

УДК 1.74.4(045)

ЕТИЧНО-ДІЛОВІ СТОСУНКИ БІЗНЕСМЕНІВ

Красніцька Г.М.

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського торговельно-економічного університету

У статті аналізуються особливості розвитку етикету бізнесменів. Також відображений аналіз ділових стосунків українських бізнесменів. Наведені пропозиції щодо розвитку етикету у міжнародних відносинах.

Ключові слова: етика бізнесу, міжнародний бізнес, міжнародний діловий етикет, дипломатичний протокол, переговори.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та швидкого розвитку міжнародного бізнесу невід'ємною складовою є етикет. Головним є дослідження всіх аспектів ділових переговорів та відносин у міжнародному співробітництві, важливу роль в яких відіграє вміння спілкуватись. Адже від вдало висловленої власної думки та ясного розуміння опонента залежить результат подальших бізнес відносин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед авторів, що звернулися у своїх працях до дослідження проблем етикету, слід, перш за все, назвати українських дослідників, насамперед М.П. Лукашевича, В.А. Малахова, І.Б. Осечинську, В.Ф. Степаненку, Т.К. Чмут, Г.Л. Чайку; російських – В.І. Бакштановського, Л.Б. Волченко, Л.П. Воронкову, О.І. Даниленко, Л.Г. Грінберга, В.Є. Гольдіна, В.В. Селіванова, О.І. Титаренка, Т.В. Цив'ян, а також американського – Р.П. Вольфа.

Мета статті. Головною метою даного дослідження є аналіз змісту етики бізнесу, її основних складових і чинників та ставлення до неї успішних бізнесменів.

Виклад основного матеріалу. Проблема ділового спілкування багатогранна. За останні роки вона стала предметом вивчення багатьох наук. Нею займаються і філософи, і соціологи, і психологи. Ми стали відкриті для світу, пізнаємо світ, а світ пізнає нас. Ділові форуми та контакти, численні переговори та зустрічі представників українського бізнесу, діяльність спільних підприємств, навчання та стажування за кордоном молодих управлінців – реальність нашого часу. Це вимагає знань правил міжнародного етикету.

Ділове спілкування у наші дні проникає в усі сфери суспільного життя. У комерційні ділові сфери життя вступають підприємства всіх видів і форм власності, а також приватні особи у якості приватних підприємців. Компетентність у галузі ділового спілкування безпосередньо пов'язана з успіхом або неуспіхом в кожній галузі науки, мистецтва, виробництва, торгівлі. Що стосується менеджерів, бізнесменів, організаторів виробництва, людей, зайнятих у сфері управління, приватних підприємців, то комунікативна компетентність, тобто здатність адекватно реагувати в будь-якій ситуації у процесі спілкування для представників цих професій представляє одну з найголовніших складових їх професійної зовнішності [1, с. 15-20].

Уміння вести себе з людьми під час бесіди є одним з найголовніших факторів, що визначають шанси домогтися успіху в бізнесі, службовій або підприємницькій діяльності. Успіхи людини в її справах навіть у технічній сфері чи науковій сфері лише відсотків на п'ятнадцять залежить від її професійних знань і на відсотків на вісімдесят п'ять – від її вміння спілкуватися з людьми, з якими вона працює.

Ділове спілкування – це процес, при якому триває обмін діловою інформацією та досвідом роботи, що передбачає досягнення певного результату в спільній роботі, вирішення конкретного завдання або реалізацію певної поставленої мети. Специфікою цього процесу є момент регламенту, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, які визначаються національними і культурними традиціями, прийнятими на даній території, професійними етичними

принципами, запровадженими в даному професійному колі осіб.

Уміння правильно і адекватно вести себе під час ділового спілкування – одне з основних складових успіху ділової людини і керівника. Вміння безконфліктно і продуктивно провести цей процес є одним з найбільш необхідних якостей для того, хто хоче досягти успіху у діловій сфері. Тобто необхідно володіти знаннями з галузей етики і етикету, що дозволить успішно вийти з будь-яких переговорів і ділових контактів.

Етика ділових відносин є сукупністю принципів поведінки людей, зайнятих в сферах управлінської діяльності.

Основні етичні принципи і норми ділових відносин – це загальноприйняті у діловому світі принципи поведінки. Зазвичай до них відносяться наступні.

1. Свобода (цінуєте свободу своїх конкурентів). Це виражається у невтручанні в їх справи, інтереси.

2. Пунктуальність (робіть все вчасно). Тільки поведінка людини, що робить все вчасно, є нормативною. Запізнення заважають роботі і є ознакою того, що на людину не можна покластися. Принцип робити все вчасно розповсюджується на всі службові завдання. Фахівці, які вивчають організацію і розподіл робочого часу, рекомендують додавати зайвих 25% до того терміну, який потрібний для виконання дорученої роботи.

3. Конфіденційність (не базікайте зайвого). Секрети установи, корпорації або конкретної операції необхідно зберігати так само дбайливо, як таємниці особистого характеру. Немає також необхідності переказувати кому-небудь почуте від товариша по службі, керівника або підлеглого про їх службову діяльність або особисте життя.

4. Люб'язність, доброзичливість і привітність. У будь-якій ситуації необхідно поводитися з клієнтами, замовниками, покупцями і товаришами по службі ввічливо, привітно і доброзичливо. Це, проте, не означає необхідності дружити з кожним, з ким доводиться спілкуватися за службовим обов'язком.

5. Увага до тих, що оточують (думайте про інших, а не тільки про себе). Увага до тих, що оточують повинна розповсюджуватися на товаришів по службі, начальників і підлеглих. Поважайте думку інших, прагніть зрозуміти, чому у них склалася та або інша точка зору. Завжди прислухайтесь до критики і порад колег, начальства і підлеглих. Коли хтось ставить під сумнів якість вашої роботи, покажіть, що цінуєте міркування і досвід інших людей. Упевненість в собі не повинна заважати бути скромним.

6. Зовнішній вигляд (одягайтеся як годиться). Головний підхід – вписатися у оточення по службі, а усередині цього оточення – в контингент працівників. Необхідно виглядати самим кращим чином, тобто одягатися із смаком. Важливе значення мають ретельно підібрані аксесуари.

7. Письменність (говоріть і пишть хорошою мовою). Внутрішні документи або листи, що направляються за межі установи, повинні бути викладені хорошою мовою, а всі власні імена передані без помилок.

Етику ділового спілкування слід враховувати в різних її проявах: у відносинах між підпри-

ємством і соціальним середовищем; між підприємствами; усередині одного підприємства – між керівником і підлеглими, між підлеглим і керівником, між людьми одного статусу.

Бізнесменам, представникам різних професій усе частіше доводиться взаємодіяти з компаніями, зарубіжними колегами.

Для встановлення в майбутньому гармонійних відношень між Україною й іншими країнами, істотне значення буде мати поширення культури ділового спілкування, це дозволить налагодити інтелектуальні і ділові стосунки у сфері бізнесу.

Культурна розмаїтість не зникне завтра. Увага до культурних коренів, національних особливостей представників сфери бізнесу дозволяє побачити і точно прорахувати те, як партнери будуть реагувати на пропозиції. Більше того, можна передбачити їхнє ставлення, перебороти труднощі спілкування.

Міжнародний бізнес – діяльність, що пов'язана з багатьма проблемами. Особливо це стосується спільних підприємств. Крім практичних і технічних питань (вирішення яких знайти легко) на організаційному рівні часто доводиться стикатися з такими особливостями національної психології, поведінки, які становлять певні проблеми для менеджерів, бухгалтерів тощо. Навіть в одній країні існують компанії з різними корпоративними культурами. Наприклад, у японо-американському спільному підприємстві американців цікавить насамперед прибуток, японці ж стурбовані поділом сфер впливу [9, с. 314-324].

Для досягнення взаєморозуміння між представниками різних культур, слід навчитися розуміти інших, зважати на ці стереотипи. Не сприймати, наприклад, латиноамериканську непунктуальність, шведський педантизм і надмірну ввічливість японців як щось негативне, а намагатися оцінити їх поведінку з точки зору національної культури і традицій [5, с. 25].

Національні особливості, традиції впливають на різні сторони ділових відносин і насамперед на їх стиль.

Напрацьовується досвід, формується стиль ведення ділових переговорів українськими представниками бізнесу. Він значною мірою відбиває національні риси українського народу. Це – твердість у відстоюванні позиції, толерантність до іншої точки зору, такт і витримка, розважлива манера ведення переговорів, почуття гумору.

Звичайно, на результатах ділових переговорах часом позначається відсутність достатнього досвіду їх ведення. Одні підприємці, перебуваючи немов у стані гіпнозу від гаданої переваги західного партнера, не виявляють належної гнучкості і твердості у відстоюванні своїх інтересів. Інші, вважаючи себе неперевершеними бізнесменами, намагаються тиснути на партнера або просто обдурюють його. Невміння вислухати іншу сторону, особливо під час діалогу з більш досвідченими зарубіжними партнерами, незнання особливостей ведення ними переговорів, нерідко призводить до негативних результатів. Зарубіжні партнери побоюються вкладати кошти в нові підприємства, надавати кредити.

Ми не можемо не враховувати, що у розвинених країнах Заходу і Сходу, що мають великий досвід ведення переговорів, склалися специфічні

національні стилі. Як свідчить аналіз літератури, американський стиль ведення переговорів зазвичай відрізняє професіоналізм, енергійність. У той же час присутній надмірний натиск. Виявляючи щирі зацікавленість у переговорах, вони задають багато питань. До переговорів готуються старанно, цінують час і пунктуальність. Підкреслено дружелюбні та відкриті, але водночас впевнені у своїх перевагах. У ділових угодах зазвичай прагнуть до одержання «швидких» грошей.

Французи традиційно орієнтуються на логічні докази в дискусіях. Ведуть переговори досить жорстко. Практицизм підходу може сполучатися з притаманною французам експресією, певними прийомами переконання партнера. Галантні, скептичні і розважливі, хитромудрі і спритні французи у діловому житті надають велике значення особистим зв'язкам. Досконало вивчають усі аспекти пропозицій партнера. Звідси – уповільнений темп ведення переговорів [4, с. 342].

Японці прагнуть уникати різких сутічок під час переговорів. Велику увагу приділяють розвитку особистих взаємин із партнером. Обережні й обачні під час обміну думками. Дуже точні щодо початку і тривалості переговорів, виконання прийнятих зобов'язань. Якщо впевнені в надійності партнера, йдуть на довгострокові угоди.

Японці стримані у прояві своїх почуттів. Посмішка або сміх – ознака прихильності. Рукоштовання в Японії не прийняті. Прямий погляд вважається безтактністю [4, с. 174].

Терпіння в Японії вважається однією з головних чеснот. Тиск під час переговорів не дає бажаного результату. У той же час надмірна ввічливість японця може бути своєрідним засобом, що пригупляє пильність партнера. Так нерідко обводять навколо пальця партнерів, що занадто довіряють компліментам.

Із вищенаведеного стає очевидним, що українським бізнесменам варто знати і враховувати особливості стилю ділових переговорів зарубіжних партнерів. Мова йде не про копіювання, а про

передбачення поведінки ділових партнерів, налагодження ефективного спілкування, порозуміння.

Ділові переговори дають бажані результати, якщо здійснюються відповідно до міжнародних правил, вироблених досвідом багатьох країн і поколінь. Ці правила зафіксовані у формі дипломатичного протоколу і міжнародного етикету.

Норми дипломатичного протоколу загальновізанані й в усіх країнах більш-менш однакові, хоча кожна з них вносить свої поправки і доповнення, що випливають з її національних особливостей.

Дипломатичний протокол – політичний інструмент дипломатії. Дотримання правил дипломатичного протоколу і міжнародного етикету важливе не тільки для дипломатів. Будь-який бізнесмен, який виїжджає в закордонне відрядження або приймає іноземних представників, повинен усвідомлювати, що відступ від звичайних правил може завдати шкоди економічним зв'язкам, іміджу фірми, керівника [6, с. 67].

Висновки і пропозиції. Бізнес будується на економіко-етичній основі. Неприпустимо порушувати загальноприйняті правила підприємництва в комерції. Діловий ризик не має нічого спільного з ризиком переступати закон. Порядність – візитна картка підприємця. Головний показник ефективного підприємництва – практичні результати: отримання прибутку, професійне задоволення, затвердження позитивної репутації в суспільстві, серед партнерів, створення грошового фонду міцності фірми чи підприємства. Етикет являє собою історично сформований і обумовлений факторами соціальної взаємодії універсальний культурний код міжособистісного спілкування й індивідуальної поведінки, який сутісно і функціонально реалізується у сфері моральної діяльності. Стверджується, що етикет ідентифікує себе з двох позицій: як доступна спостереженню подійність, що відбиває конкретно-емпіричний стан вдач, і як специфічна система інформації про пристойну поведінку, що трансформується в систему моральних відносин.

Список літератури:

1. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие для студентов обучающихся по экономическим специальностям. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 208 с.
2. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 160 с.
3. Герасимчук А. А., Тимошенко О. І. Етика та етикет. – К.: ЄУ. – 2011. – 350 с.
4. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учебн. пособие – М.: Консалтбанкир, 2012. – 576 с.
5. Дерлоу Дес. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: Пер. з англ. – К.: Наукова думка, 2011. – 242 с.
6. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 224 с.
7. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: Навч. посібник. – Суми: ВДТ Університетська книга, 2010. – 288 с.
8. Малахов В. Г. Етика: Курс лекцій. – К.: Либідь, 2010. – 304 с.
9. Мартыненко Н. М. Основы менеджмента: Учебник. – К.: Каравелла, 2013. – 496 с.
10. Палеха Ю. І. Ділова етика: Навчально-методичний посібник. – К.: ЄУФІМБ, 2012. – 250 с.
11. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2010. – 356 с.
12. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту: Навч. посібник. – К.: Професіонал, 2014. – 432 с.
13. Статінова Н. П., Радченко С. Г. Етика бізнесу: Навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2010. – 280 с.

Красницкая А.Н.

Винницкий торгово-экономический институт
Киевского торгово-экономического университета

ЭТИЧНО-ДЕЛОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ БИЗНЕСМЕНОВ

Аннотация

В статье анализируются особенности развития этикета бизнесменов. Также отражен анализ деловых отношений украинских бизнесменов. Приведенные предложения по развитию этикета в международных отношениях.

Ключевые слова: этика бизнеса, международный бизнес, международный деловой этикет, дипломатический протокол, переговоры.

Krasnitska NM.

Vinnitsya Trade and Economic Institute of
Kyiv Trade and Economic University

ETHICAL AND BUSINESS RELATIONS BUSINESSMEN

Summary

This article analyzes the peculiarities of business etiquette. It also shows the analysis of business relations of Ukrainian businessmen. The proposals of the development of etiquette in international business relations are demonstrated in this article.

Keywords: business ethics, international business, international business etiquette, diplomatic protocol negotiations.