

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента и маркетинга

**РОЛЬ БИЗНЕС-ЭТИКЕТА В РАЗВИТИИ КОРПОРАЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «АС-ГРУПП»)  
АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 3 курса 351 группы

направления 38.04.02 Менеджмент

Экономического факультета

Суловой Александры Юрьевны

Научный руководитель

д.социол.н., проф.

каф.менеджмента и маркетинга \_\_\_\_\_

П.С.Кузнецов

подпись, дата

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

Л.И. Дорофеева

подпись, дата

Саратов 2022 год

## Введение

Бизнес-этикет в современном предпринимательстве способствует значительному повышению качества жизни и повышению ступеней субъективной удовлетворенности жизнью, т.е. увеличивает количество счастливых людей и качество общества в целом. В бизнесе важными факторами является репутация, имидж, на них особое влияние оказывает бизнес-этикет, и без сомнения любая уважающая себя фирма стремится к внедрению этикета в свой рабочий процесс. Внутренний этикет помогает сохранить баланс качества работы, создает комфортный микроклимат в коллективе, устраняет неуважительное отношение к клиентам [1]. Внешний регулирует взаимоотношения с государством, клиентами, общественностью и дает огромные возможности для развития через элементы бизнес-этикета.

Однако, несмотря на большое количество работ, посвященных бизнес-этикету и его влиянию на судьбу компаний, существует необходимость более глубокого изучения механизма влияния бизнес-этикета на развитии компании, прежде всего с учетом современных реалий. Таким образом, актуальность работы обусловлена необходимостью разработки направлений эффективного внедрения элементов бизнес-этикета в рабочий процесс корпорации для повышения результата деятельности корпорации и ее развития, нахождения путей совершенствования его работы в российских условиях [2].

Предметом исследования являются бизнес-этикет и его влияние на развитии корпорации ООО «АС-ГРУПП».

Объектом исследования является бизнес-этикет ООО «АС-ГРУПП».

Целью данной работы является роль бизнес-этикета в развитии корпорации ООО «АС-ГРУПП».

В соответствии с целью поставлены задачи:

- исследовать теоретические аспекты роли бизнес-этикета в развитии корпорации, роль и понятие бизнес-этикета в развитии корпорации, историю

бизнес-этикета и его значимость в современности, формы и виды бизнес-этикет в деловой коммуникации;

- проанализировать бизнес-этикет и его элементы в компании ООО «АС-ГРУПП», а также влияние элементов бизнес-этикета на развитие компании ООО «АС-ГРУПП»;
- разработать направления совершенствования элементов бизнес-этикета, направленных на развитие корпорации ООО «АС-ГРУПП» [3].

Основные положения и выводы устанавливаются на уровне конкретных предложений и могут быть использованы для построения эффективной системы повышения репутации компании в деловой среде. Структура исследования определяется целью и задачами. Работа включает введение, три главы:

1. Теоретические аспекты роли бизнес-этикета в развитии корпорации;
2. Анализ роли бизнес-этикета компании (на примере ООО «АС-ГРУПП»);
3. Направления совершенствования элементов бизнес-этикета, направленных на развитие корпорации, заключение, список литературы и приложения.

Новизна выпускной квалификационной работы:

- сформировано авторское видение роли бизнес-этикета и его влияние на рабочие процессы и развитие компании;
- предложен механизм взаимодействия компании с общественностью посредством улучшения информирования общественности;
- выявлено наиболее эффективное использование элементов бизнес-этикета для развития ООО «АС-ГРУПП».

Методология данного исследования состоит в системном и функциональном подходах. В работе использованы такие методы, как анализ, синтез, индукция. Практическая значимость заключается в том, что письменные рекомендации написаны для разработки оптимальной системы организации делового общения и повышения репутации компании [4].

### **Основное содержание работы**

ООО "АС-Групп" является коммерческой организацией, созданной в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью. Предметом деятельности общества является насыщение потребительского рынка качественными услугами в архитектурно-строительной сфере.

Компания осуществляет следующие виды деятельности:

- проектирование;
- строительство, капитальный ремонт и реконструкция объектов жилищного фонда и промышленных зданий и сооружений;
- благоустройство;
- торгово-закупочная;
- посредническая;
- комплексное обслуживание территории.

Также организация предлагает поставки тротуарной плитки и бордюров, зеленых насаждений, кровельных покрытий, профнастила и остального строительного материала [5]. Производственные связи с профильными предприятиями позволяют компании конкурировать на рынке по поставкам среди конкурентов не только оптимальной ценой, но и в первую очередь качеством, широким ассортиментом и кратчайшими сроками поставки, что дает полную уверенность и хорошую репутацию фирме.

На данном предприятии применяется линейно-функциональная структура управления (рис.1), когда руководителю в подготовке соответствующих программ, решений, планов помогает специальный аппарат управления, состоящий из функциональных подразделений [6]. Функциональные подразделения осуществляют всю техническую подготовку производства, освобождают линейного руководителя от расчета финансовых вопросов и вопросов, связанных с материально-техническим обеспечением. Возглавляет данную систему директор.

В его обязанности входит:

- руководство всеми видами деятельности предприятия;

- организация работы и эффективного взаимодействия производственных единиц, и других структурных подразделений предприятия, направляет их деятельность на достижение высоких темпов развития и совершенствования производства;

- принимает меры по обеспечению предприятия квалифицированными кадрами, по созданию благоприятных и безопасных условий производства, соблюдению требований законодательства об охране окружающей среды [7].

В непосредственном подчинении генерального директора находятся:

- главный инженер;

- главный бухгалтер.

Главный инженер определяет техническую политику, перспективы развития предприятия и пути реализации комплексных программ по всем направлениям совершенствования, реконструкции и технического перевооружения действующего производства. Учредители занимаются исполнительной деятельностью.



Рис. 1. Организационная структура ООО «АС-ГРУПП»

В данный момент «АС-ГРУПП» находится на моменте расширения своей сферы, открывая торговые точки со строительными материалами, а также расширяют границы своих рабочих областей. Об этом свидетельствует рост прибыли (рис.2).

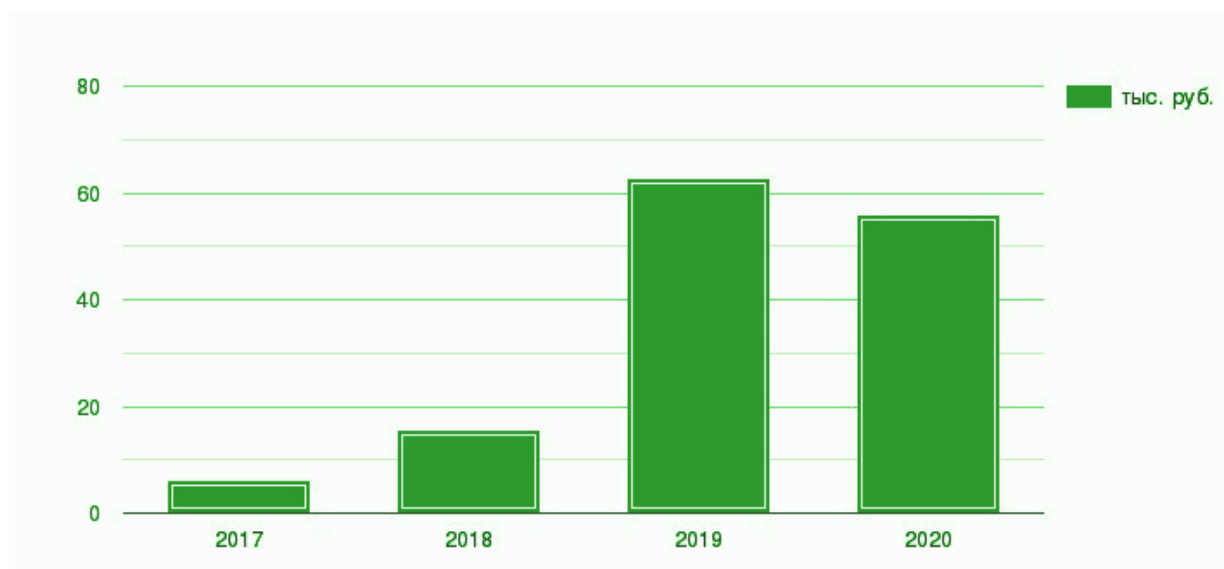


Рис. 2 - Прибыль за 2017-2020 гг.

В городе Волжский осуществляют свою деятельность 44 строительные компании и лишь 5 занимают лидирующие позиции (табл. №1):

Таблица №1 Ведущие строительные компании в г. Волжский на 2020 год.

Компания	Рейтинг среди потребителей (от 1 до 5 у.е.)	Доход на 2020 г тыс. рублей
ООО “Флагман”	5	92
ООО “БАУМАЙСТЕР”	4,9	81
ООО “АС-ГРУПП”	4,6	56,04
ООО “Стальные магистрали”	3,9	34
ООО “Строитель”	3,1	25

Несмотря на 11-летний стаж, большое количество потребителей, инвесторов, сотрудников, партнеров, непосредственно взаимодействующих с фирмой, ООО “АС-ГРУПП” не находится на вершине рейтинга, это говорит о

уже сложившейся репутации о компании среди потребителей. Данная оценка организации связана с отсутствием сотрудников, анализирующих стратегии, в которых проработаны все стороны активности компании, на исправление деловой репутации [8]. Организация уже имеет сложившийся бизнес-этикет, его развитию послужило начало работ с крупными государственными и частными заказчиками. Созданный бизнес-этикет компании позволил разработать и внедрить корпоративные стандарты поведения работников, урегулировать их поведение, описать идеологические основы компании, а также включить в себя строгие правила поведения на работе, на конкретном рабочем месте, также позволил описать политику в отношении соучредителей, руководителей, клиентов компании и помог решить большое количество управленческих и кадровых задач, тем самым упростив жизнь собственникам бизнеса и менеджерам по персоналу [9]. На сегодняшний день бизнес-этикет решает сразу несколько задач, представленных на рис.3.

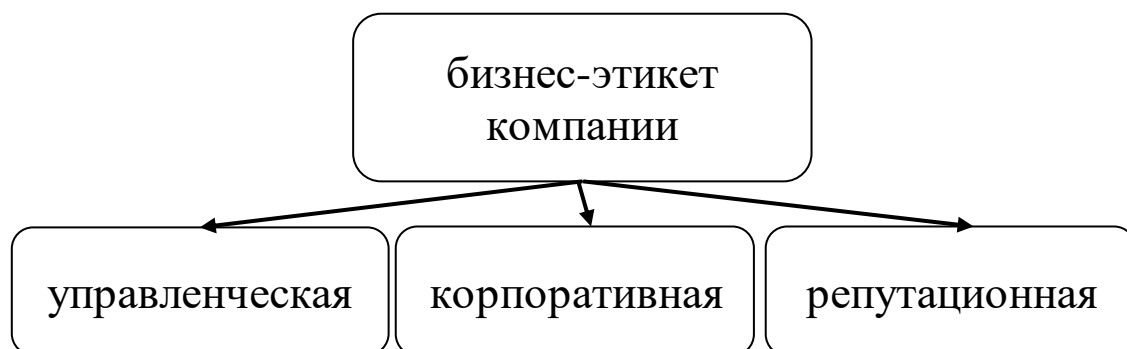


Рис.3 - Основные задачи бизнес-этикета корпорации

Расширение фирмы влечет за собой многочисленные изменения в фирме, и в том числе репутации. ООО “АС-ГРУПП” не хватает публичной репутации, которую тяжело заполучить в современных реалиях, для развития компании и выхода на новый уровень.

Это влияет на:

- привлечение новых клиентов;
- привлечения партнеров для сотрудничества;

- мотивированность сотрудников к работе;
- сложность продвижения новых товаров и услуг;
- расширение рынка;
- доверие потребителей.

Для решения репутационных задач и управления имиджем компании необходимо вести активную социальную жизнь с освещением всех видов работ в соц. сетях. Заказчику порой тяжело сделать выбор между компаниями с неизвестной репутацией и низким рейтингом [10]. Обратная связь и открытые отзывы помогут заказчикам сделать выбор в пользу компании, а также увидеть, как компания решает спорные вопросы. Это поможет вести стабильную работу, развиваться, а также сможет сохранить возможность противостоять конкурентам и быть уникальной, заметной и успешной фирмой в бизнес-среде [11]. Проведя анализ информационной составляющей деятельности конкурирующих предприятий, можно сделать вывод, что компании с высоким рейтингом в своей структуре имеют отдел по информации и связью с общественностью, в который входят такие вакансии как: SMM-менеджер и контент-менеджер. Отдел занимается информационным воздействием между компанией и внешней средой. Это помогает потенциальным клиентам ООО наглядно видеть производство, работу предприятий, поставки товаров, отношения в коллективе, рабочую атмосферу и отзывы пользователей [12].

Компания ООО “АС-ГРУПП” не используют в полном объеме возможности, связанные с информированием общества и рекламой ее деятельности, ведь они, по всем канонам бизнес-этикета ведут достаточно активную социальную жизнь, которая при трансляции могла бы поднять уровень репутации среди фирм-конкурентов [13]. Впоследствии, чтобы решить репутационные задачи ООО “АС-ГРУПП”, нами было предложено внести в организационную структуру отдел рекламы с SMM-менеджером и контент-менеджером (рис. 4).



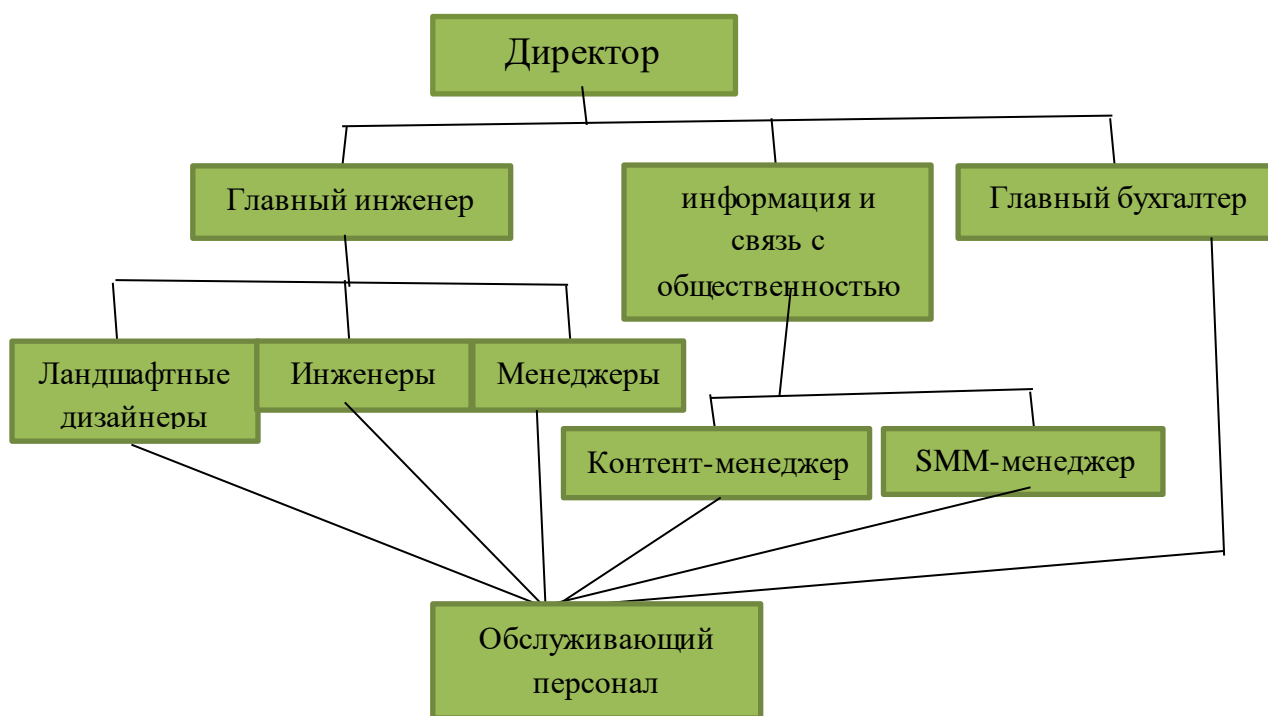


Рис. 4 - Организационная структура с внесенными правками.

После внедрения новой функции в компании появились новые рабочие места, которые заняли профильные специалисты. В процессе работы отдела были приняты следующие меры:

- формирование рекламной деятельности на 2021 год;
- создание аккаунта в социальной сети, как способ связи с общественностью;
- разработка новых проектов на 2021- 2022 гг.

Все функции направлены на развитие компании посредством приобретения положительного имиджа и репутации компании основанных на элементах бизнес-этикета [14]. С появлением специалистов результаты фирмы значительно улучшились. В жизни компании появились не только рабочие моменты, но и творческие, что отражает профиль работ компании. Созданный отдел помог своей деятельностью поднять рейтинг ООО «АС-ГРУПП», а также зарекомендовал компанию как надежного партнера по мероприятиям. Большое развитие получили образовательные проекты, участие в которых

отмечает профессионализм в сфере благоустройства, а также авторитет среди строительных компаний города.

Рекламные манипуляции повлияли на репутацию, что повлекло за повышение количества заказов, что вызвало рост финансовых показателей компании (табл. №2).

Таблица № 2. Прибыль ООО «АС-ГРУПП» на 2021г в сравнении с 2020г.

Показатели	2020 г.	2021 г.
Выручка от реализации продукции (за минусом НДС, акциза и аналогичных платежей)	1923,46	3603,10
Полная себестоимость реализованной продукции	1511,48	2517,82
Валовая прибыль	411,98	1085,28
Прибыль (убыток) от продаж	78,6	392,66
Внереализационные результаты	4,34	15,12
Прибыль отчетного периода (балансовая прибыль)	82,94	407,78
Налог на прибыль	19,91	97,87
Иные обязательные платежи	6,99	32,61
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	56,04	277,30
Чистая прибыль	56,04	277,30

По сравнению с предшествующим годом темп прироста балансовой прибыли составил 391,66% (рис. 23).

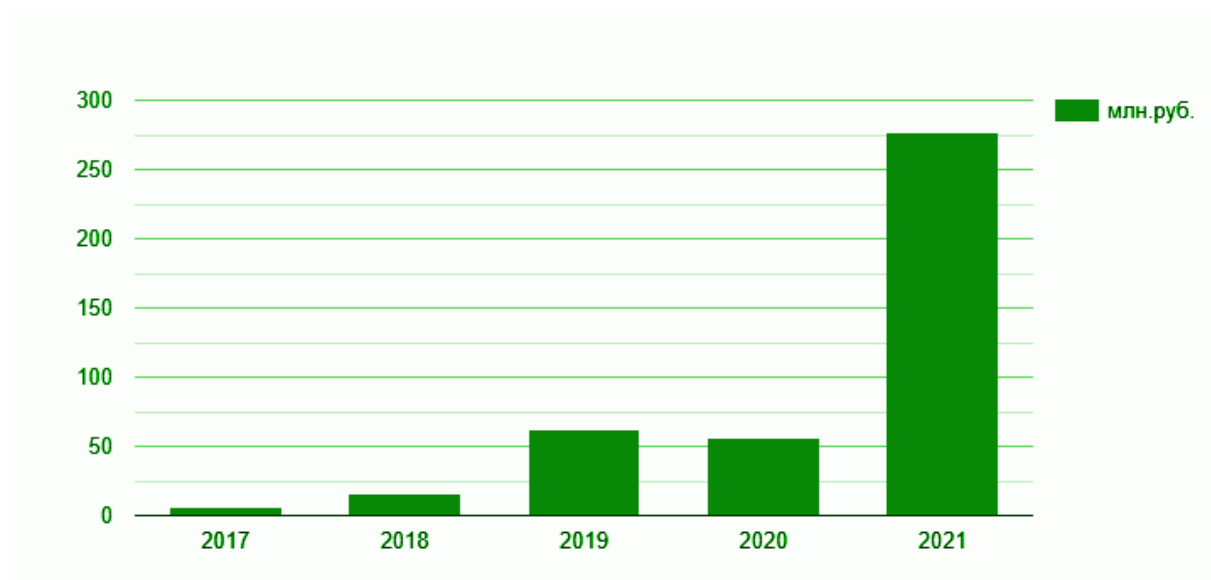


Рис. 23 - График прибыли за 2017-2021 гг.

Развитие компании повлияло на увеличение заказов в 1,8 раза (таблица № 3).

Таблица № 3. Число заказов 2020-2021 гг.

Классификация тендеров	2020 г.	2021 г.
частные	10	16
государственные	7	10
открытые	8	14
закрытые	5	11
специализированные торги	3	7
аукционы	8	15
конкурсы и запросы предложения	10	21
итого	51	94

Реклама и социальные сети являются мощным инструментом формирования общественного мнения, она необходима для поддержания имиджа и репутации компании [15]. С помощью маркетинговых коммуникаций был донесен потенциал и достижения корпорации до целевой аудитории.

Компания раскрыла свой потенциал в новых проектах, представители посетили конференции таких городов как Краснодар, Екатеринбург, Волгоград, Москва, Санкт-Петербург, Казань. Активное посещение и обмен опытом были отмечены Администрацией города Волжского и Волгограда.

Участие местных жителей в проектах компании говорит о их заинтересованности в проектах и доверии. Большое количество партнеров стали инвесторами в проведении мероприятий для жителей города, что повысило рейтинг среди фирм конкурентов (рис. 25).

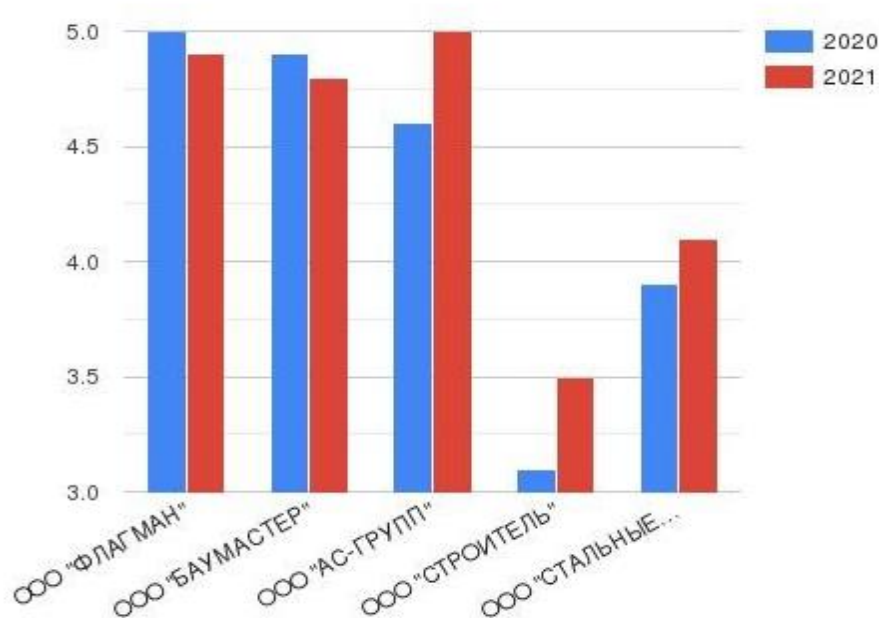


Рис. 25 - Ведущие строительные компании г. Волжского на 2021 г.

Все вышеперечисленные факторы повлияли на число проектов и поставок. Оборот услуг значительно увеличился, об этом говорит прибыль за 2021 год [16].

В совокупности вся деятельность ООО "АС-ГРУПП" вывела ее на новый уровень, где фирмой правит уверенный в себе и своих решениях директор, сотрудники знают, что такое бизнес-этикет и его нормы, все проекты выполнены качественно и в срок (табл. № 4).

Таблица № 4. Решенные задачи посредством бизнес-этикета за 2021 г.

Задачи	Пути решения	Итог
устранение негатива в социальных сетях	официальный ответ на все негативные замечания	позитивные отклики от пользователей
критика и недовольство продуктом на сайтах отзывов и формулах	решение неразрешенных вопросов путем онлайн консультации	отсутствие негативных отзывов, сохранение клиентской базы
низкий рейтинг	активная информационная политика	повышения рейтинга на форумах и сайтах в интернет сети
повышение конкурентоспособности	участие в крупных проектах, конференциях и форумах	повышение новых заявок на сотрудничество с новыми поставщиками и компаниями
повышение числа заказов	специальные предложения для новых клиентов и акции для старых	повышение числа заказов в 1,8 раза

Решив эти задачи имидж компании стал более устойчив, это важно в кризисные времена, ведь чем устойчивее имидж, тем дольше с компанией останутся постоянные клиенты, и компания будет более стабильной и конкурентоспособной по отношению к другим компаниям, так и к внешним угрозам, вроде кризисов и внезапных пандемий [17]. Укрепив имидж, ООО «АС-ГРУПП» заполучила благополучную репутацию, это во многом улучшило производство, сплотило коллектив и привлекло новых поставщиков и партнеров. Это говорит о правильном развитии компании и ее ведении бизнеса.

## Заключение

В настоящее время важность бизнес-этикета в развитии компании играет ведущую роль. В бизнесе мы не можем игнорировать правила бизнес-этикета, они оказывают влияние не только на деятельность фирмы, но и на ее развитие [18]. Репутация же в свою очередь несет огромный вклад в развитие и прибыль компании и ее рейтинг среди фирм-конкурентов. Развития компания — это показатель отношения сотрудников, клиентов, партнеров и других лиц к фирме. Развитие является важным элементом, который определяет, насколько стабильно будет работать предприятие. Развитие компании подразумевает доверительные отношения компании с контрагентами [19]. Если у организации складываются такие отношения со всеми лицами, которые принимают участие в ее работе, то можно говорить о положительном исходе сотрудничества. Развитие корпорации ведет к надбавке стоимости продукции, которые приобретают покупатели. Более развитая компания всегда имеет преимущество в виде:

- квалифицированные сотрудники;
- большой капитал;
- много ресурсов;
- ценные бумаги и др.

Все это позволяет получать большую прибыль от производства и доказывать свой статус среди конкурентов.

При решении задач - разработки эффективной системы мероприятий, влияющих на развитие компании посредством бизнес этикета, в работе показано каким способом можно воздействовать на повышение репутации посредством внедрения элементов бизнес-этикета через отдел по информации и связью с общественностью [20].

Исследование показало, что наиболее эффективными методами являются:

- открытое ведение бизнеса;

- постоянное повышение и ознакомление сотрудников с нормами бизнес-этикета;
- социальная отчетность компании через социальные сети;
- активное участие в социальных акциях и проектах;
- постоянный обмен опытом;
- качественная реклама.

Таким образом, задачи решены в полной объеме, цель достигнута - в настоящее время становится очевидна роль бизнес-этикета и имиджа в развитии корпорации [21]. От степени развития фирмы напрямую зависят конкурентоспособность, стоимость работы, качество услуг и работа компании в целом. В связи с этим важно проводить целенаправленные мероприятия по созданию и поддержанию положительной репутации посредством бизнес-этикета. В противном случае мнение общественности окажется неадекватным и неблагоприятным для фирмы, а исправление ошибок потребует много сил, времени и финансовых вложений, что снова повлечет за собой убытки и разрушит сложившуюся репутационную ситуацию. Развитие корпорации может быть в том случае, если компания направит все силы на соблюдение норм и правил бизнес-этикета и его поддержку. Важно развивать компанию посредством соблюдения бизнес-этикета и социальной отчетности, что впоследствии сыграет немаловажную роль репутации в развитии компании в окружающей ее деловой среде [22].

## Список литературы

1. Архангельская, Н. Д. Бизнес-этикет или игра по правилам / Н. Д. Архангельская. - М.: ЭКСМО, 2006.
2. Базарова, Б.Л. Управление персоналом: Учебник для вузов / Т.Ю. Базарова. - М.: ЮНИТИ, 2007. - 156 с.
3. Барышева, А. Д. Этика и психология делового общения / А. Д. Барышева. - М.: Инфра-М., 2009. - 256 с.
4. Бороздина, Г. В. Психология делового общения: учебник / Г. В. Бороздина. - М.: Инфра-М., 2005. - 295 с.
5. Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие / Р. Н. Ботавина. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 208 с.
6. Бухалков, М. И. Управление персоналом: Учебник для вузов / М. И. Бухалков. - М.: ИНФРА - М., 2008. - 234 с.
7. Дружинин, В. Ф. Этика: курс лекций / В. Ф. Дружинин. - М.: Экзамен.
8. Иванов, В. Г. Этика / В. Г. Иванов. - СПб.: Питер, 2006. - 176 с.
9. Иванова, Н. С. Профессиональная этика и этикет: учеб. пособие / Н. С. Иванов. - СПб.: СПБАУЭ, 2008. - 79 с.
10. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: учебник /А. Я. Кибанов. - М– 24 с.
11. Кузнецов, И. Н. Деловая этика и деловой этикет / И. Н. Кузнецов. - Ростов - н/Д.: Феникс, 2007. - 251 с.
12. Мартова, Г. В. Этика деловых отношений: учеб. пособие / Т. В. Мартова. - Ростов - н/Д.: Феникс, 2009. - 252 с.
13. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия / Е.В. Маслов. – М.
14. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель Кузнецов И.Н. – М.: Юнити-Дана, 2005.



15. Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет. Учебник / А.А. Солоницына. - Владивосток. - Изд-во Дальневост. ун-та, 2005.
16. Верченко Е.П. Владение основными принципами бизнес - этикета как фактор делового общения [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/sovremennaya-kontseptsiya-imidzha-organizatsii>.
17. Рубцова Т.И. Бизнес вне офиса [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-vne-ofisa>
18. Трубиенко А. А. Правила поведения, определяющие репутацию человека высокого уровня в деловой культуре [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravila-povedeniya-opredelyayushchie-reputatsiyu-cheloveka-vysokogo-urovnya-v-delovoy-kulture>
19. Козлова Н.П. Роль корпоративной культуры в формировании деловой репутации компании [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-korporativnoy-kultury-v-formirovanii-delovoy-reputatsii-kompanii-1>
20. Отмахова Е.С. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ И «ГУДВИЛЛА» ПРЕДПРИЯТИЯ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-otsenki-delovoy-reputatsii-i-gudvilla-predpriyatiya>
21. Мокрова Л.П. Инструменты управления деловой репутацией бизнеса и ее стоимостью [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-upravleniya-delovoy-reputatsiey-biznesa-i-ee-stoimostyu>
22. Житкевич А.В. Этикет: исторические черты и современные метаморфозы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-istoricheskie-cherty-i-sovremennye-metamorfozy>