

Содержание:

Image not found or type unknown



ВВЕДЕНИЕ

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своим подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

Деловая этика представляет собой совокупность принципов поведения людей, занятых в сферах управленческой предпринимательской деятельности. Такая этика позволяет рассматривать и оценивать деловые отношения предпринимателей, а также их личное поведение с точки зрения соответствия общепринятым в деловом мире принципам поведения.

Целью работы является изучение основ этики делового общения.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1. Рассмотреть общую характеристику делового общения.
2. Изучить основы этики делового общения.
3. Описать основные правила этики делового общения.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Деловое общение – вид общения, специфику которого определяет невозможность профессиональной и иной, связанной с ней, деятельности вне коммуникаций с другими людьми [10].

Основная задача делового общения представлена продуктивным и эффективным сотрудничеством партнеров.

Деловое общение тем и отличается от личных контактов, что обладает рядом характеристик, которые выделяют его из всех других взаимодействий:

1. Значимость годами, и поэтому каждый грамотный руководитель очень ценит свое имя.
2. Конкретность и четкость. Руководители всегда должны очень точно и достоверно определять свои цели.
3. Взаимовыгодное сотрудничество – это то, к чему стремится каждый успешный бизнесмен и на что направлена его непосредственная деятельность.

Уважительное отношение и поведение является основой делового общения. Но кроме него общими принципами делового общения являются [10]:

1. Принцип межличностности – важный принцип, так как успех бизнес-отношений зависит от характера межличностного взаимодействия партнеров.
2. Принцип многомерности предполагает, что во взаимодействии людей имеют значение все составляющие коммуникации.
3. Принцип целенаправленности означает, что кроме цели, которая озвучивается и обговаривается, субъекты могут иметь иные подспудные, сопутствующие цели, не противоречащие первой.
4. Принцип непрерывности. Пока деловые партнеры находятся в непосредственной близости друг от друга, даже если они не общаются непосредственно, коммуникация продолжается на невербальном уровне.

Выделяют различные функции делового общения. Обозначим три основные функции:

- Информационно-коммуникативная функция (накопление, формирование, передача и прием информации).

- Регулятивно-коммуникативная (корректировка поведения, а также способы воздействия на собеседника: убеждение, внушение, подражание, заражения).

- Эффективно-коммуникативная (становление эмоциональной оболочки человека) [5, с. 282].

Описанные функции делового общения помогут найти верный подход к каждому партнеру.

Деловое общение может происходить в форме: беседы, совещания, заседания, собрания, переговоров, презентации, конференции, переписки, консультации, интервью, отчета и в иной, разрешенной форме.

Этапы делового общения [6, с.462]:

1. «Чтение» с психологической точки зрения. Считываются особенности поведения, внешности работника. Составляется первичный психологический портрет на основе имеющейся информации.
2. Анализ психологических предпосылок для эффективного общения, создание хороших условий для делового контакта.
3. Взаимодействие между работниками, воздействие на других людей в процессе решения рабочих задач.
4. Оценка результатов общения, планирование содержания и хода дальнейших контактов.

На первом этапе происходит познание и составление психологического портрета. Качество психологической информации определяется особенностями ситуации общения, личных свойств людей, степени их знакомства, сведений о работниках в характеристиках и иных документах организации, рассказов других работников об этих людях и т.д.

В непосредственном наблюдении за человеком происходит чтение как вербальных, так и невербальных сигналов: речь; движения, мимика, жесты; физические воздействия.

Составление психологического портрета ориентируется на такие параметры личности, как: направленность; особенности поведения; психохарактерологические свойства, показывающие отношение к разным сторонам действительности;

психические свойства; социально-психологические особенности поведения; биопсихические свойства.

На втором этапе общения создаются условия и предпосылки для эффективной коммуникации с помощью психологических методов. Важной предпосылкой на данном этапе становится выявление основной репрезентативной системы человека, с которым ведется общение. Если опираться на нее, общение будет более эффективным.

Существует три вида каналов, по которым люди получают информацию извне: зрение, слух, ощущения (кинестетические чувство, базирующееся на сочетании осязания, обоняния, положения тела в пространстве и т.д.) [10]. У каждого участника общения есть предпочтительная репрезентативная система, которая может отличаться от репрезентативной системы собеседника. Если не учитывать эту разницу, общение чревато трудностями, так как неизбежно возникнет недопонимание.

На третьем этапе происходит контакт собеседников. Цель третьего этапа – получить определенную информацию и оказать воздействие на противоположную сторону. Данный этап важен, так как позволяет устранить противоречия, непонимание, разногласия, прийти к консенсусу, в итоге – достичь единства методов решения конкретной проблемы, по поводу которой происходит общение.

Четвертый этап позволяет осознать результаты и последствия общения. Ни одно взаимодействие невозможно без последующего анализа удачи или неудачи, выявления факторов, которые либо упрощают достижение результатов, либо усложняют его. На основе анализа можно разработать новые подходы к общению с конкретным работником, чтобы сделать его более результативным.

Для эффективного использования психологических методов в деловом общении зачастую применяются разрешенные законом некоторые приемы (методы) воздействия на людей. К ним относятся: убеждение, внушение, вовлечение, побуждение, подражание, осуждение, запрещение, требование, плацебо, командование, порицание, обманутое ожидание, метод Сократа, комплимент, намек, просьба, похвала, совет [6, с.463].

Уважающему себя профессионалу и специалисту нужно уметь грамотно взаимодействовать, знать правила и язык делового общения.

Успешные люди взаимодействуют как непосредственно лично в официальной обстановке, так и опосредованно через технические средства: телефон, факс, почту, интернет-программы.

Все чаще в современном обществе прибегают к электронным системам коммуникации, организация труда приобретает виртуальный характер. Высокие технологии помогают увеличить скорость передачи информации и ее точность, исключить «человеческий» фактор.

Таким образом, деловое общение – самый массовый вид социального общения. Оно представлено сферой административно-правовых, коммерческих, дипломатических и экономико-правовых отношений.

Формы делового общения, его принципы и правила создают единую картину целостного взаимодействия, в котором и проявляются индивидуальности людей.

Умение правильно и адекватно вести себя во время делового общения является одним из основных составляющих успеха делового человека и руководителя.

2. ОСНОВЫ ЭТИКИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Этика делового общения – совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности [9, с.167].

Соблюдение этики делового общения – основа успешного коллектива. Отношения, построенные на правилах профессиональной этики и взаимном уважении, создают комфортную рабочую атмосферу, поддерживают мотивацию в коллективе.

Этика делового общения имеет в первую очередь практическую цель. Её соблюдение сильно упрощает работу всего коллектива в целом и каждого сотрудника в частности, так как действовать согласно общепринятым паттернам проще и быстрее. При этом сотрудники будут знать, чего ожидать друг от друга. Такой шаг помогает поднять общую производительность.

Вторая задача деловой этики – создать в коллективе рабочую атмосферу, в которой делу посвящается все время, а потехе отводится положенный час. Моральный комфорт играет в жизни большую роль, чем физический, а благодаря соблюдению деловой этики сотрудники в плане удовлетворения работой всегда будут

чувствовать себя комфортно.

Более того, моральная сторона действия деловой этики также влияет на производительность: сотрудник, который чувствует себя комфортно на рабочем месте, будет более предан компании, будет стремиться сделать свою работу лучше. Приятная атмосфера, достигнутая благодаря соблюдению этических принципов делового общения, заставляет работников стремиться к совершенству в работе.

Когда соблюдаются нормы делового общения, в коллективе постоянно ощущается приятная, располагающая атмосфера. Важно, чтобы каждый сотрудник получал удовольствие от проделанной работы, стремился выполнить её как можно лучше.

Этика делового общения разработана для применения на практике и для урегулирования рабочих ситуаций. Команду, в которой этикет делового общения стоит на первом месте, отличает уважение руководства к работникам, умение найти выход из конфликтной ситуации, принятие правильных решений в рабочих моментах.

Известно три варианта рабочего общения в коллективе [8, с.189]:

- сверху вниз;
- снизу вверх;
- по горизонтали.

Первый стиль – сверху вниз или руководитель – подчинённый. Руководитель и его манера поведения, личностные особенности и стиль общения с подчинёнными оказывают на коллектив прямое влияние. Строить планы и стратегию развития компании или её отдела, отдавать приказы и распоряжения, распределять должностные обязанности, доверять ответственность и устанавливать тактические правила – цели топ-менеджера на уровне управления. Главная задача на уровне социальной ответственности – выстроить такие связи и отношения, которые бы содействовали работоспособности отдела и поддерживали здоровый нравственно-психологический климат между коллегами.

Первое лежит в сфере профессиональных компетенций и зависит от сферы деятельности, а второе – должно опираться на семь этических требований [7, с.133-134]:

1. Направленность на сплочение коллектива. Одна из ключевых социальных установок – создать коллектив, основанный на двух составляющих: во-первых, всем членам коллектива необходимо осознавать и принимать его цели и ценности, во-вторых, коллектив должен уважать каждую личность, индивидуальность.
2. Справедливость. Сотрудники имеют равные права не только на привилегии, но и на наказания: по заслугам и по одинаковым критериям.
3. Требовательность. Недобросовестность и ошибки сотрудника должны быть замечены, названы и наказаны: если позволить подчиненным обмануть себя или просто создать подобное впечатление, то авторитет может быть подорван.
4. Конструктивная критика. Справедливая, доказательная, профессиональная, никогда и не при каких условиях не направленная на личность и самость человека. Делая замечания, важно быть тактичным и понять причины ошибок подчинённого: это поможет их быстрому устранению и исправлению ситуации.
5. Доверие. Умение раскрыть потенциал сотрудников. Передоверяя ответственность, делегируя полномочия, уважая самостоятельность и поощряя инициативу, руководитель не просто формирует коллектив профессионалов, но и облегчает свою работу.
6. Преданность. Отстаивание интересов коллектива, умение быть его частью – это то, что только увеличит несомненное уважение и ответную верность всех его сотрудников.
7. Уважение и беспристрастность. Если руководитель предъявляет подобное требование к себе, то может и имеет право настаивать на обязательном их исполнении и внутри коллектива.

Подобные психологические установки формируют фигуру лидера: если формальный руководитель является лидером внутри коллектива, то есть шанс, что эффективность слаженной команды даст реальные позитивные результаты – бизнес-успехи и деловые победы.

Второй стиль – снизу вверх или подчинённый-руководитель. Подчинённый берет на себя роль более низкую по статусу и субординации. Однако сотрудник в психологическом плане, на уровне личности, остаётся для руководителя равным партнером, профессионалом в своей области, поэтому обладает важными правами и возможностями при общении с ним. При этом потребуется пять важных

способностей и умений [2, с.78]:

1. Честность.
2. Ответственность.
3. Умение не соглашаться, критиковать и проявлять инициативу: деликатно, уважительно, с соблюдением субординации.
4. Умение включить руководителя в события коллектива. Сообщать о том, что происходит внутри коллектива, необходимо грамотно: только о существенном и важном, влияющем на весь коллектив; обязательно делать это открыто, с предоставлением различных сторон и позиций.
5. Доброжелательность. Уважительность к руководителю ни в коем случае нельзя путать с почтительностью и чиновпочтанием: современный руководитель и коллеги на нездоровую, слишком робкую и пристрастную боязненность не смогут ответить уважением, воспринимая её как раболепие.

Третий стиль – по горизонтали или коллеги и партнёры. Основополагающая психологическая сложность общения между коллегами внутри коллектива – это конкуренция. Сделать её эффективным механизмом, поддерживающим всю социально-психологическую модель, в руках не только топ-менеджера, но и самих участников коллектива: достаточно быть не только конкурентами, но и сотрудниками, коллегами, выполняющими единую задачу.

Аналогично выстраиваются отношения между партнёрами, топ-менеджерами, представителями различных организаций и компаний, которые, являясь соперниками, должны поддерживать деловые и рабочие контакты не только между собой, но в первую очередь между компаниями и коллективами [2, с.80]:

1. Разделение прав и обязанностей. Разделение ответственности. Равные партнёры обычно на первом этапе проделывают нечто подобное, устанавливая рамки сотрудничества. В коллективе же, если руководитель разделил обязанности неточно или предоставил в этом деле самостоятельность, необходимо обозначить рамки обязанностей и чётко разделить грани ответственности со всеми коллегами.
2. Равноправие. Ни один участник коллектива или партнер не имеет право требовать к себе специального или особого отношения.

3. Преданность. Идентификация себя как части компании, коллектива. Перед представителями других коллективов или отделов важно демонстрировать единство.

4. Умение признавать ошибки и их исправлять. Умение давать только реальные обещания и всегда их сдерживать. Уважение коллектива заслуживается открытой позицией и профессиональным подходом к решению деловых вопросов.

5. Конструктивная критика. Коллеги имеют право на критику, однако, как и в ситуации с руководителем, она должна быть справедливой, щадящей, доказательной, профессиональной.

6. Быть, а не казаться. Презентация – это важный коммуникативный навык в современном мире, однако и в наши дни правдивость, искренность и открытость ценятся намного выше, чем внешний, напускной лоск.

7. Дружелюбие и уважительность. Они могут выражаться как в мелочах и нюансах: внешних проявлений симпатии, обращении по имени и на «Вы», так и в общем: непредвзятости, отсутствии предрассудков, неучастии в ссорах, сплетнях.

Ни одно из этих требований не нарушает и не вступает в противоречие с возможной конкуренцией, наоборот, будет способствовать её здоровью и чистоплотности.

Таким образом, этика делового общения основывается на психологии и других гуманитарных науках. Знание природы человеческой личности и социума позволяет не просто применять этикетные правила и следовать нормам, но и встраивать эффективные, подвижные, мобильные модели поведения, которые можно подстраивать под индивидуальные особенности коллектива и его всегда неповторимых представителей.

3. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ЭТИКИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Даже соблюдая все правила делового общения можно столкнуться с такими психологическими барьерами [1, с.42]:

1. Барьер мотивации. Когда собеседнику просто неинтересен предмет разговора и заинтересовать его не получается. Такой барьер показатель того, что один партнер

относится к другому не как к личности, а как к средству достижения цели.

2. Барьер морали. Когда собеседник оказывается недобросовестным, бесчестным, склонным обманывать человеком. Он использует деловое общение как способ скрыть злонамеренность. Чем лучше «маскируется» аморальный умысел за умением красиво говорить и вести себя, тем сложнее преодолеть этот барьер.

3. Барьер эмоций. Негативные эмоции, чувства, мысли по отношению к собеседнику не позволяют построить гармоничные взаимоотношения. Деловое общение будет бесполезным, неэффективным, если партнеры плохо относятся друг к другу.

Сформулируем основные профессиональные этические правила, которые одинаково необходимы для соблюдения как рядовыми сотрудниками в коллективе, так руководителем или собственником предприятия [2, с. 89-90]:

1. Точность и пунктуальность. Будучи участником профессиональных или коммерческих взаимоотношений, следует стараться никогда не опаздывать на работу, на совещание или на деловую встречу. Ведь степень уважения и доверия к человеку, который все время заставляет себя ждать и при этом тратит время других людей, быстро уменьшается. Такое качество со стороны других говорит о неумении приспособиться к современному ритму жизни, ненадежности. Важно также ценить время окружающих и не отнимать его на ненужные разговоры без их разрешения.

2. Эффективная организация рабочего пространства. Рабочее место может красноречиво рассказать о его владельце. Понятно, что, если оно содержится в порядке, то же самое можно сказать и о мыслях человека. К тому же это существенно экономит рабочее время. Ведь на то, чтобы найти на загроможденном бумагами рабочем столе нужный документ, может понадобиться немало времени.

3. Вежливое общение и уважение к окружающим. В деловых отношениях важно уважать и стремиться понять собеседника, суметь поставить себя на его место и посмотреть на ситуацию его глазами. Оскорбления и унижения в профессиональной сфере недопустимы, равно как и крик, «крепкие» выражения и хамство. Нужно уметь действовать не только в своих интересах. При этом не стоит проявлять и излишний альтруизм. Такой тип поведения может говорить об излишней мягкотелости.

4. Внешний вид, соответствующий ситуации. Всегда нужно помнить о том, что внешний вид – немаловажная составляющая делового общения. Главное в образе –

не наличие дорогих атрибутов, а опрятность и аккуратность. Если в офисе принят определенный стиль одежды, то его лучше придерживаться, чтобы не вызывать к себе негативного отношения как со стороны руководства, так и со стороны коллег.

5. Рабочий настрой. Если сотрудник нацелен на результат, то это положительно отражается и на его карьере, и на эффективности работы компании. Отношение же «спустя рукава» никогда не вызывает доверия. С такими работниками компания вряд ли может надеяться на достижение поставленных перед ней целей.

6. Сдержанная жестикауляция. Не стоит забывать о личном пространстве. Деловой этикет не приемлет тактильных контактов между участниками коммуникаций. Поцелуи и прикосновения недопустимы. Единственное, что может иметь место – это рукопожатие. Также стоит свести к минимуму различные жесты и мимику, ведь по ним легко можно определить недосказанность или неуверенность. Спину нужно держать прямо, взгляд должен быть твердым, а движения четкими.

7. Правила для всех. Деловой этикет един для всех, как для мужского пола, так и для женского. Деловая женщина также может жать руку собеседнику. При этом она не может кокетничать, бросать недвусмысленные взгляды или жеманничать. Особенности характера участника деловых отношений не должны выноситься на всеобщее обозрение. Строгость и сдержанность – вот основные правила, которых следует придерживаться в рабочей обстановке.

8. Соблюдение иерархии. В деловом общении на первый план выходит не гендерный признак, а принцип иерархии. То есть статус сотрудника определяется его местом на служебной лестнице. Соблюдение субординации – одно из важнейших правил в деловых отношениях.

9. Взаимоотношения внутри коллектива. Достижение поставленных компанией целей невозможно без эффективной команды. А хорошая команда строится на правильном взаимодействии между ее членами (ровные отношения, отсутствие «любимчиков» и «жертв», недопустимость личных отношений).

10. Конфиденциальность. Сотрудники должны уметь хранить конфиденциальную информацию, служебную тайну, не распространяться о положении дел в компании, следить за защитой персональных данных.

11. Деловой тон в письмах. В корреспонденции, направляемой от имени компании, или являющейся ответом на какой-либо документ, необходимо придерживаться правил деловой переписки.

Для этического решения профессиональных конфликтов существует четкий алгоритм, следуя которому появится возможность решить проблему в моральном и правовом поле. Он включает следующие инструкции [3, с.215]:

- поиск моральной и этической базы;
- согласование на соответствие действий с нормами профессионального кодекса;
- сопоставление и сравнение с этическими правилами;
- приведение к соответствию правилам нравственности и порядочности;
- проверка на общественное мнение и отзывы окружающих.

Таким образом, этика делового общения – негласные принципы общения в коллективе между сотрудниками, объединёнными общими профессиональными целями. Чтобы обмен информацией был упорядочен, важно соблюдать этические нормы. На практике их применение важно по нескольким причинам.

Во-первых, сотрудники благодаря соблюдению норм делового общения лучше понимают, какие цели перед ними стоят или что они должны сделать для достижения этих целей.

Во-вторых, этика делового общения помогает создать трудовую атмосферу в коллективе, где большую часть времени занимает производство, а не личное общение.

Грамотное деловое общение в коллективе помогает сотрудникам чувствовать себя комфортно в моральном плане при выполнении рабочих задач, а это во многом влияет на производительность труда.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Этика делового общения – это совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности.

Правила делового общения и этика профессионального поведения на практике необходимы для того, чтобы: упорядочить обмен информацией между сотрудниками; развить понимание, стоящих перед ними целей и действий для их

достижения; создать правильную трудовую атмосферу, направленную на производство; наладить производительность труда, создав комфортную моральную обстановку; избежать конфликтных ситуаций и недоразумений.

В общении имеется ряд таких положений, следуя которым можно в значительной степени облегчить деловое общение, повысить его эффективность и избежать промахов в процессе взаимодействия с другими в бизнесе. Эти правила применимы к отдельным видам делового общения: сверху-вниз, снизу-вверх и по горизонтали.

Для ежедневного применения необходимо знать следующие этические нормы: обращаться к коллегам по имени; быть доброжелательным и отзывчивым к окружающим; не браться за непосильные дела; кратко и содержательно выражать свои мысли; при общении не переходить на личность; прислушиваться к мнению собеседника; открыто вести беседу; соблюдать речевой этикет; грамотно подбирать гардероб и его цветовую гамму; соблюдать правила конфиденциальности; сохранять чувства собственного достоинства.

Основы делового общения можно постигнуть самостоятельно либо получить необходимые знания в учебных учреждениях, на курсах или семинарах. Искусство общения в профессиональной среде постигается на практике, когда индивид начинает действовать и вести себя как честный, надежный и культурный человек, и профессионал своего дела.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богомолова М.Н., Сейранов С.Г., Юрьев Ю.Н. Влияние этики на построение взаимоотношений в сфере делового общения // Ученые записки университета Лесгафта. – 2015. – №5 (123). – С. 40-44.
2. Гравицкий А. Основы деловой этики. – СПб.: Феникс, Северо-Запад, 2017. – 190 с.
3. Золотухина-Аболина Е.В. Современная этика: учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2016. – 416 с.
4. Егоршин А.П., Располов В.П., Шашкова Н.В. Этика деловых отношений: учебное пособие. – М.: НИМБ, 2016. – 416 с.
5. Игебаева Ф.А. Культура речи в деловом общении специалиста // Инновационная наука. – 2017. – №2-2. – С. 282-284.
6. Климченко М.С. Деловое общение как психолого-педагогическая проблема / М.С. Климченко // Молодой ученый. – 2016. – №15. – С. 461-464.

7. Кузнецов И.Н. Деловая этика и деловой этикет. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 256 с.
8. Ладатко Л.В. Этика и культура управления: учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 320 с.
9. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: учебник. 4-е изд. – М.: ТК Велби, Проспект, 2017. – 352 с.
10. Шаповалова Ю.И. Культура делового общения // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. LIII междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2017. – № 5(53). – URL: [https://sibac.info/archive/guman/5\(53\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/5(53).pdf) (дата обращения: 24.04.2019).