

УДК 316.6

© А. В. Вильямович, 2019

*Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет (СпбГУ), Россия  
E-mail: 3108007@gmail.com*

### **СОЦИАЛЬНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ЭТИКИ ПОВЕДЕНИЯ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Данная статья посвящена проблеме конструирования этики поведения на предприятии. Приведены результаты социологического исследования, показывающие существование разрыва между пониманием этики поведения руководством компании и ее сотрудниками. Автором предложена социальная технология как стандарт конструирования этики поведения в организации, который способствует развитию моральных устремлений и потребностей личности, в конечном итоге стимулируя развитие деятельности предприятия.*

**Ключевые слова:** этика поведения, сфера услуг, социальная технология, руководитель, сотрудник, предприятие, стандарты, организация.

Современные рыночные условия деятельности предприятий, характеризующиеся активизацией рыночных отношений, динамичностью и диверсификацией управления, предъявляют новые требования к руководителям организаций и менеджерам по персоналу. В связи с этим в деятельности предприятий можно констатировать возрастающую сложность общественных, внутриколлективных и межличностных отношений. В частности, это, касается того, что все работники различаются по набору ценностных ориентаций, духовных, нравственных и этических позиций, желанию и готовности функционировать в изменяющихся условиях, опыту, знаниям, умениям.

Рассматривая особенности развития современного предприятия, автор провел *исследование*, посвященное изучению особенностей этики поведения работников сферы услуг, с целью – определить проблемы конструирования этики поведения и создания социальной технологии, которая будет представлять собой стандарт конструирования этики поведения на предприятии.

*Объектом исследования* являются различные профессионально-квалификационные группы работников предприятий сферы услуг (микрофинансовые компании).

*Предметом исследования* выступают процессы социального конструирования этики поведения работников сферы услуг.

Положения и выводы данной работы основаны на материалах социологического исследования, проведенного в три этапа в период с 2014 года по 2017 год:

1) пилотажного, итогом которого явилась постановка цели и формулировка основных рабочих гипотез, разработка и апробация методического инструментария. Выборка составила 135 работников предприятий сферы услуг или 28% от их общей численности данных предприятий (2014 г.);

2) формализованного интервью, в ходе которого происходил сбор первичной эмпирической информации путем описания, социологического опроса 483 респондентов, из них 64 руководителя и 419 работников (2014-2017 гг.);

3) аналитического, целью которого являлись обработка и анализ полученных данных, выявление условий конструирования этики поведения работников сферы услуг и факторов, влияющих на ее отсутствие (2017 г.) [1].

В ходе опроса 419 работников предприятий сферы услуг было выявлено, что:

– 72,9% – считают, что на предприятии не в полной мере созданы условия для конструирования этики поведения;

– 82,2% – считают необходимым создавать условия на предприятии для конструирования этики поведения;

– 48,9 % – уверены, что руководство не принимает никаких мер для конструирования этики поведения;

– 35,6% – не удовлетворены поведением своего руководителя;

– 47,8% – считают, что руководитель не вникает в суть дела и сразу использует меры наказания.

Опрос 64 руководителей, занятых в сфере услуг, показал следующие результаты: 47,7% опрошенных хотели бы получить дополнительные знания в области этики и чувствуют, что совершают управленческие ошибки в связи с нехваткой этих знаний.

В результате данного исследования было выявлено, что существует объективный разрыв в представлениях об этике поведения между руководителями и сотрудниками предприятий. Безусловно, этика поведения формируется как результат действия целой совокупности объективных и субъективных факторов, которые действуют, по сути, одновременно. Она не может конструироваться спонтан-

но. Процесс конструирования этики поведения представляет собой поэтапный, долгосрочный процесс, происходящий в результате сознательно преследуемых целей. На основе результатов проведенного исследования автором была предложена социальная технология как совокупность этапов, процедур и операций, которые позволяют достичь намеченных целей социального развития, позволяющая планомерно конструировать этику поведения на предприятии [2].

Рассмотрим подробнее структуру социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг.

*Этап 1.* Создание социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг.

Выделим 4 группы: руководящий состав предприятия, рядовые сотрудники, потребители и партнеры, куда входят различные контрагенты, включая поставщиков и другие взаимосвязанные компании. Данные группы являются заинтересованными субъектами. Исходя из ценностных ориентаций заинтересованных групп разрабатываются несколько вариантов или альтернатив построения системы морально-этического поведения, создание которой подразумевает описание интересов этих субъектов, что, в свою очередь, позволит сформировать описание той или иной ситуации, в которой находится организация, являясь точкой отсчета для создания следующей системы процедур:

1. Постоянный мониторинг текущей ситуации, формирование и обоснование желаемых целей и задач, сопоставление текущей ситуации с желаемыми результатами, построение теоретического базиса для социальной технологии конструирования работников сферы услуг.

2. Создание локальных нормативных актов, нацеленных на поддержание морально-этического поведения работников, прежде всего, Кодекса этики, разрабатываемого и принимаемого совместными рабочими группами рядовых работников и руководящего состава организации. Проект Кодекса этики может быть опубликован на официальном сайте организации и выноситься на публичное обсуждение с целью подключения к его созданию разных заинтересованных групп, включая потребителей услуг организации и остальных контрагентов.

3. Создание комиссии по работе с морально-этическими вопросами. Задача данного образования заключается в решении споров и разногласий между различными субъектами, а также рассмотрение предложений по совершенствованию системы морально-этического поведения. При создании Кодекса этики подразумевается докумен-

тальное оформление порядка формирования и создания конфликтной комиссии, ее целей и задач, порядка разрешения споров. Необходимо учитывать, что в комиссию должны входить представители разных субъектов, она не должна ассоциироваться только с руководящим звеном организации. Такая позиция обусловлена тем, что часто в организациях нарушаются процессы самоорганизации, поэтому представители комиссии должны занимать нейтральную позицию.

4. Создание целостной системы мотивации работников, которая будет учитывать результаты полученных исследований и привязывать систему соблюдения этических стандартов к системе материальной и нематериальной мотивации. При этом, с учетом специфики морально-этических норм, имеет смысл ориентироваться на нематериальную мотивацию.

5. Разработка системы контроля путем организации совместных групп рядовых сотрудников и руководящего состава.

*Этап 2.* Внедрение социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг.

Второй этап системы необходимо проводить постепенно, чтобы работники компании имели достаточно времени высказать свои пожелания и рекомендации, а также откорректировать свое поведение в соответствии с новыми стандартами этики. Сложность данного этапа обусловлена потенциальными конфликтными ситуациями, часто возникающими при внедрении нововведений. Для рядовых сотрудников организации этот этап может означать введение новых завышенных требований к их работе и более жесткого контроля со стороны руководства. В связи с этим этап внедрения должен проходить в более демократичной манере и включать сбор комментариев, откликов и анализ протекающих дискуссий. Необходимо отметить, что комментарии, отклики и анализ дискуссий помогают усовершенствовать систему морально-этического поведения в соответствии с реальными запросами субъектов.

Данный этап, по нашему мнению, является самым сложным, т.к. может повлечь за собой увольнение ключевых сотрудников не согласных с новой системой, а также иные споры и конфликтные ситуации. Именно на этом этапе может быть задействована комиссия по работе с морально-этическими вопросами как своего рода «независимый и непредвзятый эксперт». Важно отметить и то, что руководство компании, учитывая возможное сопротивление рядовых работников и сложность внедрения новых норм и правил в компании, должно избегать злоупотребления дисциплинарными взысканиями при обсуждении сложных ситуаций. Уникальность

этого этапа внедрения социальной технологии состоит в том, что именно в процессе внедрения может появиться много полезных идей и предложений с учетом реальных обстоятельств.

Таким образом, на этапе внедрения социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг необходимым является использование следующих процедур:

- сбор обратной связи от групп, оперативная обработка и анализ полученной информации, получение результатов ответственными лицами, внесение корректировок в Кодекс этики, распределение соответствующих изменений по каналам компании;

- создание круглых столов для обсуждения особенностей внедрения и корректировки стандартов модели этики поведения;

- обучение новым правилам и стандартам (проведение регулярных тренингов и программ ознакомления персонала с новой морально-этической моделью поведения);

- создание и соблюдение четкого графика реализации модели поведения;

- обеспечение понятной и доступной обратной связи между субъектами;

- применение основ системы мотивации с целью заинтересовать работника высказывать свои предложения относительно работы данной модели, ее совершенствования и внедрения (важным, по нашему мнению, является компонент, когда работник получает вознаграждение, если его идея принята комиссией, и дополнительное вознаграждение, если она реализована).

В качестве методов для реализации этого этапа социальной технологии предлагается организация круглых столов, обновление корпоративного Кодекса этики, создание, Книги «жалоб и предложений» и социальных сетей для мониторинга отзывов.

*Этап 3.* Мониторинг реализации социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг.

Процедуры на данном этапе могут быть следующие:

1. Проведение опроса рядовых работников предприятия в форме самообследования, в ходе которого сам работник определяет степень своего следования этическим стандартам компании. Данное обследование должно базироваться на принципе анонимности, а результаты исследования — анализироваться в аккумулированном виде. Также результаты исследований могут быть обсуждены на общем собрании трудового коллектива.

2. По итогам самообследования предлагается проведение тренингов, семинаров, деловых игр, закрепляющих стандарты корпоративной этики.

3. Проведение серий глубинных интервью с целью анализа мнения руководства об эффективности внедрения стандартов корпоративной этики. С помощью таких интервью могут быть выявлены скрытые противоречия в трактовке стандартов этики или обоснованы причины, приводящие к невозможности выполнения стандартов в полном объеме.

4. По итогам глубинных интервью предлагается проводить специальные тренинги для руководства, которые помогут ему играть активную роль в поддержке и усовершенствовании этических стандартов.

5. Подключение организации к системам рейтинга качества с целью постоянного мониторинга индекса удовлетворенности потребителей в сравнении с другими аналогичными организациями (в случае фиксации постоянного нарушения стандартов этики работником можно использовать метод «тайного покупателя»).

*Выводы.* Главным достоинством социальной технологии конструирования этики поведения работников сферы услуг, по нашему мнению, является то, что данная технология стремится максимально сочетать цели работников и цели организации, являясь стандартом этики поведения в компании. Внедрение и мониторинг социальной технологии не только позволит организации предоставить более качественные услуги, тем самым увеличивая свою прибыль, но и вовлечь работника в бизнес-процессы компании. Увеличение прибыли компании и повышение качества услуг через соблюдение этических стандартов позволит увеличить фонд заработной платы, развить бонусную и премиальные программы, что положительно скажется на доходах самого работника. Таким образом, данная технология основана на соблюдении интересов как самой компании и ее работников, так и потребителей.

### **Литература**

1. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М.: Наука, 1972. 248 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: «Медиум», 1995. 323 с.

*Статья поступила в редакцию 04.03.19 г.  
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета  
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*