**Көшбасшылықтағы этикалық мәселелер**

Іскерлік қатынастар - бұл қызмет көрсету саласындағы адамдар арасындағы байланыстарды дамытудың күрделі, көп қырлы процесстері. Қатысушылар ресми мәртебелерде әрекет етеді және мақсатқа, нақты міндеттерге қол жеткізуге бағытталған.

Аталған процестің ерекшелігі - бұл реттеу, яғни ұлттық және мәдени дәстүрлермен, кәсіби этикалық принциптермен анықталған белгіленген шектеулерді беру. Іскерлік қарым-қатынастар процесінде міндетті шарт - бұл адамдардың қарым-қатынасы, іскерлік қарым-қатынас этикасын байланыс үлгісі, қарым-қатынастар арқылы қарастырамын. құзырлы диалогта, сұхбаттасушыды ұйымдастыру қабілеті түпкілікті нәтижеге байланысты.

Іскерлік қарым-қатынас коммуникациямен тығыз байланысты, өндірістік қызметтің өзара әрекеті - бұл әлеуметтік коммуникацияның ең ауқымды түрі. Ол коммерциялық және әкімшілік-құқықтық, экономикалық-құқықтық және дипломатиялық қатынастар саласын білдіреді.

Бизнес-коммуникация қоғамдық өмірдің барлық салаларына еніп жатыр. Барлық меншік нысанындағы кәсіпорындар, жеке тұлғалар коммерциялық және іскерлік қатынастарға кіреді. Іскерлік қарым-қатынас саласындағы құзыреттілік кез-келген бизнестегі табысқа немесе сәтсіздікке тікелей байланысты: ғылым, өнер, өндіріс, `сауда. Менеджерлерге, кәсіпкерлерге, өндірісті ұйымдастырушыларға, басқарумен айналысатын адамдарға, осы мамандықтардың өкілдері үшін коммуникативті құзыретке ие болу - олардың кәсіби имиджінің маңызды бөлігі.

Іскерлік қарым-қатынастар - қызмет, ақпарат және тәжірибе алмасу болып табылады өзара іс-қимыл және ынтымақтастық процесі, нақты мәселені немесе белгілі бір мақсатқа жетуге шешу, белгілі бір нәтижеге қол жеткізу дегенді білдіреді.

Тұтастай алғанда, іскерлік қарым-қатынас қарапайым (бейресми) тараптардан ерекшеленеді, бұл ретте олардың процесінде оларды шешуді талап ететін мақсат пен нақты міндеттер қойылған. Іскерлік қарым-қатынаста сіз серіктеспен өзара әрекеттесуді тоқтата алмайсыз (кем дегенде екі тарап үшін шығынсыз).

Іскерлік байланыстар шартты түрде тікелей және жанама түрде бөлінуі мүмкін.

Тікелей іскерлік байланыстың тиімділігі, эмоционалдық әсер ету және ұсыныстың жанама емес, ол әлеуметтік-психологиялық тетіктерді тікелей басқаратындығына ие.

Іскерлік этикетте екі топ ереже бар:

* бірдей ұжымның мүшелері (горизонталь) тең дәрежесіндегі құрдастар арасындағы байланыс саласында әрекет ететін нормалар;
* басшылық пен бағынышты (тік) арасындағы байланыс сипатын анықтайтын нұсқаулар.

Американдық зерттеуші Лара Нэш 1990 жылы «Жақсы ниеттерімен бірге» атты тақырыпқа ие кітап шығарып, онда жұмысшылардың көшбасшылары мен бизнес-қатысушыларының жақсы ниеті жұмыс орнында туындайтын күрделі этикалық мәселелерді шешуге жеткілікті фактор емес екендігі туралы қорытындыға келді .

Кейбір әдемі және айрықша іскер адамдар жеке өмірінде қатаң моральдық құндылықтарға ие болса да, Нэш бизнес өмірінің динамикасы олардың моральдық кодексінен тыс қосымша моральдық принциптерге ие екендіктерін белгілейді.[1]

«Егер адам ешқандай өнімді шығармаған компания иесі болса, онда ешқандай қалдықты шығармайды, тіпті мұндай жағдайда да адам негізгі моральдық стандарттар туралы ұмытпауы керек. Кез-келген менеджер жиі күрделі этикалық мәселелерді шешетін шешімдер қабылдау қажеттілігіне тап болады және мұндай жағдайларда басқарушы ештеңені өзгерте алмайды: ол адамдарға сөзсіз әсер ететін шешімдер қабылдауға мәжбүр болады; ол мәжбүрлі материалдық құндылықтар мен қалыптасқан моральдық қағидаттар арасында таңдау керек мәмілелерге баруға тиіс; ол өз ұйымының мүдделері мен жұмыстың мақсаты нақты қызметкерлердің немесе тұтынушылардың жеке қажеттіліктеріне қайшы келеді », - деп жазады L. Nash.3 [2]

Сондықтан бизнес-этиканы зерттеу кез келген ұйымның көшбасшысы үшін өте маңызды. Америка Құрама Штаттарындағы әртүрлі ұйымдардың басшыларымен сұхбаттасқан Л. Нэш Американың іскерлік әлемінің көшбасшылары жиі кездесетін негізгі этикалық мәселелерді атап көрсетті:

* есептерде және тексерулер барысында фактілерді және дұрыс емес мәліметтерді жасыру;
* қиын уақыттар туындаған кезде компания мүдделеріне нұқсан келтіре алатын шешімдерге шамадан тыс өзіндік сенім;
* басшылыққа ешқандай этикалық емес және әділетсіз болса да, оның сөзсіз ұсынылуы;
* жеке мүдделер мен корпорация мүдделері арасындағы қайшылық;
* сүйіктілердің болуы;
* кінәсіз және дәрменсіз адамдарға белгілі бір жұмысты орындау үшін құрбандық бару;
* тұрақты этикалық емес әрекеттер атмосферасындағы өздерінің қаһармандығын және келіспеушілігін білдірудің мүмкін еместігі;
* отбасына аз көңіл бөлу немесе жеке жұмысқа көп көңіл бөлу;
* қауіпсіздік сипаттамалары бар өнімдерді өндіру;

Нэш осындай проблемалармен бетпе-бет келген басшылар мен жұмысшыларға тек «отбасыларында, мұғалімдерде, шіркеулерде немесе мәжілісханаларда моральділік туралы білетіндігімен» жүре алмайтындығына назар аударады. «Тозаққа жол жақсы ниеттермен жабылады», - деп жазады Л. Нэш. Көптеген адеп-ахлақ емес шешімдер қабылданады және бизнестегі ең жағымсыз іс-әрекеттер өте адал және жақсы ниетпен жасалады.

Көптеген ғалымдардың пікірінше, заманауи іскерлік этика үш негізгі қағидаға негізделуі керек: 1) барлық нысандардағы материалдық құндылықтарды құру бастапқыда маңызды процесс ретінде қарастырылады; 2) пайда және басқа да кірістер әртүрлі әлеуметтік маңызды мақсаттарға жетудің нәтижесі ретінде қаралады; 3) іскерлік әлемде туындайтын проблемаларды шешуде басымдылық, өндіріспен емес, тұлғааралық қарым-қатынастардың мүдделеріне беріледі. [4]

Жанжал мінез-құлық, біздің жеке ережелерін қабылдайды, онда дилемма шешуге жеткілікті қиын, біз басқалардың мүдделерін қозғайтын шешімдер қабылдауға мәжбүр болған кезде, нақты қиындықтар басталады. Сынақ және қателік арқылы өз ережелеріңіздің мәнін анықтауға болады.

Дегенмен, бизнестің шешімдері басқа адамдар үшін де солай әрекет етуді талап етеді, бұл оған әсер ететін барлық жанжалды мүдделерді өлшейді. Мысалы, біз көбінесе акционерлер мен қызметкерлердің мүдделерін теңдестіруіміз керек. акционерлер, бұрынғы ағымдағы және болашақ қызметкерлерінің әр түрлі көзқарастар мен мүдделерін әрең бірдей болуы мүмкін, өйткені мұндай көзқарас, кейбір жеңілдету зардап шегеді. [5]

Белгілі бір стандарттар жиынтығы бар белгілі бір компания туралы сөйлескенде, ол стенографиялық жазба түрінде жақсы көрінеді. Компанияны құрайтын адамдар оның мінез-құлқы үшін жауапты және олардың бірлескен әрекеттері компания стандарттарын анықтайды. Компанияның этикалық стандарттар оның іс-әрекетіне емес, оның атынан жариялаған ниеттер ханжеская есептілігі, сәйкес анықталады. Бұл дегеніміз, компанияны басқаратын тұлғалар өздерінің компаниялары қорғайтын ұстанымын көрсетпеуі керек, дегенмен бұл қиын болуы мүмкін. Компанияның табиғаты онымен жұмыс істейтіндер үшін, онымен айналысатындар үшін және оған қосылуға ниет білдіргендер үшін маңызды.[6]

Алайда, жеке менеджерлер ретіндегі біздің ұстанымымыз және этикалық және коммерциялық стандарттар үйлесімін қажет ететін шешім қабылдаудағы мінез-құлқымыз өте маңызды. А. Кадбери мұндай шешімдерге дайындық кезінде екі кезеңнен өтуге пайдалы деп санайды. Біріншіден, өзіміздің жеке мінез-құлық ережелерімізді барынша жақынырақ анықтау.

 Біз әдеби еңбегі айырылған Жазбалардағы бұлыңғырлық экспозиция, әкелуі мүмкін адамгершілікті Максим, тізімін жасау қажеттігі туралы айтып емес.

Біз бұрынғы шешімдерімізді қайта тірілту туралы және олардың негізінде біздің қазіргі ережелерімізді дамыту туралы айтып отырмыз. Мақсаты - принциптердің бір жиынтығын жариялау арқылы өзіңізді де, басқаларды да шатастырмау, екіншісіне сәйкес әрекет ету. Біздің этика біздің іс-әрекетімізде көрініс табады және осы себепті өзімізге қарағанда басқаларға түсінікті.[7]

Біз жеке тұлғалар болып табылады, онда түйсіне отырып, біз өзіміздің шешім және қалай осындай шешімі өзгелердің мүддесін анықтау үшін әсер етеді басқа кім қарастыру, атап айтқанда, екінші кезеңіне жылжытуға болады.

Кейбір мүдделер жақсы ұйымдастырылған топтармен ұсынылады, ал басқалары сөз сөйлеушілер болмайды. Егер фабрика жетекшісі қызметкер өкілдерімен жалақы туралы келіссе, олардың міндеті қазірдің өзінде жұмыс істеп жатқан адамдардың мүдделерін ескеру. Дегенмен, жалақы келісімдерінің зауыт өндірісінің өзіндік құнына әсері жаңа қызметкерлердің жұмысқа тартылуына әсер ете алады. Осылайша, менеджер әлеуетті қызметкерлердің мүдделерін елемейді, бірақ бұл мүдделер келіссөздер үстелінде ұсынылмайды. [8]

Басқарушылардың қорытынды нәтижесінде заңды мүддесі бар барлық тараптардың дәлелдер мүмкіндік береді екі есе маңызды қабылдау мүдделерін қорғау мақсатында ұйымдасқан топтар пайда болуы. Пайыздық топтар өз көзқарасын жариялауға және оны насихаттауға тырысады, ал олардың артықшылығы олардың міндеттемесінде жатыр. Мысалы, олар белгілі бір жерде әуежай құрылысына қарсылық көрсетеді, бірақ балама іздеуге жауапкершілік алмайды. Бұл тар фокус жауапкершілікті қашып және сол жолмен шешу мүмкін емес менеджерлер, бар дау қысым топтары артықшылық береді.

Марк Pastine «басқару қиын міндеттерді,» мақала кейбір шындық бар осы анықтау «араласпайтын этикалық біріншілік» деп атайды.Компаниялар Оңтүстік Африканың филиалдарын уақытша жабуға шақырған науқан этикалық озбырлықтың үлгісі болды. Апартеид саяси, әлеуметтік және адамгершілік көзқарастардан жиренішті. ретінде шын жүректен оған сенді ол қандай да бір учаскесінде қалған, өзгерту бағытын әсер етуі мүмкін деп мәлімдеді, кім, сондай-ақ Оңтүстік Африкада қызметін шектеу пайдасына, кім. Дегенмен, қарсы апартеид науқанның жақтастары көптеген екі тарап, сайып келгенде, сол мақсатқа бар екенін бекіту қабылдамады. Олардың пікірінше, бұл компаниялар Оңтүстік Африка мәселе бойынша «қолын жуу» мүмкіндік беретін мінез-құлық тек этикалық желісі, еншілес компаниялардың сату екені түсінікті.Менеджерлер өздігінен сенімді бола алмайды. [9]

Оңтүстік Африкадағы компанияның қызметін шектейтін «қарсы» немесе «қарсы» аргументтердің салмағын ескере отырып, шешім қабылдау нәтижесінде кімге және неге байланысты мәселелерге назар аудару керек. Ең бастысы, Оңтүстік Африкада орналасқан филиалдар қызметкерлерінің мүдделері әсер етті, өйткені олардың шешімі олардың болашағына қатысты болды. Сонымен қатар, олар Оңтүстік Африкадан тыс дауыс естілмейтін топтар болды. [10]

Акционерлер Оңтүстік Африкадағы үзілістің салдарынан шектеу қызметінен шығындарды алып тастаған.Іс-әрекеттердің шектелуін білдіретін топ - бұл кез келген жағдайда шешім ештеңе жасамайтын жалғыз адам.Тіпті осы қысқаша талдаудан, компаниялардың Оңтүстік-Африка аффилиирленген тұлғаларын сатқан-бермейтіні туралы сұраққа ешқандай жауап жоқ екені анық. Күрделі мәселелерді қарапайым альтернативаларға азайту үшін қысым, олардың біреуі дұрыс және екіншісі дұрыс емес, біздің уақытымыздың өкінішті белгісі.Дегенмен директорлар кеңесі сирек екі нұсқа ұсынады. Осы себепті, көбінесе әр түрлі қорытындылар мен шешімдер келіп сол проблемаларға тап компаниялар, уақыт өте келе өзгеруі мүмкін.

«Азық-түлік өнімдерін өңдеу жөніндегі бөлімшені сатуға шешім қабылдаған кезде, менің жеке компаниямызға шектеулі әрекеттер туралы даулы мәселе келді», - деп еске алады Кадбери.Арқасында бірлік аймақтық кеңселері бар британдық фирма ретінде тіркелген болатын, бұл шын мәнінде, ол әлемнің барлық өңірлерінде кондитерлік және алкогольсіз сусындар өндірісі бойынша ресурстарды шоғырландыру болды компанияның стратегиясы, сәйкес емес. Бірақ бұл бизнес өте тартымды болды, ал менеджерлер мен үшінші тараптың үміткерлері арасында бәсекелестікті тез арада сатуға шешім қабылдады. Бөлім қызметкерлері басшылардың ұсынысын қолдап, өз ұстанымдарын айқындады. Бұл жағдайда, олар мүдделі тараптардың кез келгеніне қарағанда, мүдделерін қорғау үшін көп ақпаратпен насихат жүргізу үшін ең жақсы ұйымдастырылған топты ұсынды.Бұл жағдайда картада не болғаны да түсінікті. [11]

 Акционерлердің көзқарасы бойынша, әртүрлі бәсекелестердің жарияланған құннан асып кету шамасы шешімнің басты бағыты болып табылады. Сондай-ақ, олар мәмілені ешқандай кешіктірусіз және ағымдағы істердің басшыларының назарын аудармай-ақ қызықтырды. Бұдан басқа, жеңімпаз компанияның тауар белгісін қалай сақтайтыны туралы ойлану қажет болды, себебі бірлік өз өнімдерін бас компания атауымен өндіретін болады.Түрлі ұсыныстар оң және теріс тұстарына салмағы, Директорлар кеңесі тұтынушыларға, соның ішінде импакт-бірлік сату болады, барлық топтарда, жағдайды қарады. Басты міндет - қызметкерлер мен акционерлердің мүдделерін үйлестіру. (Бұл жағдайда, белсендірек біз акционерлер, осы екі топтардың жақын конвергентті мүдделері болуға қызметкерлерді ынталандыру.) [12]

Дегенмен, іскер адамдар мен ұйымдарға кеңінен талқыланған нәрселердің көбісі жұмыс орнында кездесетін этикалық мәселелерді шешуге өте аз көмектеседі. Осындай типтік жағдайдың мысалын келтірейік. Этикалық ресурстар (этика ресурстық орталығы) орталығы көп этикалық болуы қажет (әсіресе кәсіпкерлер) американдықтар шабыттандыру тиіс, үнпарақтар жанрында кітаптар таралуына арналған, Inc., американдық Ойымыз ұйымының негізін қалаған, сондай-ақ семинарлар өткізу болды. Оның таратқан әдебиеттеріне қарағанда, оның қызметіне басты себеп - еркін кәсіпкерлік жүйесін сақтау. Ұйым экономикалық абайсыздық жүйесі, парақорлық, пара алу және ұқсас құбылыстардың көбеюіне жол беріп, қауіп төндіреді деп есептейді.

Американдық Ойымыз өкілдері осы құбылыстар мораль нормаларына сәйкес реттеледі, егер оларға қарсы күрес мемлекет астам кетуі мүмкін және сол уақытта барлық экономикалық бостандық жоғалады деп мәлімдейді. [15]

Менеджерлер мен қызметкерлердің этикалық мінез-құлығын арттыру үшін келесі іс-шаралар мен әдістерді қолдануға болады:

этикалық кодексте ұйымның пікірінше, оның қызметкерлері ұстанатын жалпы құндылықтар мен этикалық нормалар жүйесін сипаттайды. Этикалық стандарттар ұйымның мақсаттарын сипаттау, қалыпты этикалық атмосфераны құру және шешімдерді қабылдау үдерісінде этикалық ұсыныстарды айқындау үшін әзірленген. Әдетте ұйымдар ұйым қызметкерлеріне этикалық стандарттарды баспа материалдары түрінде жеткізеді; [16]

1.«Этикеттік карталар» - компанияның әрбір қызметкері үшін корпорацияның этикалық кодексін белгілейтін этикалық ережелер мен ұсынымдар жиынтығы. Олар сондай-ақ компанияның этикалық мәселелер бойынша консультантының атын және телефон нөмірін қамтиды. Бұл әдіс жапондық компанияларда белсенді қолданылады;

2.Этика жөніндегі комитеттер. Кейбір ұйымдар мұндай комитеттер барлық дерлік мүшелері, этикалық күнделікті тәжірибесін бағалау үшін тұрақты әдеп мәселелері бойынша комитетінің жасау - аға деңгейдегі менеджерлер; басқалары осындай комитеттерді құрмайды, сонымен қатар этика заңгері деп аталатын іскери этиканың мамандарын жалдайды. заңгер рөлі - ұйымның іс-әрекетіне байланысты этикалық мәселелерді, сондай-ақ ұйымның «әлеуметтік ар-ұждан» функциясы бойынша, пайымдаулар жасауға қажет;

3.Әлеуметтік аудиттерді ұйымның іс-әрекеттері мен бағдарламаларының әлеуметтік әсеріне бағалау және есеп беру ұсынылады. Әлеуметтік аудиттің тараптары осы түрдегі есептер ұйымның әлеуметтік жауапкершілігінің деңгейін көрсете алады деп санайды;

4.Этикалық мінез-құлықты оқыту. Ұйымдардың этикалық мінез-құлықты арттыру үшін қолданатын тағы бір тәсілі - этикалық мінез-құлықты менеджерлер мен қызметкерлерге үйрету. Сонымен бірге, қызметкерлер өздеріне туындауы мүмкін этикалық проблемаларға сезімталдықты арттыратын бизнестің этикаымен танысады. студенттер жақсы осы мәселелерді түсіне бастайды, сондықтан персоналды басқару даярлау және мемлекеттік басқару даярлауда субъектісі ретінде этика ендіруге, этикалық мінез-құлық оқытудың тағы бір нысаны болып табылады;

5.Этикалық шолу аға басқару, қызметкерлердің немесе жұртшылықтың алаңдаушылығын туғызады, және ұйымның имиджін мен болашағын әсер етуі мүмкін ұйымның (немесе жобаның) нақты аспектілерін жан-жақты талдау болып табылады. Осы сараптама жүйесін нәтижесі моральдық рухын және моральдық орнықтылығын ұйымдастыруды жақсартуға бағытталған ұсыныстар, сондай-ақ ұйымның практикасына түзетулер (немесе оның нақты жобаларды) айналады;

6**.**Ұйым мәселелері ұйымның күшімен шешілуі мүмкін емес кезде этикалық кеңес байланысты бизнес құзыретті тәуелсіз әдеп мәселелері бойынша мамандар шақырылған нақты моральдық дилемма қатысты ахуалдың күрделілігі мен қайшылықтардың (немесе ешқандай тиісті құрылым жоқ) қамтамасыз етіледі. [17]

Қорытынды

Қазіргі әлемде кәсіптік өсу мен іскерлік табыстар белсенді өмірлік ұстаным қалыптастырусыз өзін-өзі дамытусыз мүмкін емес. Бұл үшін жас адам өз тәжірибесінің стереотиптерін қайта қарастыруға және өзара түсіністікке негізделген мінез-құлықтың жаңа модельдерін меңгеруге дайын болу керек. Байланыс саласындағы өзара түсіністік - кез келген бизнестің қажетті және маңызды элементі.

Іскерлік қарым-қатынаста кедергі болып саналатын «бизнес Machiavellianism» деп аталатын осы лауазымнан этикалық нормалар мен этика тілі қолданылады. Ол моральдық және әлеуметтік жауапкершілікке қатысты «қажетсіз», «цехқа» мәселелер бар нәтижесінде мораль, этикалық мұраттарын, баж және әлеуметтік міндеттемелерді туралы әңгіме жол бермеуге тырысады.

Кəсіпкерлердің, кәсіпорындар басшыларының этикалық емес мінез-құлқы - бұл заңның бұзылуы. Бірақ этикадан тыс мінез-құлық өнімдердің кемшіліктерін жою бойынша әртүрлі шараларды қабылдамайтын компаниялардың әртүрлі іс-әрекеттері деп саналуы керек, бұл халық үшін зиянды зардаптарға әкелуі мүмкін.

Іскерлік қарым-қатынас этикасы бизнесті жүргізудің мақсаттары мен құралдарына қатысты кең ауқымды мәселелерді қамтиды. Осыған байланысты іскерлік прагматизм өкілдері кейде пара, пара және т.б. сияқты мақсаттарына жету үшін қолайсыз құралдарды пайдаланатынын атап өткен жөн. Сонымен қатар іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары этикалық емес сипатта болуы мүмкін. Сонымен қатар, ол этикалық емес деп санауға болады, себебі ол заңсыз, бірақ іскерлік қарым-қатынастың моральдық құндылықтармен сәйкес келмеуі. Мысал ретінде, экологиялық зиянды кәсіпорындар құру туралы мәмілелер жасасу, келісімшарт жасасу.

Этика мен бизнестің арасындағы қайшылыққа қатысты екінші ұстаным іскерлік қарым-қатынаста этикалық нормаларды сақтау кәсіпкерлердің қоғамға және өздеріне деген жауапкершілігінен ғана емес, сонымен бірге өндірістің тиімділігіне де маңызды деп танылады.
 Бұл жағдайда этика мінез-құлықтың моральдық императиві ретінде ғана емес, сондай-ақ іскерлік байланыстарды нығайтуға және іскери қарым-қатынастарды жақсартуға көмектесетін кірістілікті арттыру құралы ретінде де байқалады.
 Бұл көзқарас өркениетті және ақырында тиімдірек, себебі кәсіпорын қоғамның құрамдас бөлігі болып табылады және үйде коммуникацияның этикалық нормаларын бекітеді, сонымен бірге олардың таралуына және әлеуметтік ортада тұратын әлеуметтік ортаға ықпал етеді. Қоғамдағы этикалық атмосфера неғұрлым табысты бола тұрса, жағдай бизнес үшін тиімдірек болады. Жоғарыда айтылғандарды негізге ала отырып, іскери қарым-қатынас дағдыларын меңгеру болашақ іскер адамдар үшін: менеджерлер, экономистер және басқалар үшін қажет деп қорытынды жасауға болады. Бұл оңай емес, бірақ бұл қиын емес. Болашақта бұл дағдылар мәмілені жасасуға немесе келісімшартқа қол қоюда маңызды рөл атқаруы мүмкін. Сондықтан, менің ойымша, біз әлі де көп нәрсені үйренеміз, болашақта біздің кәсіби қызметімізде жоғалмаймыз.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Аристотель. 4-т т.4 Т.4 - М., Мысль, 2003.
2. Браим И.Н. Іскерлік қарым-қатынас этикасы. - Минск: «Өмір, 2006».
3. Ботавина Р.Н. Іскерлік қатынастар этикасы: Proc. артықшылықтар. -М., 2001.
4. Ботавина Р.Н. Басқару этикасы: Оқу құралы -М: Қаржы және статистика 2007-192с.
5. Volgin BV Іскерлік кездесулер. - М.: Бизнес ой, 2005. P.121.
6. О.Волмянская, Э.И.Волмянский. Менеджменттің практикалық нұсқаулығы: Success in International Experience / Trans. Ағылшын-Мн: «Жаңа білім» ЖШС, 2002 ж.
7. Бороздин Г.В. Іскерлік қарым-қатынас психологиясы. Мәскеудегі баспа: Infra-M 2000.
8. Герчикова И.Н. Іскерлік этика және халықаралық практиканы реттеу M: Consultantbanker; 2002 ж.
9. Герчикова И.Н. Басшылық: ЖОО-на арналған оқулық. 4-ші жазба, Перераб. және EXT. - М. Бірлік - Дона, 2005. - 511с.
10. Данкель Дж. Бизнес-этикет. Феникс. Ростов-на-Дону .2007. C. 19.
11. Деболский М.С. Іскерлік қарым-қатынас психологиясы. - Мәскеу: PRIOR, 2003.
12. Козловский П. Этикалық экономиканың принциптері. - Санкт-Петербург: Экономикалық мектеп, 2004.
13. Конева Е.В. Байланыс психологиясы: Proc. Пособи - Ярославль, 2002.
14. Корпоративтік мәдениет: оқу құралы. Автор - комп. Кузнецов Н.Н. - М.Н. : Кітап үйі; Мысанта 2006 - 304с.
15. Леонтьев А.А. Психология - М., 2007 ж.
16. Назаров Ю.А. Басқару негіздері: дәрістер курсы (Волгоград, «Царицын» IPK, 2000 ж.).
17. Ниренберг Ж., Калеро Г. Адамды кітап ретінде оқыңыз -М., 2005.

Құрастырған: **Жеңісбекова К.Е**