

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«**Российская таможенная академия**»



Кафедра управления

## **РЕФЕРАТ**

По дисциплине «Этика государственной службы и государственного  
служащего»

на тему «**ЭТИКА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ. ТЕХНОЛОГИЯ  
ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ  
ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ**»

Выполнил: Ю.Ф. Мещерякова,  
студент 4-го курса очной  
формы обучения факультета  
таможенного дела,  
группа Т095 ДС 2.1

Люберцы  
2013

# ПЛАН



## Ведение

1. Сущность этики деловых отношений
2. Основные принципы этики деловых отношений
3. Этические проблемы деловых отношений
4. Технология эффективной коммуникации сотрудников таможенных органов

## Заключение

## ВВЕДЕНИЕ



Этике деловых отношений уделяется в последнее время все большее внимание. Это выражается в увеличении объема обучающих программ в системе вузовской и послевузовской подготовки по соответствующим дисциплинам. Курсы изучения основ общей этики поведения вводятся также в некоторые школьные программы, в систему среднего специального образования, причем с течением времени охват учебных заведений подобными курсами увеличивается.

Работодатели при отборе персонала и его приеме на работу, а также в процессе непосредственного выполнения сотрудниками своей профессиональной роли широко используют эту проблематику. При этом необходимо подчеркнуть, что понятие «профессиональная роль» включает в себя не только способности к выполнению должностных обязанностей, но и навыки взаимоотношений с внешним окружением (коллегами, руководством, подчиненными, клиентами, партнерами) в процессе реализации зафиксированных для конкретной должности профессиональных задач или функций. Соблюдение этики деловых отношений является одним из главных критериев оценки профессионализма как отдельного сотрудника, так и организации в целом. Выполнение сотрудниками какой-либо организации норм и правил этики деловых отношений становится ее «визитной карточкой» и определяет во многих случаях тот факт, будет ли внешний партнер или клиент иметь дело с данной организацией в дальнейшем и насколько эффективно будут строиться их взаимоотношения.

# 1. СУЩНОСТЬ ЭТИКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ



Под **этикой в широком смысле** понимается система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни.

**Этика деловых отношений** — одна из сфер общественной жизни, которая, базируясь на общечеловеческих нормах и правилах поведения, имеет свои отличительные особенности.

Этика включает в себя систему универсальных и специфических (например, для какой-либо профессиональной деятельности) нравственных требований и норм поведения, т.е. этика деловых отношений основывается на общих правилах поведения, выработанных людьми в процессе совместной жизнедеятельности.



Многие нормы взаимоотношений в деловой обстановке справедливы для повседневной жизни, и наоборот, практически все правила межличностных взаимоотношений находят свое отражение в служебной этике. Вряд ли можно считать правильным такое положение, когда один и тот же человек ведет себя принципиально по-разному в деловой и домашней обстановке. Корректным во взаимоотношениях, внимательным и вежливым с людьми надо быть всегда и везде. Сказанное не исключает, например, определенную твердость и организаторские навыки во взаимоотношениях с близкими, равно как и чуткое отношение к личным проблемам коллег по работе.

Взаимосвязь этики в широком смысле и деловой этики можно проследить на логической последовательности отдельных проблем восприятия людьми друг друга. Благоприятная основа для знакомства, для дальнейших взаимоотношений во многом закладывается в первые моменты встречи.

Существенную роль при этом играет внешний облик человека, его соответствие ситуации, что демонстрирует уважительное отношение к другому. Немаловажную роль играет в данном случае такая кажущаяся мелочью деталь, как этика приветствия, рукопожатия и представления человека человеку

Эти начальные нюансы взаимоотношений важны как в повседневной, так и в деловой жизни.

Для установления приятных и полезных деловых взаимоотношений необходимо уметь заинтересовать человека своими четкими и в то же время образными высказываниями, вниманием к сущности вопроса. Эти проблемы решаются при отработке навыков риторики, важных в повседневной жизни и особенно в служебной обстановке. Эти навыки должны найти свое воплощение в специальных правилах подготовки и ведения беседы, так как с необходимостью их применения мы сталкиваемся повсеместно. Достижение результата беседы, причем в уважительной форме, является важным условием как в бытовой, так и в деловой обстановке.

Итак, практически все направления деловой этики имеют правила, применяемые этикой поведения в широком смысле. Кроме того, все без исключения направления деловой этики базируются на основополагающих нормах этики. К ним можно отнести уважение чувства собственного достоинства и личного статуса другого человека, понимание интересов и мотивов поведения окружающих, социальную ответственность за их психологическую защищенность и т.п.



## 2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭТИКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

**Принципы этики деловых отношений** — обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на необходимое поведение участников деловых отношений.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важнейших положениях:

создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс;

прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей;

приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

В работе американского социолога Л. Хосмера сформулированы **современные этические принципы делового поведения**, опирающиеся на аксиомы мировой философской мысли, прошедшие многовековую проверку теорией и практикой. Таких принципов и, соответственно, аксиом десять.



- 1) **Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании (принцип основан на учении древнегреческих философов)**
- 2) **Никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно 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, умеренности и т.п.).**
- 3) **Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, так как все мы работаем на одну общую цель (принцип основан на заповедях всемирных религий (Бл. Августин), призывающих к добру и состраданию).**
- 4) **Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества (принцип основан на учении Т. Гоббса и Дж. Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за благо)**
- 5) **Никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь (принцип основан на этике утилитаризма (практической пользе нравственного поведения), разработанной И. Бентамом и Дж.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 Ж.Ж. Руссо и Т. Джефферсона на права личности).

8) Всегда поступай так, чтобы максимизировать 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).

**Указанные принципы в той или иной степени присутствуют и признаются справедливыми в различных деловых культурах.**

### 3. ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ



**К важнейшим моральным проблемам, которые стоят перед субъектами деловых отношений, можно отнести следующие:**

1) соотношение целей и средств их достижения;

2) соотношение личных и общественных интересов;

3) выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом;

4) соотношение материальных и духовных ценностей при принятии решений.

В современных условиях ключевые этические проблемы деловых отношений на макроуровне возникают в следующих областях:



- 1) отношения между организациями;
- 2) отношения между организациями и государством;
- 3) отношения между организациями-производителями и потребителями;
- 4) отношения между организациями и владельцами (инвесторами);
- 5) отношения между организациями и местными сообществами;
- 6) отношения между организациями и окружающей средой.

## ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИЯМИ



**Между организациями, действующими в одной и той же сфере, неизбежна конкуренция, в процессе которой обязательно встает вопрос о выборе средств победы над конкурентом, в том числе и таких, как уменьшение цены продукции даже ниже ее уровня себестоимости, в том числе за счет падения заработной платы для снижения себестоимости и т.д.**

## Отношения между организациями-производителями и потребителями



Проблема отношений между **организациями-производителями и потребителями** возникает очень часто. В конечном счете, хотя организация и стремится к получению максимально высокой прибыли, ее деятельность будет успешной только в случае, если она дает потребителям то, что они хотят. Продукция не будет продана, если она не соответствует потребительским стандартам или на нее назначена неприемлемая цена. Система отношений между организациями-производителями и потребителями, однако, будет успешно работать при выполнении двух условий: если потребитель получает достаточно адекватную и точную информацию о продукции, с тем чтобы он мог принять обоснованное решение, и если потребитель свободен в выборе того, что он хотел бы купить.

## Отношения между организациями и владельцами (инвесторами)



Помимо всех других обязательств **организации** должны помнить о своей **ответственности перед владельцами (инвесторами)**. Основная часть из множества существующих способов обмана инвесторов разделяется на две категории: манипулирование инвестициями и нечестное использование прибылей или активов, приводящее к уменьшению законных доходов инвесторов. Во всем мире ежегодно десятки тысяч людей становятся жертвами манипуляций с инвестициями. Руководство организации может также злоупотреблять инвестициями, используя доходы и ресурсы для личного обогащения.

**Отношения между организациями  
и местными сообществами;**



Моральные проблемы возникают и в отношениях **организаций с местным сообществом**. Речь идет об участии организаций в обеспечении его экономической стабильности, развитии инфраструктуры местности, создании новых рабочих мест, сохранении предприятий, от которых зависит существование и благосостояние этих сообществ.

## Отношения между организациями и окружающей средой.



Взаимоотношения между **организациями и окружающей средой** являются одной из острейших проблем современности.

Многие организации пытаются решить экологические проблемы, нарушая моральные и юридические нормы. Соккрытие подлинной информации о последствиях вредных производств для окружающей среды, перенос таких производств в страны с неразвитым экологическим законодательством, подкуп чиновников, отвечающих за соблюдение природоохранных мер, — наиболее распространенные методы нарушений.





Серьезные моральные проблемы возникают в настоящее время и на микроуровне, внутри организаций, в таких областях, как:

- 1) принятие управленческих решений;
- 2) взаимоотношения между руководителями и подчиненными;
- 3) служебные разоблачения;
- 4) положение женщин в организации;
- 5) взаимные услуги.

# Принятие управленческих решений



Значительное число людей, оказавшихся в двусмысленной деловой ситуации, считают правильными все те действия, что не запрещены. Высшие руководители, как правило, редко прямо просят своих подчиненных о незаконных или неосторожных действиях, но часто дают понять, что кое о чем они предпочли бы не знать, намекая при этом на значительное вознаграждение. У менеджеров низового звена, как правило, нет четких инструкций относительно того, на какие аспекты их деятельности будут смотреть сквозь пальцы, а какие будут осуждать.

## Взаимоотношения между руководителями и подчиненными



Взаимоотношения между **руководителями и подчиненными** влияют на весь характер делового общения, во многом определяя его нравственно-психологический климат. Это касается, прежде всего, того, как и на основе чего отдаются распоряжения в процессе управления, в чем выражается служебная дисциплина, участвуют ли подчиненные в принятии решений, какими методами подчиненные поощряются к более активным действиям, в какой мере учитывается их индивидуальность.

# Служебные разоблачения



Значительная часть людей, встречаясь в организациях с вопиющими фактами растрат, обмана или коррупции, ничего не делает для их **служебного разоблачения**. Начиная с детского возраста, информирование старших о неблагоприятных делах ровесников, а позднее — сослуживцев или непосредственного начальства воспринимается многими весьма негативно. С этической точки зрения в таких ситуациях действительно существует нравственная дилемма. Возникает вопрос о критериях правильности такого рода информирования.

# Положение женщин в организации



С каждым годом доля женщин на производстве, в управлении, на государственной службе непрерывно возрастает. Женщины все более завоевывают оплачиваемые сферы занятости и профессии. Но, несмотря на достигнутый прогресс в положении женщин в организации, они продолжают сталкиваться с серьезными проблемами, в том числе их заработок, в отличие от мужчин, работающих в той же области, ниже; ограничение карьерного продвижения на высшие управляющие должности.

## Взаимные услуги



Нередко в деловых отношениях проблемы решаются в нарушение существующего юридического, экономического, морального порядка, за счет использования положения отдельных людей, имеющих привилегированный доступ к товарам и услугам. В системе **взаимных услуг** получатель обязан возратить услугу когда-нибудь в будущем, но — с «процентами». А когда услуга возвращена, то человек, ранее оказавший ее, снова обязан отплатить за эту еще большей услугой. Разрастаясь, система такого рода неформальных взаимоотношений по принципу «ты — мне, я — тебе» разрушает существующие официальные отношения между людьми и организациями.



#### 4. ТЕХНОЛОГИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

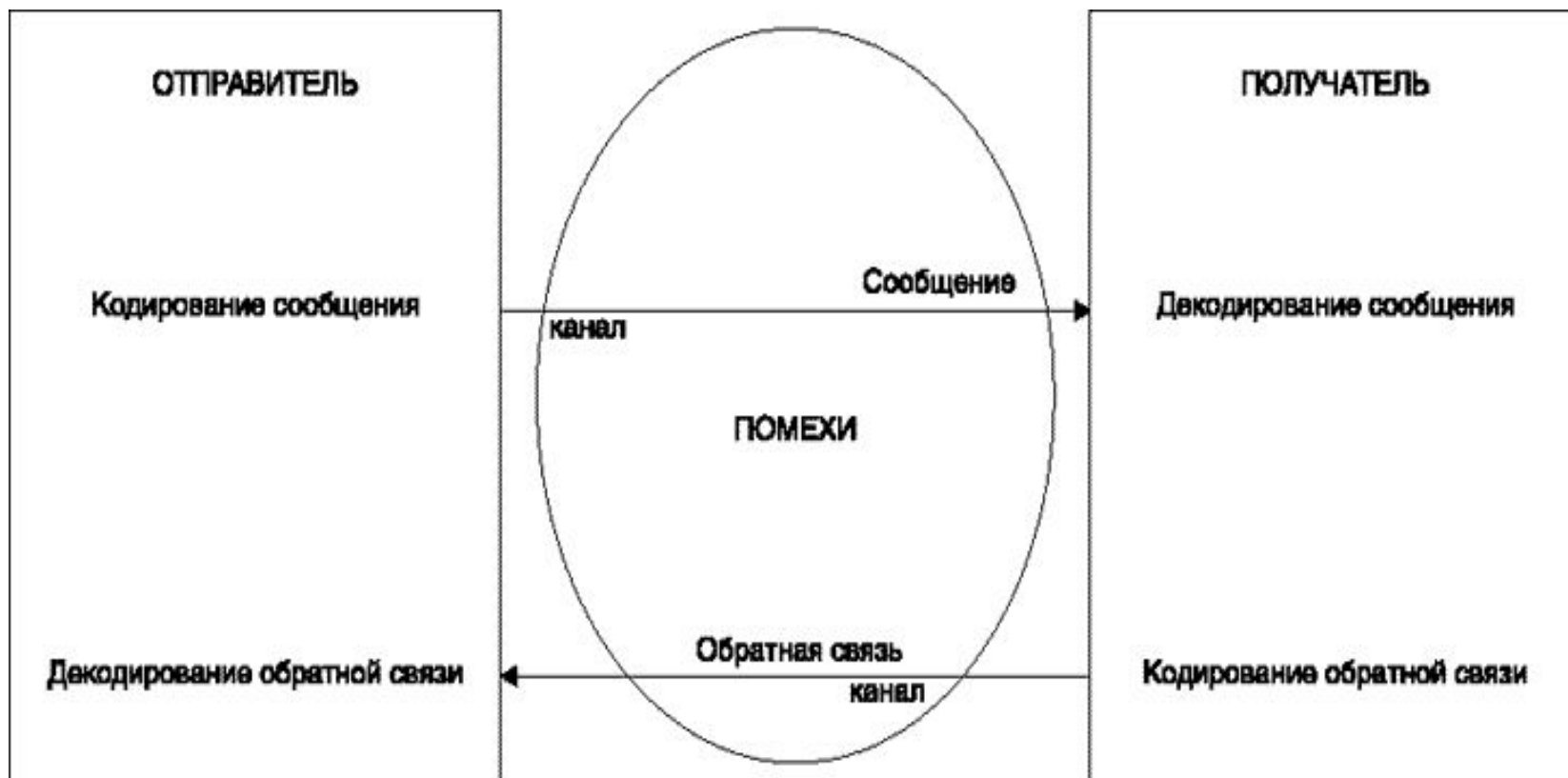
Коммуникации в организациях, в том числе и в таможенных органах должны обладать рядом характеристик:

быть ясными и  
точными;

быть прозрачными, а  
сообщаемые сведения –  
основанными на достоверных  
фактах;

должны взывать к лучшим  
интересам людей и помогать  
бороться с атмосферой  
недоверия в коллективе.

**Коммуникация считается успешной, если получатель информации понимает ее содержание адекватно тому смыслу, который в нее вложил отправитель**



**Рис. 1.** Коммуникативный процесс





Однако нередко внутриорганизационными коммуникациями пренебрегают. Это происходит по нескольким причинам, среди которых – нехватка времени у руководителей таможенных органов, общая перегруженность деловой информацией, а также многолетняя, если не многовековая, традиция однонаправленных связей сверху вниз. Факторы, снижающие эффективность коммуникации, называются коммуникационными барьерами.

Помимо объективных причин затрудняют коммуникации и субъективные факторы. Например, предвзятые представления людей, отвергающих новые идеи в силу их новизны, кажущейся с первого взгляда сомнительной, или в силу стереотипов. В результате искажается восприятие сообщения и как следствие снижается его результативность, замедляется процесс обратной связи.



Важно помнить и то, что успех коммуникационных процессов органически связан с соблюдением этических норм как со стороны получателя, так и со стороны отправителя информации. Эффективность коммуникаций зависит и от того, как построено сообщение. При создании его необходимо соблюдать такую последовательность: от внимания к интересу, от интереса к основным положениям, от уточнения деталей к возражениям и вопросам, далее – к заключению и призыву к действию.

## Самые распространенные способы осуществления коммуникаций между работниками и руководством:



ящик предложений

и

общие собрания

Но они становятся неэффективными, если предложения, поступающие от работников, не находят ответа. Нередко это происходит в силу того, что сообщений бывает довольно много и ответить на все не представляется возможным. Иногда руководство организации относится формально к самой идее ящиков и не утруждает себя ответами. Чтобы названные методы были эффективны, следует инициировать групповые предложения, что значительно упрощает процедуру ответов. Важно также не превращать общие собрания в фарс: диалог оппонентов не должен перерасти в монолог одного лица. Не стоит вынуждать работников посещать такие собрания и отсиживать их. Записки, передаваемые на трибуну, нельзя подвергать цензуре.

Чтобы выбранный канал коммуникации был эффективным, следует учесть ряд моментов:



- 1) руководителям высокого ранга полезно являться на собрания заранее, общаться с сотрудниками, смешиваться с коллективом – это воодушевляет и сплачивает людей;
- 2) организаторам данных мероприятий надо уметь вовлекать аудиторию в диалог;
- 3) участникам собраний следует готовить вопросы заранее, подавать их в напечатанном виде.

**Важно также установить четкие критерии для определения информации, которая подлежит распространению среди персонала. Такие сведения могут повысить производительность труда.**



Осуществлять коммуникации следует, по крайней мере, несколькими способами, такими как:

- 1) личная беседа с сотрудниками;
- 2) рассылка циркуляров и меморандумов;
- 3) распространение информации по электронной почте;
- 4) использование видео и кабельного телевидения.

Для формирования в сознании персонала положительного имиджа организации и доведения до сотрудников ключевых сообщений применяются следующие формы внутриорганизационных коммуникаций:

- 1) листок новостей;
- 2) отчеты сотрудников
- 3) доски объявлений;
- 4) страница организации в Интернете;
- 5) общие собрания работников.

**При информационном взаимодействии с сотрудниками решаются такие ключевые задачи, как делегирование полномочий, воспитание чувства гордости за свою организацию.**

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях: в отношениях между предприятием и социальной средой; между предприятиями; внутри одного предприятия. Между сторонами того или иного вида делового общения существует своя специфика. Задача состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которое не только соответствовали каждому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем, они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать таким образом: в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступать так, чтобы твоя воля была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон.

Таким образом, в основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация, интересов. Естественно, если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этический правильный выбор и принять индивидуально решение, часто дело совсем не простое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решения, порождают комплекс моральных проблем, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ



- 1) Этика деловых отношений: учебник/ под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2010 г.
- 2) Леонтьев А.А. Психология общения. - М. издательство «Палеолит», 2004.
- 3) Психология и этика делового общения / Под ред. В. Н. Лавриненко. - М., 2005.
- 4) Конева Е.В. Психология общения: Учеб. пособие. - Ярославль, 2005.
- 5) Фомин Ю.А. Психология делового общения.- Минск: Амалфея, 2000.
- 6) Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. – М.: Дело, 2000.
- 7) Эффективное деловое общение. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
- 8) Егоршин А.П. Основы управления персоналом. – М.: ИНФРА-М, 2006.