

С.Г. Звонова (5 курс, каф. МБ), Т.А. Степина (6 курс, каф. МБ),
Е.Р. Счисляева, к.э.н., доц.

ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА ЭТИКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦУЗСКОГО АВТОКОНЦЕРНА RENAULT

В работе рассматривались следующие вопросы:

- Этика делового общения на международном уровне.
- Этика делового общения французских менеджеров.
- Деятельность французской компании Рено.

При изучении этики делового общения на международном уровне были проработаны проблемы не только деловой этики вообще, но также этики управления, этических факторов в экономике, делового общения и ведения переговоров, этические ценности и нормы.

Рыночное хозяйство – это механизм производства и распределения, обеспечивающий получение максимально возможных благ всем обществом в целом. Оно не может быть аморальным. Действуя в рамках рыночной экономики, люди стремятся к выгоде для себя, опираясь при этом на общепризнанный этический фундамент. Отсутствие такого морального регулирования приводит к усилению государственного контроля экономики, т.е. там, где рынок этически не ориентирован, возникает необходимость большего правового регулирования и наоборот. В условиях экономической свободы и конкурентных отношений значение этического регулирования повышается. Структурной единицей рыночного хозяйства является компания. Следование этическим нормам позволяет любой компании наиболее эффективно функционировать.

Существует несколько теорий о роли компаний в обществе. Теория традиционной корпорации основана на том, что основная цель бизнеса – прибыль. Бизнесмен не должен брать на себя никаких обязательств, кроме юридических. Теория метрокорпорации гласит, что корпорация – основной общественный институт. Ее основной долг – служение обществу. Также существует и промежуточная теория, которая стремится к равновесию стремлений к прибыли с социальной ответственностью.

Многонациональные корпорации, действуя в собственных интересах, рассматривают себя в качестве посредников в обменах, обуславливающих экономическое и социальное развитие. Они характеризуются высоким уровнем этической ответственности и подконтрольностью. С ростом уровня экономического благосостояния внимание страны к этике возрастает. При этом стандарты этического поведения различны в разных странах. Поэтому многонациональные корпорации должны следовать некоторым рекомендациям, таким как:

- Разработка этических нормативов, применимых во всем мире.
- Учет этических вопросов при разработке стратегии.
- Уход с сомнительного рынка при возникновении крупных неразрешаемых этических проблем.
- Составление периодических отчетов о “воздействии на этику”.

На ведение бизнеса влияют история, традиции, обычаи, нормы поведения и национальные особенности взаимодействующих сторон. Франция обладает богатой историей и культурой, которая обуславливает особенности делового сотрудничества.

Одним из самых известных французских предприятий, работающих на российском рынке, является компания Рено (основана 1 октября 1898 года). Эта компания достигла большого успеха на международном рынке благодаря не только техническому совершенству продукции, но и тому, что менеджеры компании учитывали национальные особенности стран, на рынки которых компания выходила со своей продукцией.

Выводы.

1. Основа бизнеса – профессиональная, экономическая, управленческая, национальная и политическая этика.
2. Успех международного сотрудничества определяется знанием истории, традиций, обычаев, норм поведения и национальных особенностей взаимодействующих сторон.
3. Соблюдение этических норм обеспечивает компаниям успех на внутренних и зарубежных рынках.