

Міністерство освіти і науки
ЗОЛОЧИВСЬКИЙ КОЛЕДЖ ЛЬВІВСЬКОГО НАУ

ДІЛОВА ЕТИКА – ОСНОВА БІЗНЕСУ



Середовище функціонування підприємця - ринок. Але ринок це не просто деяка кількість продавців і покупців певного товару (продукту або послуги). Це складна система взаємовідносин, в якій повинні діяти свої правила, поняття. Звичайно, взаємини продавців і покупців на ринку регулюються різного роду законами та іншими нормативними актами. Чим більш розвиненою є ринкова економіка, тим повніше і більш продумано такого роду законодавство. Але крім законів взаємини людей у сфері підприємництва (і в тому числі всередині фірм) регулюються неписаними законами ринку, тобто Етика ринку. Саме це поняття буде розглянуто далі, адже воно набагато ширше, ніж просто неписані закони взаємин: це і поведінка підприємця, і його імідж, і діловий етикет, і вміння керувати підлеглими і т.д.

Підприємець є визначальною особистістю у підприємстві, ключовою фігурою в ринковій економіці. Підприємцем прийнято вважати ділову людину, котра привносить щось нове або покращує щось вже існуюче і реалізує його в практичній діяльності. Зміст самостійного прийняття інноваційного рішення підприємцем зводиться до організації виробництва і поставки на ринок товарів та послуг з певним зиском для себе. Отже, підприємець - це суб'єкт, котрий поєднує в собі комерційні, організаторські та новаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів і методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. Саме ініціатива, самостійність, творчість та динамізм дозволяють енергійним людям, якими і є підприємці, перетворювати цікаві ідеї в реальність. Успіх підприємницької діяльності багато у чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це, власне, й робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки в цілому.

Підприємництво - це професія, покликання, навіть властивість душі чи вроджена схильність, але це ще й особливий образ думок, поведінки, стиль. Підприємництво це культура.

Для підприємця дане слово - закон. В усьому світі ринкові зв'язки засновані на довірі між партнерами, на їх добропорядності, підвищеної вимогливості до себе та інших, почуття обов'язку. Це становить основу ділової етики підприємця, менеджера.

Поняття "етика" ввів Аристотель. Він позначив цим терміном як сукупність чеснот, так і науку, яка відповідає на питання, що таке чеснота і що має робити людина, щоб бути доброчесним. Найважливіші категорії

етики: "добро", "зло", "справедливість", "благо", "відповідальність", "борг", "совість", "честь" і т.п.

Етика - це вчення про мораль, моральність або система універсальних і специфічних моральних вимог, стандартів і норм поведінки, що реалізуються в процесі суспільного життя. Таким чином, поняття етики об'єднується з правилами, стандартами поведінки. Етика ділових комунікацій - це частина загальної ділової етики, доповнена нормами поведінки, характерними для професійної, специфічної сфери діяльності. **Ділова етика** - це система норм і правил моральної поведінки в діловому середовищі, це насамперед етика ведення переговорів з партнерами; етика ведення документації; використання етичних методів конкуренції.

Важливими сферами та формами ділового етикету є:

- офіційні та протокольні форми привітання та представлення;
- подарунки в ділових відносинах;
- етикет національних символів;
- візитна картка;
- діловий одяг;
- ділова субординація;
- етикет в рекламі та ін.

Основою етикетних норм є: дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, вміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, вміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу чи авторитет та ін.

Важливим аспектом подальшого розвитку ділового етикету стосунків є пошук, вироблення його засадничих принципів. Так, відомий американський соціолог Джен Ягер, базовими визначає такі принципи:

- пунктуальність (вчасно виконуйте роботу);
- конфіденційність (не говоріть лишнього);
- ввічливість, привітність і доброзичливість;
- уважне ставлення до оточуючих (турбуйтеся про інших, а не тільки про себе);
- зовнішній вигляд (умійте правильно одягатися);
- грамотність (говоріть і пишть гарною мовою).

За сучасних умов управлінням і підприємцям досить часто доводиться бути в ситуаціях, які можна охарактеризувати як двозначні, вийти з яких при ліміті часу, різниці поглядів, спираючись лише на загальноприйняті критерії Добра, Справедливості, Краси і Достатку, важко. Звідси і підприємцю, і менеджеру, і державному службовцю необхідно знати якого значення надають діловій етиці, чесності і порядності їхні партнери.

Навіть достатньо освічені, добре виховані, знаючі закони етики і моралі управлінці і підприємці, коли є можливість отримати великий прибуток, нерідко вчиняють аморальні та протизаконні дії.

Золотим правилом моральності прийнято називати основоположну моральну вимогу: "роби по відношенню до інших так, як ти хотів би, щоб вони поступали по відношенню до тебе".

Перелічимо деякі риси, якими повинен володіти керівник, щоб йому супроводжував успіх у справах і щоб він знайшов повне розуміння підлеглих.

Підприємець буде краще сприйнятий людьми, якщо:

- Він буде першим вітати співрозмовника, незалежно від його становища (підлеглий або партнер);
- Він буде звертатися до товаришів по службі на ім'я та по батькові;
- Він буде в діловій обстановці звертатися до підлеглих на "Ви";
- Він не буде без особливої необхідності віддавати розпорядження "через голову" нижчестоящого керівника, підриваючи його авторитет;
- Він буде ставитися до всіх співробітників рівно і витримано незалежно від особистих симпатій і антипатій;
- Він встановить чіткий порядок, при якому максимально зменшиться ймовірність того, що йому хтось завадить у роботі;
- Встановить порядок, коли будь-який співробітник у досить короткий термін зможе зустрітися з ним і обговорити будь-яке питання;
- Він не буде вести розмов, які створюють враження обраності і секретності;
- Він володіє мистецтвом співрозмовника, тобто вміє вислухати людину;

- Він уміє ефективно користуватися "безсловесної інформацією", тобто розуміти інформацію від стилю, манер, одягу, жестів, міміки співрозмовника;
- Він уміє обережно використовувати слово "я";
- Він буде висловлюватися коротко і по суті;
- Він буде уникати повчальності;
- Він буде завжди бездоганно одягнений;
- Він завжди виконує обіцянки в строк.

Все назване вище дійсно має важливе значення для вдалого ведення справ підприємцем.

ВИСНОВКИ

У підсумку ми повинні зазначити, що роль етики і моральності в суспільстві переоцінити неможливо, тому що удосконалювання в даній області не має кордонів. Особливо це стосується підприємницької діяльності і бізнесу.

Не можна забувати про культуру спілкування, почуття міри, доброзичливості, потрібно повністю керувати своїми емоціями. Потрібно мати свій цивілізований стиль поведінки, свій благородний образ, той самий імідж підприємця, який гарантує не тільки половину успіху, але й постійне задоволення від діяльності.

Щоб оволодіти навичками коректної поведінки, потрібно дотримуватися:

- правила подання та знайомства;
- правила проведення ділових контактів;
- правила поведінки на переговорах, вимоги до мови;
- вимоги до зовнішнього вигляду, манер, ділового одягу;
- культуру службових документів.

Потрібно пам'ятати, що будь-яка фірма найбільш цінує таких працівників, які мають професійний досвід і є достатньо комунікабельними, добре вихованими.

У наш час, особливо в нашій державі розвиток бізнесу натрапляє на серйозні перешкоди, наприклад скептичне ставлення до етики, корупція, підкуп чиновників, недобросовісність ділових та державних партнерів, непрофесійність персоналу, непрозорість законів і так далі. Тому ділова етика і етика бізнесу як ніколи повинна втручатись у ділові відносини сучасних бізнесменів. Але, нажаль контроль за дотриманням етичних правил неможливо забезпечити завдяки будь-якого органу контролю. Удосконалення морально-етичних норм бізнесу повинна забезпечувати належна освіта та виховання. Тому в будь-яких бізнес школах і ВУЗах необхідно з усією відповідальністю підходити до вивчення ділової етики, та виховування майбутніх підприємців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Білик Е. Сучасна енциклопедія етикету: 1000 правил і корисних порад/ Елліна Білик,; Пер. з рос. Олени Росінської,. - Донецьк: БАО, 2005. - 382 с.
2. Галушко В. Діловий протокол та ведення переговорів: Навч. посіб./ В.П. Галушко,. - Вінниця: Нова книга, 2002. - 222 с.
3. Гах Й. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник/ Йосип Гах,; М-во освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки "Галицька академія". - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 158 с.
4. Герет Т. Етика бізнесу: монографія/ Томас М.Герет, Річард Дж.Клоноскі,; Пер. з англ. Остап Ватаманюк,; Ред. Степан Панчишин, Роман Цяпало,. - 2-е вид.. - К.: Основи, 1999. - 214 с.
5. Етика ділового спілкування: Курс лекцій/ Міжрегіон. акад.управл. персоналом; Тамара Чмут, Галина Чайка, Микола Лукашевич, Ірина Осечинська. - К.: МАУП, 1999. - 203 с.
6. Культура ділового спілкування: Навч. посібник/ Укл. Людмила Зубенко, Віктор Немцов,. - К.: ЕксОб, 2000. - 196 с.
7. Палеха Ю. Ділова етика: учбовий посібник/ Юрій Палеха,; Європейський ун-т фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. - К.: Вид-во

Європейського ун-ту фінанас., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. - 179 с.

8. Резніченко В. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету / Київська міська держ. адміністрація. — К. : УНВЦ "Рідна мова", 2003. — 480с.

9. Статінова Н. Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко; М-во освіти і науки України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2001. - 279 с.

10. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян,; М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм.. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 231 с.