимателя.

4) Учить, как добиваться успеха в бизнесе.

3. Впервые проблема социальной ответственности предпринимателя была остро поставлена:

1) Ф.Ницше.

2) М.Вебером.

3) К.Марксом.

4) В.Лениным.

4. В конце XIX - начале XX в. веке господствующим типом предпринимателя на Западе стал:

1) Купец.

2) Банкир.

3) Экономический человек.

4) Финансовый деятель.

5. Деятельность «экономического человека» основана на этике:

1) Гуманизма.

2) Долга.

3) Совесть.

4) Успеха.

6. В XX веке нравственные искания Запада, апеллирующие к частному успеху, где победу одерживает сильнейший, привели его на путь:

1) Экономики.

2) Хозяйства.

- 3) Политики.
- 4) Социальной защиты.

7. В XX веке основными параметрами западного хозяйства стали:

- 1) Бюджетные показатели.
- 2) Стоимостные показатели.
- 3) Кредиты.
- 4) Расходы.

8. В XX веке на Западе все явления культуры (в том числе, хозяйственной):

- 1) Стали активно развиваться.
- 2) Стали активно потребляться.
- 3) Стали регрессировать.
- 4) Стали превращаться в товар и приобрели форму меновой стоимости.

9. В XX веке на Западе произошло очищение хозяйственной культуры от нравственных ценностей, путем их тотальной:

- 1) Криминализации.
- 2) Утилизации.
- 3) Коммерциализации.
- 4) Монетизации.

10. Следует отметить, что и сегодня часть российских ученых навязывает обществу не традиционную для России этику служения, а западную:

- 1) Этику предпринимательства.
- 2) Профессиональную этику.
- 3) Прикладную этику.
- 4) Этику успеха.

11. В настоящее время в западном обществе доминирует:

- 1) Моральная функция.
- 2) Экономическая функция.
- 3) Психологическая функция.
- 4) Экологическая функция.

12. В последнее время в западной науке речь идет о традиционных ценностях, о необходимости возвращения:

- 1) К социалистическому обществу.
- 2) К коммунистическому обществу.
- 3) К обществу доверия и «человеческого капитала».
- 4) К феодальному обществу.

13. В последнее время в западной науке речь идет об этике:

- 1) Солидарности и гражданской взаимопомощи.
- 2) Прикладной.
- 3) Утилитаризма.
- 4) Прагматизма.

14. «Экономического человека» на Западе постепенно сменяет:

- 1) «Биологический человек».
- 2) «Технологический человек».
- 3) «Исторический человек».
- 4). «Физический человек».

15. В основе русской духовной культуры находятся ценности:

- 1) Софийности, всеединства и всечеловечности.
- 2) Справедливости и ответственности.
- 3) Долга и совести.
- 4) Свободы и солидарности.

16. «Экономический человек» поклоняется:

- 1) Духовным ценностям.
- 2) Экологическим ценностям.
- 3) Социальным ценностям.
- 4) Ценностям предметного, материального мира.

17. Фактом сознания «экономического человека» стал товарный и особенно денежный фетишизм. Главным фетишем современности выступает:

- 1) Евро.
- 2) Фунт.
- 3) Рубль.
- 4) Доллар.

18. Возрождению и развитию этики предпринимательства в России, а также и этики коллективного служения и успеха общества в целом, может помочь

- 1) Развитие правовой культуры населения.
- 2) Поощрение предпринимательской деятельности.
- 3) Реконструкция самобытных образов культуры, связанных с предпринимателями России.
- 4) Общественный прогресс.

19. В основе этики российского предпринимательства прошлого и позапрошлого века была такая ценность, как:

- 1) Служение.
- 2) Успех.
- 3) Свобода.
- 4) Честность.

20. Важной нравственной чертой этики предпринимательства выступает:

- 1) Гармония в отношениях с природой.
- 2) Использование ренты.
- 3) Конкуренция.
- 4) Ограничение потребления.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Социологические исследования выявили, что большая часть населения России относится к рынку положительно, однако к носителям рыночных отношений - банкирам, крупным и средним предпринимателям – отрицательно. Как Вы понимаете сложившийся в современной России парадокс?

2. Являются ли современные российские предприниматели носителями этика служения? Напишите эссе на данную тему.

3. Прочитайте отрывок из работы ученого-экономиста, академика Д.Львова. Согласны ли Вы с автором? Аргументируйте свою позицию.

«Наша рыночная экономика удивительным образом отличается от нормальной рыночной экономики. В нормальной рыночной экономике расширение масштабов приватизации сопровождается повышением эффективности производства – растет его рентабельность, увеличивается инвестиционная привлекательность, повышается конкурентоспособность выпускаемых товаров или оказываемых услуг.

Опыт российской экономики свидетельствует об обратном. Вместо расширения масштабов выпуска продукции, роста эффективности производства, сплошь и рядом производство сокращается, увеличивается число убыточных предприятий.

Часть предприятий фактически уничтожена либо оказалась под угрозой уничтожения после того, как их акции были скуплены криминальным бизнесом с единственной целью – завладеть производственными зданиями и земельными участками.

Сокращение бюджетных расходов вызывает волну неплатежей, замерзают поселки и города, возрастают объемы так называемых веерных отключений электроэнергии. Останавливаются предприятия.

Соответственно уменьшается налогооблагаемая база, а вместе с ней и поступления доходов в бюджеты всех уровней. Увеличивается реальный дефицит бюджета.

Достаточно большие доходы аккумулируются в стабилизационном фонде. Однако в нашей стране средства Стабфонда не рассматриваются как источник развития внутреннего рынка и отечественного производства...

Вмешательство государства в экономику за годы реформ не только не ослабло, а усилилось. При этом, оно приобрело новые, более уродливые формы: усиление чисто властных рычагов давления на экономику – через налоговый пресс, манипуляции с расходными статьями бюджета; расширение перераспределительных функций путем изъятия и передачи финансовых ресурсов отдельным регионам – как средство более жесткого привязывания последних к политике, проводимой центром; прямое участие в разборках между противоборствующими экономическими группировками «новых собственников» и т. д.

Но в экономическом и правовом смысле государство бесконечно ослабло. Оно стало поспешно уходить из тех сфер экономики, в которых при переходе к рыночной экономике его функции как раз должны были бы заметно усиливаться. Государство фактически устранилось от планомерного использования своих прав собственности на находящееся в его распоряжении имущество, чем вызвало вал криминализации в экономике.

Государство ослабило ответственность по своим долговым обязательствам и займам, прежде всего перед населением, за выполнение государственных заказов, по своевременной выплате заработной платы, пенсий и пособий, за платежную дисциплину.

В результате был открыт доступ в экономику криминальным структурам, превратившим ее в своеобразный конгломерат мафиозных структур и группировок.

Вывод: Очевидно, что в результате проведенных реформ получился не рынок, а квазирыночный гибрид, вобравший черты как директивной, так и рыночной экономики.

Не удивительно, что реформы в России «захлебнулись». В результате большие ожидания людей оказались напрасными; все отчетливее стали проступать признаки социальной апатии и разочарования.

Мы оказались абсолютно не подготовленными к этому неожиданному феномену сохранения всех старых проблем в новых обличиях.

Выход из этой критической ситуации только один – создание мощного фундамента сдерживающих общество нравственных аксиом по типу и в развитие основополагающих заповедей Бога нашего Иисуса Христа. Только на этой основе может быть выстроено здание социально справедливой и эффективной экономики.

В этой связи хотелось подчеркнуть: каков бы ни был по своему генезису правящий режим, в его интересах помнить и реализовывать важнейший этический принцип – «относись к другим так, как ты бы хотел, чтобы к тебе относились другие...»

Игнорирование нравственных принципов в рыночной экономике приводит к нарушению равновесия между социальными инвариантами в общественном укладе. А это, в свою очередь, создает трудно преодолимые препятствия для нормального воспроизводства человеческого капитала, разрушает нравственное здоровье нации, резко усиливает социальное расслоение общества, замедляет экономический рост и создает зримые предпосылки смены эволюционного развития общественного уклада на революционный.

Есть основания полагать, что нравственная экономика и по эффективности не будет уступать современной».

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Назовите основные принципы и нормы этики предпринимательства на Западе.
2. Назовите основные принципы и нормы этики предпринимательства в дореволюционной России.
3. Назовите основные принципы и нормы этики предпринимательства в современной России.

ПРАКТИКУМ. Раздел II.

Особенности и проблемы этикета в деловом мире.

Особый акцент в данном разделе практикума (который более подходит для семинарских занятий) сделан на соотношении этикета и морали. Выявлены особенности этикета как феномена культуры. Большое внимание уделяется соотношению современного европейского этикета и современного российского этикета. Рассматриваются также такие вопросы как роль этикета в российской деловой культуре, сущность и основные характеристики имиджа российского делового человека, этикет и культура невербального общения, особенности этикета при деловых переговорах, основные правила этикета на службе и на официальных мероприятиях.

Цель изучения: познакомить студентов с понятием этикета и его основными функциями в деловом мире.

Задачи семинаров:

- определить роль этикета в деловом мире;
- выявить критерии поведения в деловом мире, соответствующие правилам этикета;
- познакомить слушателей с сущностью и основными чертами имиджа российского делового человека;
- раскрыть особенности метода принципиальных переговоров;
- показать специфику невербального общения;
- определить правила этикета на службе;
- определить правила этикета на официальных мероприятиях.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДАННЫХ ТЕМАХ

Этикет, этикет в деловом мире, манеры, имидж, невербальное общение, деловые переговоры, этикет на службе, этикет на официальных мероприятиях.

ВЫВОДЫ ПО ТЕМАМ

1. Под этикетом понимается совокупность правил поведения, касающихся внешних сторон отношения к людям. Этикет включает правила обхождения с окружающими, поведение в общественных местах, формы обращения и приветствия. Основой норм этикета являются нравственные принципы: гуманизм, уважение к людям, вежливость, тактичность, доброжелательность.

2. Понятие этикета нередко смешивается с понятиями «эстетика поведения», «хороший тон», «манеры», «имидж» и т.п. Такое смешение понятий не случайно, т.к. исторически этикет включал в себя не только моральные, но и неморальные аспекты поведения.

3. Этикет в деловом мире регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей. Этикет в целом следует рассматривать как составную часть нравственной культуры, а деловой этикет – деловой культуры.

5. Этикет у разных народов различен и несет в себе национально-культурные особенности. Нормы этикета носят «согласительный» характер, т.е. этикет определенного народа как бы предполагает соглашение о том, что считать в поведении человека приемлемым, а что неприемлемым. Имеют свою собственную историю и российский этикет.

6. Под имиджем (от англ. образ) понимают сформировавшийся образ делового человека, в котором выделяются черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими. Для привлекательного имиджа важна манера одежды, культура речи, интерьер офиса, магия обаяния. Имидж – результат умелой ориентации в конкретной ситуации, правильного выбора модели поведения.

7. Наряду с вербальными (словесными) средствами общения большую роль играют невербальные (несловесные) средства общения. Традиционно к

невербальным средствам общения относят движения тела, интонации голоса, тактильное воздействие и др. Значимыми являются зрительно воспринимаемые движения собеседника, мимика, жесты, взгляд, походка.

8. Основой деловой жизни являются переговоры. Метод, называемый «методом принципиальных переговоров», выступает универсальной стратегией достижения деловых целей. Основные секреты деловых переговоров заключаются в следующем: не следует вести деловых споров; дружелюбное отношение к партнерам – не выход из положения на переговорах; альтернативное решение всегда существует. Знание и соблюдение данных правил позволяет деловому человеку чувствовать себя уверенно в любых ситуациях повседневного, делового и международного переговорного общения.

9. Служебный этикет включает в себя умение вести телефонный разговор, правила написания деловых писем, правила поведения на работе, искусство делать комплименты в деловом мире, особенности внешнего поведения руководителя и т.п.

10. Для развития и укрепления контактов в деловом мире большое значение имеют разного рода официальные приемы. Их устраивают по случаю праздников, годовщин, юбилеев, приезда официальных делегаций, выставок, ярмарок, презентаций, конференций, в связи с подписанием соглашений и договоренностей. Неофициальная обстановка помогает установлению прочных деловых связей. Приемы подразделяются на дневные и вечерние, с рассадкой и без рассадки за столом.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Что такое этикет?
2. Опишите различные подходы к соотношению этикета и морали?
3. Какова история российского этикета?
4. Что включает в себя эффективная модель делового поведения ?
5. Какие виды визитных карточек используются в деловых отношениях?

6. Какие виды невербальных коммуникаций вы знаете?
7. Какая дистанция между субъектами делового общения является оптимальной?
8. Какое положение за столом является оптимальным для участников деловых переговоров?
9. Какую роль играет «человеческий фактор» на деловых переговорах?
10. Перечислите основные требования к деловому разговору по телефону.
11. Какие виды делового телефонного разговора принято выделять?
12. Какие правила существуют для написания деловых писем?
13. Определите роль комплимента в деловом мире.
14. Назовите основные этикетные нормы деятельности руководителя.
15. Сформулируйте общие этикетные требования, предъявляемые к подготовке и проведению официальных приемов.
16. Перечислите основные виды деловых подарков в России и других странах мира.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И СООБЩЕНИЙ

1. Когда и зачем возник этикет.
2. Основные характеристики имиджа делового человека.
3. Рекомендации для деловой женщины (особенности делового поведения и делового имиджа).
4. Принципиальные переговоры.
5. Этикет в деятельности государственных служащих.
6. Правила общения на деловых приемах?

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (проверьте себя)

1. Осуществляя подбор костюма, деловой человек не должен:

- 1) Соблюдать единство стиля, заботиться о соответствии костюма конкретной ситуации.

2) Стремиться к разумной минимизация цветовой гаммы («правило трех цветов»), сопоставимости цветов в цветовой гамме.

3) Заботиться о совместимости фактуры материала и сопоставимости характера рисунка в различных элементах одежды.

4) Стремиться к подбору максимально дорогих аксессуаров (обуви, папки для бумаг, делового портфеля, авторучки).

2. Невербальные средства общения не включают:

1) Движения тела, интонации голоса,

2) Тактильное воздействие, зрительно воспринимаемые движения собеседника.

3) Высказывания собеседника.

3) Мимику, жесты, взгляд, походку.

3. Блюда во время делового обеда сначала выбирает:

1) Любой из приглашенных на торжество.

2) Мужчина.

3) Женщина.

4) Официант.

4. Заказ делает:

1) Официант.

2) Мужчина.

3) Женщина.

4) Любой из приглашенных на торжество.

5. Если гости приглашены в кафе или ресторан:

1) Пригласивший предлагает те или иные блюда и напитки и делает заказ.

- 2) Гости сами выбирают блюда и делают заказ.
- 3) Гости сами выбирают блюда, но заказ делает пригласивший.
- 4) Пригласивший делает заказ, не предлагая гостям блюд и напитков.

6. Нередко в переговорах их участники допускают серьезные просчеты в области:

- 1) Деловых споров.
- 2) Преждевременных суждений.
- 3) Поиска общих интересов.
- 4) Нахождения критериев для урегулирования проблемы.

7. К приемам, стимулирующим общение на переговорах, помогающим плодотворно вести переговоры не относится:

- 1) Убедительность аргументов.
- 2) Условное принятие доводов оппонентов, использование фраз «допустим, вы правы», «предположим, что это так», оставляющих пространство для маневра.
- 3) Использование возражений (противоборство в общении, поиск уязвимых мест, критику доводов оппонентов).
- 4) Обращение за советом, которое льстит оппоненту и создает у него приятное ощущение, что он оказывает партнеру любезность.

8. К приемам, стимулирующим общение на переговорах, помогающим плодотворно вести переговоры можно отнести:

- 1) Копирование жестов, голоса, стиля общения собеседника.
- 2) Вовлечение оппонента в совместную выработку решения» (для многих людей процесс поиска решения не менее важен, чем конечный результат).

- 3) Сомнение в доводах партнера.
- 4) Принуждение к разговору, отсутствие деликатности в общении.

9. Назовите прием, который не следует использовать в переговорном процессе, поскольку он вызывает конфронтацию сторон, порождает сомнения в сказанном:

1) Использование категоричных высказываний (например, выражений «всегда», «никогда» и др.).

2) Использование «позитивных» вопросов (фраз «вас ведь не затруднит это сделать?» или «не затруднит ли вас это сделать?»).

3) Использование высказываний, в основе которых не Я, а Мы («мы с вами, безусловно, вместе в этом заинтересованы»);

4) Использование приема, утверждающего значимость своей позиции («Вы постоянно меня перебиваете» или «Когда вы меня перебиваете, я сбиваюсь с мысли, мне бывает очень трудно сосредоточиться на главном и довести мысль до конца»).

10. Назовите выражения, которых следует избегать в деловом разговоре при общении по телефону:

- 1) «Здравствуйте», «Мы рады вас слышать».
- 2) «Очень хорошо».
- 3) «Для Вас имеет смысл», «Лучше всего было бы».
- 4) «Я не знаю», «Мы не сможем этого сделать».

11. Назовите выражения, которых следует избегать в деловой беседе по телефону:

1) «Для вас имеет смысл...» или «Лучше всего было бы...».

2) «Для того. Чтобы найти нужную информацию, может потребоваться несколько минут. Вы подождете?».

3) «Нет».

4) «Большое спасибо».

12. Полный телефонный разговор включает обязательные последовательные фразы (назовите ненужные фразы):

1) Приветствие, взаимное представление.

2) Сообщение о цели звонка, обсуждение существа проблемы или переадресация разговора.

3) Обсуждение сотрудников.

4) Подведение итогов, выражение признательности, прощание.

13. При представлении необходимо спросить предварительно разрешения на это:

1) У того, кому представляют.

2) У того, кого представляют.

3) У окружающих.

4) У хозяев.

14. Может ли мужчина сам представиться женщине, находящейся в обществе другого мужчины:

1) Может.

2) Не может.

3) Может лишь в том случае, если он предварительно познакомится с ее спутником.

4) Другой ответ.

15. Если встречаются две пары, то сначала:

1) Женщины подают руки мужчинам, затем женщины и мужчины здороваются между собой.

2) Женщины и мужчины здороваются между собой, затем женщины подают руки мужчинам.

3) Мужчины подают руки женщинам, затем женщины и мужчины здороваются между собой.

4) Женщины и мужчины здороваются между собой, затем мужчины подают руки женщинам.

16. Во время служебного разговора:

1) Нельзя перебивать собеседника ни в коем случае.

2) Извинившись, можно перебить собеседника, если у вас возник вопрос.

3) Можно, извинившись, перебить собеседника лишь в тех случаях, если он значительно отклонился от темы разговора.

4) Другой ответ.

17. Для рабочего гардероба деловой женщины предпочтительнее:

1) Платье.

2) Костюм с юбкой.

3) Брюки.

4) Шорты или бриджи.

18. Рекомендуемые цвета рабочего костюма деловой женщины:

1) Зеленый, красный, голубой.

2) Сиреневый, фиолетовый, розовый.

3) Оранжевый, желтый, золотистый.

4) Синий, коричневый, серый.

19. На вечерние приемы деловой женщине рекомендуется одевать:

- 1) Деловой костюм.
- 2) Брюки.
- 3) Нарядное вечернее платье.
- 4) Шорты или бриджи.

20. На запястье деловой женщины должны быть:

- 1) Часы.
- 2) Запястья деловой женщины должны быть свободными.
- 3) Браслеты.
- 4) Узоры.

ЗАДАЧИ И УПРАЖНЕНИЯ

1. Прочитав текст, перескажите, как должна проходить подготовка к деловым переговорам. Какие стадии включает в этот процесс?

Особого внимания требует подготовка к переговорам. На стадии их анализа необходимо просто собрать информацию, поставить диагноз ситуации, обратить внимание на варианты, уже готовые для обсуждения, разобраться в критериях, предложенных в качестве основы для достижения договоренности.

На стадии планирования переговоров необходимо обдумать идеи и найти решения, определить, что можно предпринять.

На стадии дискуссий, когда стороны общаются друг с другом, необходимо осознать, каковы интересы другой стороны. В дискуссиях требуется концентрация внимания на базовых интересах, на удовлетворяющих обе стороны вариантах и справедливых критериях, в результате которых приходят к разумному соглашению.

Неспособность относиться к другим как к личностям с их особенностями может негативно отразиться на переговорах. Чем бы вы не занимались в любой

момент переговоров, начиная с подготовки к ним и далее, стоит спрашивать себя: «Достаточно ли я уделяю внимание человеческому фактору».

К основным приемам, стимулирующим переговорное общение, помогающим продолжить его, даже если позиции партнеров не совпадают, можно отнести:

убедительность аргументов («важно быть честным и открытым, а не казаться им»);

«условное принятие доводов оппонентов» (использование фраз «допустим, вы правы», «предположим, что это так», оставляющих пространство для маневра);

«оттягивание возражений» (позволяет уйти от противоборства в общении, больше узнать об уязвимых местах доводов оппонентов, чтобы при необходимости сделать их объектом для критики);

«обращение за советом» (это льстит оппоненту и создает у него приятное ощущение, что он оказывает партнеру любезность);

«настройка на волну оппонента» (фразы «я такой же, как вы», копирование жестов, голоса, стиля общения собеседника);

«вовлечение оппонента в совместную выработку решения» (для многих людей процесс поиска решения не менее важен, чем конечный результат);

«отступить, чтобы победить» (если хотите убедить собеседника в чем-либо, дайте ему почувствовать, что убедить можно и вас, изобразите легкое сомнение);

«использование метода Сократа» (с самого начала беседы не давайте собеседнику повода сказать «нет», издали подходите к теме основного разговора и принуждайте партнера отвечать «да». При этом следует избегать агрессивного принуждения и приносить деликатность в общение);

«избегание категоричных высказываний» (высказывания типа «всегда», «никогда» провоцируют конфронтацию, порождают сомнения в сказанном.

Лучше использовать более мягкие варианты «очень часто», «иногда», «в большинстве случаев», «крайне редко» и т.п.);

«использование «позитивных» вопросов» (фразами «вас ведь не затруднит это сделать?», «не затруднит ли вас это сделать?») можно отчасти управлять ответом собеседника);

«использование высказываний, в основе которых не я, а мы» («мы с вами, безусловно, вместе в этом заинтересованы»);

«использование приема, утверждающего свою значимость» («Вы постоянно меня перебиваете» или «Когда вы меня перебиваете, я сбиваюсь с мысли, мне бывает очень трудно сосредоточиться на главном и довести мысль до конца»).

2. В большинстве переговоров их участники допускают 4 самых серьезных просчета. Ниже приведены три из них. Назовите четвертый просчет:

Важными просчетами в переговорном процессе являются:

1. Поиск единственного ответа. Стремление сторон рассматривать ситуацию, как крайнюю, по принципу или - или;

2. Убежденность в невозможности «увеличить пирог» (важным препятствием на пути решения проблемы является предположение о неизменном пироге: «чем больше тебе, тем меньше мне». Данное предположение справедливо по отношению к переговорам очень редко. Помимо желаний избежать совместных потерь, всегда есть возможность получения совместной выгоды. Это может выразиться путем определения общих интересов и поиска созидательных решений);

3. Мнение, что решение проблемы – только их проблема (решение проблемы необходимо обеим сторонам переговорного процесса. Постоянное сражение за доминирование угрожает отношениям: принципиальные

переговоры защищают их. Гораздо легче иметь дело с людьми, когда вы обсуждаете объективные критерии для урегулирования проблемы, вместо того, чтобы пытаться заставить друг друга отступить).

3. Осветите содержание основных тактических приемов, используемых на деловых переговорах. Каковы основные этические ошибки российских деловых людей на переговорах с зарубежными партнерами (назовите пять-шесть ситуаций)? Следует ли при встрече иностранных гостей действовать по пословице: «Все, что в печи, на стол мечи?»

Деловые переговоры представляют собой сравнительно новый объект деятельности для российских деловых людей. Без опыта и специальных знаний деловые переговоры провести очень трудно.

Переговоры начинаются с того момента, когда одна из сторон выступает с предложением обговорить детали и условия заключенного контракта. Если вторая сторона принимает предложение как интересное для себя, это открывает пути для подготовки переговоров. Успех переговоров во многом зависит от уровня и характера подготовительного этапа. Этот этап включает работы над двумя видами вопросов: организационными и сценарными, относящимися к содержанию и процессу ведения переговоров.

Организационные вопросы касаются составления программы приема иностранных партнеров, формирования делегации участников переговоров, составления повестки для каждого заседания, согласования вопросов, затрагивающих интересы партнеров внутри страны.

Сценарные вопросы предполагают проработку максимально возможного числа вариантов решений. Необходимо провести ранжирование вариантов по степени их необходимости. Важно также сформировать готовность к различного рода неожиданностям и предусмотреть страховочные варианты поведения.

Специалисты по деловому этикету советуют до переговоров прояснить и осмыслить ответы на ряд вопросов. Какую цель я ставлю перед собой? Что я хочу уяснить для себя? Готов ли к обсуждению предполагаемой темы мой собеседник? Какой исход беседы устроит или не устроит меня, его, нас обоих? Какие приемы и аргументы я в состоянии для себя использовать с максимальным для себя эффектом в беседе, а какие приемы мне не даются? Какие контрприемы и контраргументы, включая равнодушие, я могу вызвать своим поведением и какова должна быть моя реакция на них?

Кто именно мой партнер? Какова его репутация в деловом мире? Как у него идут сейчас дела? С кем из российских бизнесменов он взаимодействовал и с какими результатами? Каков его стиль ведения переговоров и уровень надежности как делового партнера?

Особое внимание должно быть уделено стратегии и тактике переговоров, необходимости участия в них юридических, технических и финансовых специалистов, специалистов по этикету.

Существует ряд приемов, обычно используемых на переговорах: «уход» или «уклонение от борьбы», «затягивание», «выжидание» или «салями», «пакетирование», «завышение требований», «расстановка ложных акцентов в собственной позиции», «выдвижение требований в последнюю минуту», «уступка во второстепенном ради выигрыша в главном» и др.

Есть ряд обязательных правил встречи, размещения, официального приема иностранных партнеров, ведения переговоров, организации культурной программы и неформальных встреч. Все их, с учетом национально-культурных особенностей, необходимо планомерно и успешно осваивать для того, чтобы уверенно и успешно провести деловые переговоры.

Мировое рыночное хозяйство, мировая предпринимательская культура построены на очень жестких этических требованиях. Их нарушение влечет за собой потерю деловой репутации, привлечение к ответственности через суд и строгие санкции в стране пребывания».

3. В мире моды давно сложилось представление о деловом костюме. Осуществляя подбор костюма, деловой человек должен руководствоваться следующими правилами... (назовите основные правила делового костюма для мужчины и женщины).

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ

1. Назовите основные правила делового приветствия.
2. В деловом взаимодействии важную роль играют невербальные средства общения. Назовите наиболее важные из них.
3. Охарактеризуйте роль голоса, жеста, мимики в деловом общении.
4. Какие виды деловых переговоров вы знаете?
5. Назовите основные правила вручения деловых подарков.
6. Какие основные виды официальных деловых приемов вы знаете?

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы являются обязательным элементом обучения студентов и учащихся магистратуры.

Их цель:

- самостоятельное изучение одной из тем по изучаемой дисциплине;
- формирование навыков четкого и последовательного изложения материала;
- проверка понимания изложенной темы, способности четко формулировать ее основные положения и выводы;
- контроль за работой студентов и учащихся магистратуры в семестре.

При написании контрольной работы нужно:

1. Составить план изложения выбранной темы.
2. Определить структуру изложения работы.
3. Разделить тему на 3-4 основных положения, соблюдая их взаимосвязь и последовательность изложения.
4. В конце контрольной работы необходимо сформулировать выводы по изложенной теме.
5. Привести список использованной в работе литературы, основной и дополнительной.
6. Если в контрольной работе есть цитаты, то нужно указать их источники.
7. Контрольная работа выполняется от руки или на компьютере. Ее объем должен быть 12 – 20 листов.
8. В контрольной работе не допускается произвольное сокращение слов и исключаются грамматические и стилистические ошибки.

ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Основные нормы и принципы деловой этики.
2. Отношение целей и средств в деловой этике.
3. Отношение общественного и личного в деловой этике.
4. Краткосрочная и долгосрочная выгода в деловых отношениях современной России.
5. Соотношение материального и духовного в деловой этике России.
6. Национально-культурные ценности в этике делового общения.
7. Традиции, нравы, привычки, их влияние на состояние деловой среды.
8. Этика коллективизма и этика индивидуализма в деловом мире современной России.
9. Региональные ценности в деловой этике.
10. Философские и религиозные основы деловой этики.
11. Этика успеха и ее роль в деловой этике.
12. Нравственная жизнь организации.
13. Профессиональная этика руководителя организации.
14. Международный протокол и деловая этика.
15. Правила нравственного поведения в конкретных профессионально-деловых ситуациях.
16. Фирменная культура и фирменный стиль.
17. Ритуалы и церемонии в деловой жизни.
18. Этика служебных отношений.
19. Российская деловая культура среди других культур.
20. Традиции и инновации в современной российской деловой культуре.
21. Основные этические принципы деловых отношений в современных российских условиях.
22. Деловая этика в Европе.
23. Деловая этика в США.
24. Деловая этика в Японии.
25. Этикет в деловом общении.

26. Деловое общение и его составляющие.
27. Этикет на официальных мероприятиях.
28. Имидж делового мужчины.
29. Имидж деловой женщины.
30. Этические традиции российского предпринимательства.
31. Техническое обеспечение этики делового общения.
32. Основы делового письма.
33. Особенности невербального общения.
34. Особенности делового общения с иностранными партнерами.
35. Культура речи в деловом общении.
36. Деловое поведение в общественных местах.
37. Культура деловой дискуссии.
38. Деловая беседа: правила подготовки и особенности проведения.
39. Правила проведения деловых переговоров.
40. Перспективы деловой этики в России.

ТЕМЫ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

1. Кодексы делового поведения: зарубежный и отечественный опыт.
2. Особенности корпоративной культуры российского делового мира.
3. Профессиональная этика в России.
4. Этические нормы ведения дел в современной России.
5. Прогноз развития деловой этики в России.
6. Тип личности российского предпринимателя.
7. Деловая этика в дореволюционной и современной России.
8. Деловая культура в современном мире.
9. Эволюция российской деловой культуры.
10. Вызовы глобальной культуры и российская деловая культура.
11. Российская деловая культура среди других культур: уровень восприятия и уровень взаимодействия.
12. Российская деловая культура в средствах СМИ.

13. Возможность развития деловой культуры в современной России.
14. Возможность развития деловой этики в современной России.
15. Этика деятельности организаций в современной России.
16. Этика деятельности руководителя в современной России.
17. Этика предпринимательства в постперестроечной России.
18. Национально-культурные ценности в современной российской деловой этике.
19. Становление и развитие деловой этики в западносибирском регионе.
20. Прикладная этика в мире и в России: проблемы и противоречия.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие деловой этики.
2. Философские и религиозные основы деловой этики.
3. Нравственные предпосылки деловой жизни.
4. Деловая этика и этика бизнеса.
5. Базовые ценности деловой этики.
6. Доверие как основа деловой этики.
7. Деловая культура и деловая этика.
8. Цивилизационные особенности деловой этики.
9. Национально культурные ценности и их реализация в деловой этике.
10. Деловая этика США.
11. Деловая этика стран Европы (одна страна на выбор).
12. Деловая этика Японии.
13. Деловая этика России.
14. История российской и деловой этики.
15. Основные нравственные принципы ведения в дореволюционной России.

16. Современная российская деловая культура и этика: проблемы и противоречия.
17. Российские и советские этические традиции руководства и управления.
18. Особенности деловой культуры и деловой этики в Западной Сибири.
19. Принципы и нормы деловой этики в деятельности западносибирского предпринимательства второй половины XIX – начала XX вв.
20. Деловой человек современной России: основные нравственные принципы его деятельности.
21. Современная российская деловая культура и этика глазами зарубежных партнеров.
22. Современная российская деловая этика в границах этики прав человека.
23. Этические нормы в деятельности организаций.
24. Этические кодексы: их виды и особенности.
25. Обучение нравственному поведению в организации.
26. Этика в деятельности руководителя организации. Руководитель и власть (портит ли власть человека?).
27. Нормы нравственного поведения руководителя.
28. Этика коллективизма и этика индивидуализма в современном российском менеджменте.
29. Понятие делового этикета. Манеры поведения в деловом мире.
30. Международный этикет и протокол. Общеобязательные и корпоративные правила вежливости.
31. Деловые приемы и их организация. Виды деловых приемов. Особенности поведения на деловых приемах.
32. Формы служебного обращения. Правила поведения для начальника и подчиненных.

33. Деловая беседа: правила подготовки и особенности проведения.
34. Правила проведения деловых переговоров (подготовка к переговорам, разработка их стратегии и тактики, выработка стиля переговоров).
35. Правила деловой переписки и телефонных разговоров.
36. Технические средства делового общения.
37. Понятие и особенности имиджа в деловом мире.
38. Основные составляющие имиджа делового человека. Разработка имиджа и ее технология.
39. Вербальное и невербальное общение в деловом мире.
40. Основные этические принципы, необходимые для развития деловых отношений в современных российских условиях.
41. Деловое поведение в общественных местах.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ

Авторитаризм – одна из форм догматизма в морали, проявляющаяся в способе обоснования нравственных требований. Авторитарное понимание нравственности исходит из того, что высшим или даже единственным обоснованием ее требований является указание на авторитетное лицо, от которого эти требования исходят.

Авторитет – влияние или способность лидера побуждать других к исполнению возложенных на них обязанностей.

Бережливость – моральное качество, характеризующее заботливое отношение людей к материальным и духовным благам.

Беседа (деловая) – встреча, предлагающая обмен мнениями, информацией, предложениями. В отличие от переговоров беседа обычно не предполагает достижения договоренности.

Визит вежливости – протокольный визит, который глава делегации наносит принимающей стороне, прежде чем начать деловую часть своего пребывания. В ходе визита вежливости уточняется программа пребывания делегации в стране.

Волюнтаризм – субъективный принцип понимания нравственной деятельности, характеристика личной позиции, поступков, взглядов человека, отличающихся откровенным произволом. Как практический принцип поведения В. выражает точку зрения крайнего индивидуализма и нигилизма.

Выбор (моральный) – акт моральной деятельности, выражающийся в сознательном предпочтении определенной линии поведения или конкретного варианта поступка, когда человек должен самостоятельно принять моральное решение в пользу одного из них и нередко вопреки другому.

Деловая этика – совокупность нравственных принципов и норм, которыми необходимо руководствоваться в деловом мире, нравственные аспекты отношений между участниками делового предприятия.

Деловой этикет - совокупность правил поведения касающихся внешних проявлений отношения к людям в деловом мире (обхождение с окружающими,

формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда и др.).

Деятельность (моральная) – категория этики, при помощи которой во всем многообразии общественной практики (побуждениях, материальных интересах, привычках, склонностях людей и др.) выделяется нравственная сторона.

Дисциплина трудовая – определенный порядок поведения людей в процессе трудовой деятельности, обеспечивающий согласованность действий внутри коллектива и обязательное усвоение и выполнение людьми установленных норм и правил поведения, а также способы, с помощью которых осуществляется этот порядок.

Доверие – отношение к действиям другого лица и к нему самому (соучастнику в общем деле, партнеру по договору, руководителю, другу), которое основывается на убежденности в его правоте, верности, добросовестности, честности.

Домострой – русский средневековый сборник нравоучительных хозяйственных, бытовых правил и наставлений, служивший эталоном поведения православного человека в различных областях деятельности: управлении домашним хозяйством, торговле, отношении к государству.

Достоинство – категория этики, которая означает особое моральное отношение человека к самому себе и отношению к нему со стороны общества, в котором признается ценность личности. Наряду с совестью и честью, Д. является одним из способов осознания человеком своей ответственности перед собой как личностью.

Единство слова и дела – общественный и моральный принцип, обобщенно выражающий общечеловеческую нравственную норму, моральное требование доверия и верности слову.

«Завтрак», «обед», «ужин», «а ля фуршет», «шведский стол», «коктейль» – дневные и вечерние деловые приемы, с рассадкой и без рассадки за столом.

Качества моральные – понятие нравственного сознания, с помощью которого выделяются и характеризуются наиболее типичные черты нравственного поведения людей (великодушие, правдивость, вероломство, скупость, щедрость, скромность и др.).

Кодекс (моральный) – свод нравственных норм, предписываемых к исполнению. В современных условиях основные принципы и правила делового поведения формулируются в К.м. В литературе обычно выделяют корпоративные, профессиональные, национальные и всемирные К.м.

Комитет по этике – временное или постоянное подразделение организации, состоящее, как правило, из руководителей высшего уровня и специалистов по этике, призванное вырабатывать этическую политику организации, а также решать конкретные этические проблемы данной организации.

Корыстолюбие – отрицательное моральное качество, характеризующее поведение и мотивы человека, который направляет и рассматривает все свои поступки и взаимоотношения с окружающими с точки зрения личной материальной выгоды.

Мораль – предмет изучения этики, форма общественного сознания, общественный институт, выполняющий функцию регулирования поведения человека.

Морально-психологический климат – устойчивое состояние внутренних связей коллектива, которое проявляется в эмоционально-нравственном настрое работников, результатах их деятельности, в формировании общественного мнения.

Национальный стиль делового общения – наиболее типичные черты делового общения, характерные для той или иной страны.

Невербальные средства общения – средства, передающие информацию без использования слов, например, относятся мимика, жесты, интонация.

Нигилизм (моральный) – принцип, характеризующий отношение человека к нравственным ценностям общества. Н. м. означает отрицание общих

для всех моральных норм, принципов и идеалов и в своем крайнем выражении переходит в непризнание любых общественных авторитетов.

Норма (моральная) – одна из наиболее простых форм нравственного требования, норма поведения, обычай, постоянно воспроизводимые в однотипных поступках множества людей как нравственный закон, обязательный для каждого человека в отдельности.

Нравственность – понятие, являющееся синонимом морали (рус. вариант лат термина «мораль», происходит от слова «нрав»). Однако в истории этики Н. иногда трактовались как нечто отличное от морали, как обычаи, форма практических поступков, сфера нравственной свободы личности и др.

Нравы – обычаи, имеющие нравственное значение, поддерживаемые в обществе посредством моральных отношений.

Обычай – исторически сложившаяся и распространенная в обществе или коллективе форма действий, повторяющихся в определенных обстоятельствах.

Отношения моральные – особый вид общественных отношений, совокупность зависимостей и связей, которые возникают у людей в процессе их нравственной деятельности (отношение к труду, отношение к собственности, отношение к природе и др.).

Оценка (моральная) – одобрение или осуждение различных явлений социальной действительности с точки зрения морали, при котором устанавливается соответствие или несоответствие поступка (его мотива или поведения в целом), черт характера личности, общественного образа жизни определенным моральным требованиям.

Переговоры (деловые) – встреча, цель которой, прежде всего, состоит в том, чтобы, обсудив с партнером проблему, представляющую интерес, найти взаимоприемлемое решение. Это решение оформляется в виде договора или соглашения, где предусмотрены взаимные обязательства сторон.

Поведение (моральное) – совокупность поступков человека, имеющих нравственное значение и совершаемых им в относительно продолжительный период в постоянных или изменяющихся условиях.

Поступок (моральный) – элемент нравственной деятельности, действие, рассматриваемое с точки зрения единства мотива и последствий, намерений и дел, целей, средств и результатов.

Прагматизм – направление в философии морали, распространенное в США с начала XX в. С точки зрения П., добро есть то, что отвечает какой-либо конкретной личностной потребности.

Приемы (деловые) – официальные мероприятия, проводимые в ознаменование важных событий и юбилейных дат в порядке оказания почестей или гостеприимства.

Протокол (деловой) – совокупность общепринятых правил, традиций и условностей, соблюдаемых в международном деловом общении.

Прикладная этика – сложилась в последние десятилетия, наиболее бурно развивается в западных странах, в большинстве рассматривает «открытые» моральные проблемы, т.е. те, по которым нет единого мнения в общественном моральном сознании (смертная казнь, эвтаназия, аборты, трансплантация органов и т.п.).

Принципы (моральные) – одна из форм нравственного сознания, в которой наиболее обобщенно выражаются моральные требования. В общей форме П. раскрывают содержание тех или других, выработанных в моральном сознании общества требований, касающихся нравственной сущности человека, его назначения, смысла его жизни и характера взаимоотношений между людьми.

Профессиональная культура – личностный аспект культуры труда, связанный со степенью овладения человеком достижениями научно-технического и социального прогресса.

Профессиональная этика – набор нравственных норм, являющихся основанием для поведения в той или иной профессиональной ситуации.

Рационализм – принцип, лежащий в основе ряда теорий морали. Р. выражается в попытке создания системы нравственности, построенной на

универсальных моральных принципах, из которых логическим путем можно вывести все конкретные требования нравственности.

Репутация – сложившееся у окружающих мнение о нравственном облике того или иного человека (коллектива), основанное на его предшествующем поведении и выражающееся в признании его заслуг.

Ритуал – разновидность обычая или традиция; исторически сложившаяся или специально установленная норма поведения, в которой форма исполнения определенного действия строго канонизирована.

Традиция – разновидность обычая, отличающаяся особой устойчивостью, а также и направленные усилия людей сохранить неизменными унаследованные от предыдущих поколений формы поведения.

Требование (моральное) – один из основных элементов моральных отношений, в которых находятся между собой личность и общество.

Трудолюбие – моральное качество, характеризующее субъективное расположение личности к своей трудовой деятельности, внешне выражающееся в количестве и качестве ее результатов. Т. проявляется в трудовой активности, добросовестности, старании, усердии работника.

Утилитаризм – этическая теория, отразившая интересы и умонастроения британской либеральной буржуазии эпохи расцвета капитализма в Англии XIX в. В основе этики У. лежит принцип полезности, который выражается в подчинении всех поступков получению личной или общественной пользы и выгоды.

Ценности (моральные) – представления, относящиеся к области морального сознания, норм, принципов, идеалов, понятий добра и зла, справедливости, совести, долга, счастья и др., с точки зрения общественной и личной значимости.

Честь – понятие морального сознания и категория этики, во многом сходная и связанная с категорией достоинства. Моральная ценность личности в понятии Ч. связывается с конкретным общественным положением человека, родом его деятельности и признаваемыми за ним моральными заслугами.

Этика – наука о морали.

Этика бизнеса – научная дисциплина, представляющая собой синтез теории этики и традиционного обучения ведению дел в предпринимательской деятельности (организационному поведению, стратегическому планированию, финансам, учету, маркетингу).

Этика деловых отношений – нравственные требования, выработанные в моральном сознании общества, указывающие на необходимое поведение участников деловых отношений.

Этика предпринимательства – учение о целях, ценностях, принципах и нормах предпринимательской деятельности. Этика предпринимательства одновременно является и этикой прав потребителя.

Этикет – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям; составная часть внешней культуры общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Асадов А.Н., Покровская Н.Н., Косалимова О.А. Культура делового общения. СПб.: СПбГЭЭФ, 2010.
2. Прикладная этика: инновационный курс для магистров и профессоров. Тюмень: ТюмГНГУ, 2011.
3. Беспалова Ю.М. Деловая этика и деловой этикет. Тюмень: ТюмГУ, 2007.
4. Беспалова Ю.М. Западносибирские предприниматели второй половины XIX – начала XX вв.: имена, биографии, судьбы. Тюмень: ТюмГУ, 2002.
5. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003.
6. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс.2008.
7. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА-М, 2002.
8. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений. М.: НИЭМП, 2010.
9. Модернизация. Университет. Прикладная этика// Ведомости. Вып.37. Под ред. Бакштановского В.И., Новоселова В.В. Тюмень: ТюмГНГУ, 2010.
10. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента. М.: Дашков и К, 2007.
11. Уткин Э.А. Этика бизнеса. М.: Зерцало, 2004.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алексина Т.А. Прикладная этика. М.: Изд-вл РУДН, 2004.
2. Андерсен Р., Шихирев П.Н. «Акулы» и «дельфины». Психология и этика российско-американского делового партнерства. М.: Дело. 1994.
3. Бакштановский В.И. Бакштановский В.И. Прикладная этика: Лаборатория ноу-хау. Т.2. Кодексы, которые нас выбирают: этическое

проектирование как ноу-хау инновационной парадигмы прикладной этики. Тюмень: ТюмГНГУ, 2010.

4. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок. Тюмень: НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005.

5. Ботавина Р.Н. Этика менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2002.

6. Венедиктова В.Н. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 2004.

7. Ганжин В.Т. Этика менеджмента и делового общения. Проблемно-тематический курс. М.: МИЭП, 1995.

8. Голубева Г.А. Этика. Учебник. М.: Экзамен, 2005.

9. Джордж Р.Т. Деловая этика. Пер с англ. В 2 т. Спб.: Экономическая школа; М.: Издат. гр. «Прогресс», 2001.

10. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М.: Магистр, 1998.

11. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. М.: Фаир-Пресс, 2000.

12. Кузин Ф.А. Культура делового общения. М.: Ось-89, 2000.

13. Ладатко Л.В. Этика и культура управления. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.

14. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело, 1999.

15. Маккей Х. Как уцелеть среди акул (опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки). М.: Экономика, 1992.

16. Овчинников В. Сакура и дуб. М.: Восток и Запад, 2008.

17. Пайпс Р. Россия при старом режиме/ Пер. с англ. М.: Независимая газета, 1993.

18. Панкеев И.А. Энциклопедия этикета. М.: Олма-Пресс, 2000.

19. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М.: Дело, 2001.

20. Пиз А. Язык жестов. М.: Парадокс, 2000.

21. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, К.Ваклер, 2000.

22. Российская деловая культура: история, традиции, практика, М.: ТПП РФ, 1998.
23. Секреты умелого руководителя. М.: Экономика, 2001.
24. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 2000.
25. Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам, М.: Наука, 2000.
26. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.: ИНФРА – М, 1994.
27. Шепель В.М. Имиджелогия (секреты личного обаяния). М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994.
28. Шихирев П.Н. Этические принципы ведения дел в России. М.: Финансы и статистика, 2000.
29. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2000.
30. Энциклопедия этикета. СПб: МиМ – ЭКСПРЕСС, 2000.

Учебное издание

Беспалова Юлия Михайловна

**ДЕЛОВАЯ ЭТИКА,
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ЭТИКЕТ**

Учебник

Подписано в печать 30.06.2016.

Электронное издание для распространения через Интернет.

ООО «ФЛИНТА», 117342, Москва, ул. Бутлерова, д. 17-Б, офис 324.

Тел./факс: (495)334-82-65; тел. (495)336-03-11.

E-mail: flinta@mail.ru; WebSite: www.flinta.ru