

Этика делового общения

Лисид Лаконский

February 2023

Содержание

| | | |
|----------|--|----------|
| 1 | Этика делового общения — 02.02.2023 | 2 |
| 1.1 | Понятие деловой этики | 2 |
| 1.1.1 | Основные категории этики | 3 |
| 1.2 | Корпоративная культура как плод системы деловой культуры | 4 |
| 1.2.1 | Элементы корпоративной культуры | 4 |
| 1.2.2 | Уровни корпоративной культуры | 4 |
| 1.2.3 | Факторы, влияющие на корпоративную культуру | 4 |
| 1.2.4 | Принципы формирования корпоративной культуры | 4 |
| 1.2.5 | Принципы ведения дел в России | 5 |
| 2 | Этика делового общения — 16.02.2023 | 6 |
| 2.1 | Деловое общение | 6 |
| 2.1.1 | Стили общения | 7 |
| 2.1.2 | Основные принципы делового общения | 7 |
| 2.2 | Деловое общение как коммуникация | 8 |
| 2.2.1 | Типология барьеров в коммуникации | 8 |
| 2.2.2 | Структурирование информации в деловом взаимодействии | 9 |
| 2.2.3 | Вывод | 9 |

1 Этика делового общения — 02.02.2023

1.1 Понятие деловой этики

Термин «этика» относится к древнейшей науке, и относится к **5–4 векам до нашей эры**.

Родоначальником данного термина является **Аристотель**. Он образовал понятие «этический» (добродетель). Аристотеля занимала философская проблема: **«как следует поступать человеку, чтобы жить добродетельно?»**

Определение 1 *Этика — область философии, предметом изучения которой являются проблемы морали*

Этика — совокупность представлений о том, что есть добро, зло, справедливость, добродетель, нравственность

Этика — нравственные нормы, характеризующие ценности и нормы поведения определенных профессиональных групп

Слово мораль относится к **философскому творчеству** и рассматривается непосредственно им. Проблемами этики и морали также занимался **Цицерон**. Мораль происходит от слова **нравственный** и чаще всего понимается как **форма назидания в отношении норм поведения человека**. Этика рассматривается как **важнейшая система нормативной регуляции поведения человека в обществе**. Мораль рассматривается как синоним понятия **этика** и **нравственность**.

Важнейшим условием морального поведения служит присутствие в сознании индивида **нравственного идеала**.

Этика **сформировалась** в эпоху, когда начал происходить распад родоплеменного строя и формирование раннего рабовладения.

К этому моменту общество накопило **обширные представления о добре и зле**. Эти представления **были выражены в древних эпосах**, например в «Сказании о Гильгамеше».

Также рассматривался вопрос смерти и бессмертия. Считалось, что **бессмертие человека — дела, которые он оставил после себя**.

Учение вывели современное определение деловой этики (этики делового общения).

Определение 2 *Деловая этика — это совокупность нравственных норм, правил и представлений, обеспечивающих регуляцию поведения людей в процессе производственной деятельности*

Деловая этика складывалась исторически в рамках традиционного общества, **определялась социальной структурой**, для которой была характерна роль **ритуалов, традиций, обычаев** и так далее.

Таким образом, **в традиционном обществе еще нет разрыва** между общественными моральными нормами и нормами деловой этики.

Этические ценности обладают **самодостаточным значением**.

Уже в Древней Греции заметное внимание уделялось изучению проблем деловой этики. Сократ также занимался вопросами этики, и считал, что **в основе делового общения лежит экономическая потребность**. Соответственно, для древних греков **статус начальника представлялся значительно выше, чем статус подчиненного**

Для делового человека нового времени **характерно состояние внутренней психологической раздвоенности**: с одной стороны **он стремится к финансовой прибыли**, с другой стороны **он несет ответственность перед обществом (государством)**

Известный историк и экономист **Макс Вебер** также рассматривал вопросы этики, и считал, что **в основе раннего буржуазного общества лежит дух капитализма**

Для психологии современного делового человека **остается актуальна не только внутренняя раздвоенность**, но также и **проблема самоидентификации**

Известный философ **Эрих Фромм** в своей книге «Бегство от свободы» **определяет наличие этики в современном обществе**, а также **определяет человеческий тип как «личность с рыночным характером»**

В современном крупном бизнесе распространены два **кардинально разных подхода к вопросам деловой этики**:

1. Сторонники **морального прагматизма** полагают, что **в бизнесе следование нормам морали лишь вредит интересам дела**. То есть, в данной среде тщательно избегают разговоров на темы нравственности и морали
2. Сторонники противоположного подхода считают, что **нормы морали обязательны к исполнению в деловой сфере**. Очень часто данная позиция благотворно влияет на имидж и бренд компании, что в конечном счете приводит к ее финансовому процветанию

1.1.1 Основные категории этики

- | | | |
|--------------------|--------------|-------------------|
| 1. Добро | 2. Зло | 3. Долг |
| 4. Ответственность | 5. Честь | 6. Совесть |
| 7. Достоинство | 8. Равенство | 9. Справедливость |

Категориями называются понятия, в которых **этика раскрывает сущность морали и моральной деятельности человека**

Нормы формируются на уровне общественного сознания, и это отражается категориями **добро и зло**

Такие категории как **совесть, честь, достоинство** характеризуют уровень **индивидуального морального сознания**

1.2 Корпоративная культура как плод системы деловой культуры

С конца 90-х годов XX века понятие **корпоративная культура** прочно вошло в лексикон отечественного бизнеса.

1.2.1 Элементы корпоративной культуры

- | | |
|--|---|
| 1. Приветствуемый стиль общения (в данной организации) | 2. Системность и регулярность менеджмента |
| 3. Система вознаграждений и поощрений | 4. Декларируемые ценности |
| 5. Регламентирующие документы | 6. Наличие и способы реализации корпоративных мероприятий |

1.2.2 Уровни корпоративной культуры

Понятие **уровней корпоративной культуры** впервые ввел известный ученый Эдгар Шейн в 1981 году.

Он выделяет **три уровня корпоративной культуры**:

1. Поверхностный — внешние факты
2. Внутренний — ценностные ориентации и верования
3. Глубинный — базовые предположения

1.2.3 Факторы, влияющие на корпоративную культуру

Факторы, влияющие на корпоративную культуру:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Личности людей | 2. Личности топ-менеджмента и ключевых сотрудников |
| 3. Внешнее окружение | |

1.2.4 Принципы формирования корпоративной культуры

Основные принципы формирования корпоративной культуры:

- | | | |
|------------|-------------------|---------------------------------------|
| 1. Свобода | 2. Справедливость | 3. Общечеловеческие духовные ценности |
|------------|-------------------|---------------------------------------|

Неэффективные меры формирования корпоративной культуры:

1. Административное насаждение правил и норм: введение системы штрафов, чрезмерный контроль за сотрудниками, устрашающие меры и так далее

2. Назначение ответственных за создание корпоративной культуры
3. Привлечение внешних специалистов

Некоторые приемы реализации корпоративной культуры разрабатываются в различных организациях. Например, **размещение ценностей корпоративной культуры, особые традиции в компании, методы вдохновения сотрудников, обучение персонала профессиональным навыкам**

1.2.5 Принципы ведения дел в России

В корпоративной культуре выделяют **двенадцать принципов ведения дел в России:**

1. Принципы личности:

- (a) Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли
- (b) Уважай участников общего дела
- (c) Воздерживайся от насилия или угрозы его применения

2. Принципы профессионала:

- (a) Всегда води дело сообразно средствам
- (b) Опрадывай доверие — в нем ключ к успеху
- (c) Конкурируй достойно

3. Принципы гражданина России:

- (a) Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти
- (b) Для законного влияния объединяйся с единомышленниками
- (c) Твори добро для людей и ничего не требуй за это взамен

4. Принципы гражданина земли:

- (a) При создании и ведении дел не причиняй ущерба природе
- (b) Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции
- (c) Проявляй терпимость к представителям другим культур, верований и стран

2 Этика делового общения — 16.02.2023

2.1 Деловое общение

Определение 3 *Деловое общение* — процесс взаимосвязи и взаимодействия субъектов, при котором осуществляется обмен деятельностью, информацией, опытом; целями которого являются:

1. Решение конкретной задачи
2. Разрешение определенной проблемы
3. Достижения какой-то заявленной определенной цели

Партнер в деловом общении выступает как личность, для всех его участников, которых отличает компетентность и взаимопонимание в обсуждаемых вопросах

Таким образом, главной целью делового общения является взаимовыгодное сотрудничество сторон

Основные формы делового общения:

1. Деловая беседа (возможно по телефону)
2. Деловые переговоры
3. Служебное совещание
4. Деловая дискуссия
5. Пресс-конференция
6. Публичная речь
7. Деловая переписка

Ученые выдвигают технологию делового общения (то есть, эффективную общепринятую модель взаимодействия сторон при реализации форм современного делового общения)

Выделяют следующие технологии делового общения:

1. Вербальное деловое общение — при данной форме общения используется устная или письменная передача информации
2. Невербальное деловое общение — при передаче информации используется язык жестов, мимики, позы тела и так далее
3. Дистанционное деловое общение — общение посредством почты, телефона и так далее

В результате делового общения происходит взаимодействие групп людей, и в науке выделяют следующие функции делового общения:

1. Информационно-коммуникативная — участники переговоров обмениваются определенной информацией
2. Интерактивная — связана с процессом взаимодействия между участниками делового общения
3. Перцептивная — выражается через процесс восприятия одного человека другим

2.1.1 Стили общения

Определение 4 *Под стилем общения понимают комплекс личных качеств и действий лица, который в значительной мере предопределяет его отношение к определенной жизненной ситуации*

С этой точки зрения выделяют **ритуальный, манипулятивный и гуманистический** стили общения

Ритуальное общение связано со стремлением индивида все сделать по определенным правилам и нормам

При **манипулятивном общении** партнер рассматривает своего собеседника в качестве инструмента для достижения определенной цели

Гуманистическое общение предполагает совместный поиск ответов на сложные вопросы. На первый план при этом стиле общения выходят духовные ценности

Ключевую роль в деловом мире играет **невербальное** общение. Оно связано с особенностями человеческой психики и фиксирует наше внимание на внешних проявлениях собеседника

Именно невербальное общение как бы скрывает наиболее важную информацию в процессе деловых переговоров

Также существует **визуальное общение** — сфера контакта глаз.

Визуальный контакт играет главную роль в невербальном общении

2.1.2 Основные принципы делового общения

- | | |
|--|---|
| 1. Деловая репутация. Роль деловой репутации огромна, поскольку она зарабатывается годами и активно влияет на деловой успех предпринимателя | 2. Конкретность и четкость |
| 3. Взаимовыгодное сотрудничество | 4. Контроль над ситуацией. Важно уметь держать себя в руках. Очень важно уметь контролировать свое поведение и бизнес |
| 5. Умение слышать. Необходимо инвестировать средства не только в сферу производства, но и в сферу обслуживания. Особенно важно умение слушать и слышать своего клиента | 6. Умение сосредоточиться на главном. Предпринимателю очень важно быстро и правильно расставлять приоритеты в своей деятельности |

7. **Умение отделить личные отношения от бизнеса** считается одним из важных принципов деловой жизни
8. **Умение быть честным.** Этот принцип состоит в том, что необходимо соблюдать заключенные договоры и нести за них ответственность. Ради заключения какой-либо выгодной сделки нельзя манипулировать другими людьми, скрывать правду и так далее

2.2 Деловое общение как коммуникация

Деловое общение как коммуникации — взаимодействие двух или более людей, целью которых является решение какой-либо проблемы. Деловая коммуникация представляет собой процесс **целесообразный** — то есть, вступая в контакт, коммуниканты преследуют определенные цели и интересы, которые могут совпадать между собой или, наоборот, вступать в противоречие

В науке существует такое понятие как **коммуникативная компетентность** — она включает в себя умение адекватно вести себя в определенной ситуации и ставить определенные цели. Наиболее благоприятной формой коммуникации для убеждения собеседника является деловая беседа

2.2.1 Типология барьеров в коммуникации

1. **Барьеры, обусловленные факторами среды**, то есть характеристики внешней физической среды, например, шум в помещении, за окном, ремонтные работы и так далее.
Негативное влияние усиливается, если в помещении плохая акустика.
Отвлекающей также может быть окружающая обстановка: яркое солнце, тусклый свет, цвет стен в помещении, пейзаж за окном и так далее.
А также температурные условия
2. **Технические барьеры:** плохая телефонная связь, помехи в радиоэфире и так далее.
Технические барьеры в коммуникации связаны как с работой технических средств, так и могут быть обусловлены человеческим фактором
3. **Человеческие барьеры** — барьеры, причиной которых является сам человек. Например, эмоциональные барьеры, фонетический барьер (когда участники общения говорят на различных языках и диалектах)

4. **Семантические барьеры** — проблема использования различных жаргонов, сленгов
5. **Стилистический барьер** возникает при несоответствии стиля речи коммуникатора; тогда, когда информация передается функционально-книжным языком

2.2.2 Структурирование информации в деловом взаимодействии

Существует два основных приема структурирования информации в деловом взаимодействии:

1. Суть **правила рамки** состоит в том, что начало и конец любого делового разговора должны быть четко очерчены. То есть, в начале как правило сообщаются цели, намерения, перспективы, возможные результаты; а в конце обязательно должны быть подведены итоги, сделаны выводы
Но в повседневном общении правило рамки достаточно часто нарушается
2. **Правило цепи** направлено на внешнее структурирование общения. То есть, необходимые сведения должны так быть выстроены, что как бы соединены в цепь по каким-либо признакам

Ученые доказали, что лучше всего запоминается фраза, состоящая из четырех—четырнадцати слов

2.2.3 Вывод

Для всех людей важно общаться таким образом, чтобы их правильно понимали; чтобы их слова не наталкивались на стену непонимания; чтобы их слушали и слышали