

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут економіки та управління
Факультет менеджменту
Кафедра готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Конспект лекцій

для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр»

спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форми навчання



Миколаїв

2021

УДК 174

E88

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету від 30.08.2021 р., протокол № 1.

Укладач:

- Я. Е. Андрущенко – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет.
- С. І. Тищенко - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики і математичного моделювання, Миколаївський національний аграрний університет.

Рецензенти:

- Г. В. Коваленко – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємств, Миколаївський національний аграрний університет;
- Т. В. Стройко – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу, Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського.

Етика ділового спілкування : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання / уклад. Я. Е. Андрущенко, С. І. Тищенко. – Миколаїв : МНАУ, 2021. – 81 с.

У конспекті лекцій розкриваються етичні проблеми ділових відносин у сфері бізнесу та управління, висвітлені основні положення ділової етики та правила ділового етикету. Розглянуто питання Змістового модуля 1. Велика увага приділяється питанню етичних норм та психологічних механізмів ділового спілкування.

УДК 174

© Миколаївський національний аграрний університет, 2021

Зміст

Вступ.....	4
Тема 1. Етика, етикет та мораль. Основні терміни та визначення.	5
Тема 2. Діловий протокол.....	15
Тема 3. Норми економічної етики.....	37
Тема 4. Етичні засади бізнесу.....	48
Тема 5. Адміністративна етика.....	60
Тема 6. Етика підприємництва	70
Список використаних джерел	79

Вступ

Втілюючись у правила поведінки, котрі передбачають прийняття рішень, що впливають на долю інших людей, особисту відповідальність за наслідки, зумовлені комунікативним впливом, етика ділового спілкування визначає здатність людини втілювати в життя індивідуальну професійну програму з урахуванням постійних змін у суспільних процесах.

Ділове спілкування – необхідна частина людського життя, найважливіший вид відношень з іншими людьми. Вічним та одним із головних регуляторів цих відношень виступають етичні норми, в яких виражені наші уявлення про добро і зло, справедливість та несправедливість, правильність чи неправильність вчинків людей. І спілкуючись в діловій співпраці зі своїми підлеглими, начальником чи колегами, кожен так чи інакше, усвідомлено чи стихійно спирається на ці уявлення. Але в залежності від того, як людина розуміє моральні норми, який зміст в них вкладає, в якій мірі вона їх взагалі враховує в спілкуванні, вона може як полегшити собі ділове спілкування, зробити його більш ефективним, допомогти у вирішенні поставлених задач і цілей, так і ускладнити це спілкування чи навіть зробити його неможливим.

Без підтримання етики ділового спілкування між керівником та підлеглим більшість людей почувають себе в колективі дискомфортно, морально незахищеними. Відношення керівника до підлеглих впливає на весь характер ділового спілкування, складаючи морально-психологічний клімат колективу. Особливе місце в мистецтві поведінки займає діловий етикет. Етикет, якщо розуміти його як установлений порядок поведінки, допомагає уникати промахів або згладити їх доступними, загальноприйнятими способами. Тому основну функцію або зміст етикету ділової людини, можна визначити як формування таких правил поведінки в суспільстві, що сприяють взаєморозумінню людей у процесі спілкування.

Змістовий модуль 1

Етика як сукупність знань про мораль та поведінку

Тема 1. Етика, етикет та мораль. Основні терміни та визначення.

План

1. Що таке етика — поняття, визначення.
2. Розуміння поняття «етика».
3. Суть та принципи етики.
4. Етика як нормативна дисципліна.
5. Ціль етики.
6. Области етичного дослідження.
7. Види етики.
 - 7.1. Особиста етика.
 - 7.2. Загальна етика.
 - 7.3. Професійна етика.
8. Особиста та професійна етика.
9. Що таке бізнес-етика?
 - 9.1. Принципи етики ділового спілкування:
10. Світська та релігійна етика – у чому різниця.
11. Етика та мораль.
12. Етика та етикет.

1. Етика – це філософська дисципліна, яка аналізує та вивчає різницю між поняттями

- доброго та поганого,
- правильного та неправильного,
- справедливого та несправедливого.

По суті, поняття етики має відношення до того, як ми повинні жити й поводитись у світі та заснована на стандартах правильного та неправильного, які

вказують, що люди повинні робити, зазвичай з точки зору прав, зобов'язань, користі для суспільства, справедливості чи певних чеснот.

Всі ми маємо можливість вибирати між правильним і неправильним кожен день. Неправильне рішення може призвести до серйозних наслідків, включаючи корпоративний провал, втрату репутації (реноме), штрафи або навіть ув'язнення.

Різні люди підходять до етичних рішень з різних точок зору, і ми всі маємо визнати, що, наприклад, різні культури підходять до етики по-різному. У будь-якій ситуації потрібно починати із законів своєї країни. Потім дивитися на конкретні правила, що регулюють ситуацію.

2. Розуміння поняття «етика».

Декілька років тому соціолог Раймонд Баумхарт запитав ділових людей: «Що для вас означає етика?» Серед їхніх відповідей були такі:

- “Етика пов’язана з тим, що я відчуваю щось правильним або неправильним”.
- “Етика пов’язана з моїми релігійними переконаннями”.
- «Бути етичним означає робити те, що вимагає закон».
- «Етика складається зі стандартів поведінки, які приймає наше суспільство».
- “Я не знаю, що означає це слово”.

Ці відповіді є типовими. Значення слова «етика» важко вловити, і погляди багатьох людей на етику хиткі.

Як і перший респондент Баумхарта, багато людей схильні прирівнювати етику до своїх почуттів. Але бути етичним, очевидно, не означає слідувати своїм почуттям.

Не слід також ототожнювати етику з релігією. Більшість релігій, звісно, відстоюють високі етичні стандарти. Але якби етика обмежувалася релігією, вона б застосовувалася лише до релігійних людей. Але етика застосовна як до поведінки атеїста, так і до поведінки набожної релігійної людини. Релігія може встановлювати високі етичні стандарти та забезпечувати сильну мотивацію для

етичної поведінки. Проте етика неспроможна обмежуватися релігією і не тотожна релігії.

Бути етичним – це не те саме, що слідувати закону. Закон часто включає етичні стандарти, яких дотримується більшість громадян. Але закони, як і почуття, можуть відхилятися від етичності. Наші власні закони про рабство, що існували до громадянської війни, і старі закони апартеїду в сучасній Південній Африці – очевидні приклади законів, які відхиляються від етичних норм.

Зрештою, бути етичним – це не те саме, що робити «все, що приймає суспільство». У будь-якому суспільстві більшість людей приймають стандарти, які є етичними. Але стандарти поведінки у суспільстві можуть відрізнятись від етичних. Все суспільство може стати етично корумпованим. Нацистська Німеччина – гарний приклад етично зіпсованого суспільства.

На додаток, якби етичність означала «все, що приймає суспільство», то щоб з'ясувати, що етично, потрібно було б з'ясувати, що приймає суспільство. Наприклад, щоб вирішити, що я маю думати про аборти, мені потрібно було б провести опитування американського суспільства, а потім узгодити свої переконання з тим, що суспільство приймає. Але ніхто ніколи не намагається вирішити етичних питань за допомогою опитування. Крім того, відсутність суспільної згоди з багатьох питань унеможливорює ототожнення етики з тим, що приймає суспільство. Деякі люди сприймають аборт, а багато хто – ні. Якби етичність означала те, що приймає суспільство, потрібно було б дійти згоди з питань, якої насправді не існує.

3. Суть та принципи етики.

Етика стосується тих стандартів, які вказують утримуватися від вбивства, зґвалтування, крадіжки, нападу, шахрайства та клевети та пропагують доброту, співчуття, емпатію, чесність, вірність тощо. Етичні норми стосуються також права на життя, свободу від травм та права на недоторканність приватного життя. Такі стандарти є адекватними принципами етики, тому що вони підтримуються послідовними та добре обґрунтованими причинами.

Крім того, завдання та функції етики включають вивчення та розвиток своїх стандартів. Як згадувалося вище, почуття, закони та соціальні норми можуть відрізнятись від етичних норм. Тому необхідно постійно перевіряти свої стандарти, щоб переконатися, що вони розумні та обґрунтовані. Таким чином, етика також означає постійні зусилля щодо вивчення наших власних переконань та нашої етичної поведінки, а також прагнення забезпечити, щоб ми та інститути, які ми допомагаємо формувати, відповідали стандартам, які є розумними та міцно обґрунтованими.

4. Етика як нормативна дисципліна.

Етика є нормативною дисципліною. Інакше кажучи, вона має вказівний характер, оскільки дивиться на те, як ми повинні жити, а не описує те, як ми живемо. Описова етика дивиться на те, як люди думають і як живуть своїм життям, але це питання для дослідників антропології, соціології та психології. Нормативна етика має приписний характер.

- «Ескімоси вважають, що дітовбивство є прийнятним з моральної точки зору» – це описове твердження.

- «Дітовбивство – це неприпустимо з моральної точки зору» – це нормативне твердження. Ми можемо стверджувати, що ескімоси вважають дітовбивство прийнятним, але заявляти (з погляду етики), що вони не повинні вірити в це.

5. Ціль етики.

Ціль етики – визначити прийнятну людську поведінку через знання типів дій, їх наслідків та обмежень як для людей, так і для самих дій.

6. Області етичного дослідження.

Є три великі області етичного дослідження:

1. Метаетика

Вона фокусується на значенні самих етичних термінів (наприклад, «що є добро?») та питаннях про те, як отримати етичне знання (наприклад, «як я можу відрізнити добре від поганого?»). Метаетика стосується природи етичних

властивостей, тверджень, відносин та суджень. Досліджує, що означають етичні питання і на якій підставі люди можуть дізнатися, що є «справжнім» чи «хибним».

2. *Нормативна етика*

Ця область вивчає етичні дії, тому вона прямо фокусується на питаннях на кшталт «що правильно робити?» В основному нормативна етика займається питаннями про те, що люди повинні робити, і про те, як люди можуть вирішити, які «правильні» етичні дії їм слід робити.

3. *Прикладна етика*

Ця сфера стосується того, як люди можуть досягти етичних результатів у конкретних ситуаціях. Отже, вона пов'язана з філософським дослідженням окремих (і найчастіше складних) питань, пов'язаних з етичними судженнями. Такі галузі, як біоетика, екологічна етика, етика розвитку та ділова/корпоративна етика, можуть розглядатися як галузі прикладної етики.

Метаетика – це скоріше «чиста», абстрактна чи теоретична область дослідження, тоді як галузі нормативної та прикладної етики, як правило, чіткіше фокусуються на тому, як етичні міркування співвідносяться з людськими діями в цілому (у разі нормативної етики) або в конкретних ситуаціях та контекстах (у разі прикладної етики).

7. Види етики.

До основних видів етики належать наступні:

7.1. Особиста етика.

- Включає ваші особисті цінності та моральні якості.
- Формується під впливом сім'ї, друзів, культури, релігії, освіти та багатьох інших факторів.

- Приклади: Я думаю, що расизм – це неправильно; Я за аборти.

- Особиста етика може змінюватися і вибирається людиною.

7.2. Загальна етика.

- Етика, з якою згодні більшість людей.

- Багато філософів стверджують, що такої етики немає.

- Приклади: Вбивати людей неправильно (але зверніть увагу, як це зміниться у контексті самооборони).
- Загальна етика має бути дуже загальною, щоб уникнути розбіжностей.

7.3. Професійна етика.

- Правила, яких повинен дотримуватись співробітник певної компанії або представник професії, наприклад, існує лікарська етика, педагогічна етика, журналістська етика тощо.
 - Застосовується у професійному (діловому, службовому, корпоративному) середовищі.
 - Приклади: відсутність пліток, тайм-менеджмент, пунктуальність, конфіденційність, прозорість.
 - Недотримання цих правил може завдати шкоди вашій професійній репутації.

8. Особиста та професійна етика.

Більшість із нас вважає себе етичними. Зазвичай нам подобається відчувати, що ми вчинили «правильно». Ваша особиста етика така ж важлива, як і ваша професійна етика. Одна справа знати, що вам слід робити (те, що вам кажуть, що ви повинні робити), але інша справа – прагнути «правильного» способу дій. Очевидно, що членство у професійній організації потребує дотримання кодексу етичної поведінки.

Представники громадськості можуть довіряти вам, тому що ви є членом авторитетної професійної організації. Від суспільства не очікується, що воно знає, як оцінювати здібності чи етичні норми лікаря, юриста чи бухгалтера. Люди вірять, що професійні організації зроблять це за них. Це означає, що як професіонал ви зобов'язані суспільству певним рівнем чесності та об'єктивності, а також професійною компетентністю та належною обережністю, конфіденційністю та професійною поведінкою. Іншими словами, ви повинні дотримуватись основоположних принципів, викладених у Кодексі етики та поведінки, просто тому, що ви професіонал і у вас є професійна етика.

Ваші власні цінності, інтереси та досвід – це фільтр, через який ви розглядаєте будь-яку ситуацію. Ви повинні знати про ці фільтри, тому що вони можуть вплинути на вашу професійну думку. Ось чому важливо вміти розпізнавати свою особисту етичну точку зору, коли ви використовуєте свою професійну етику. Ви повинні знати різницю між ними. Як професійний бухгалтер ви повинні прагнути зберігати об'єктивність, пам'ятаючи, що ваші особисті цінності є саме такими – особистими та унікальними для вас.

Таким чином, професійна (ділова, службова, робоча, корпоративна) етика – це принципи, що лежать в основі ділової поведінки, і вони можуть відрізнятися від ваших особистих етичних принципів.

9. Що таке бізнес-етика?

Етичний бізнес – це бізнес, у якому до всіх взаємодій із зацікавленими сторонами застосовується набір етичних принципів, таких як ставлення до співробітників, клієнтів, постачальників та акціонерів.

Бізнес-етика означає, що бізнес виходить за рамки простого дотримання законів та постанов, але робить вибір щодо того, що він готовий робити, а що ні. Отже, етична бізнес-стратегія може виключати поведінку, яка є законною, але суперечить етичній політиці бізнесу.

Постановка етичних цілей – це процес, за допомогою якого організації застосовують етичні цінності до своїх цілей та дій, за допомогою яких вони їх досягають. Ці етичні цінності повинні охоплювати всі дії організації від тактичних до стратегічних.

Компанії можуть зіткнутися з деякими з таких проблем, що мають етичні аспекти:

- Чи слід просувати продукти, які можуть завдати шкоди здоров'ю?
- Чи маємо ми прагнути послабити наших конкурентів?
- Чи маємо ми сплачувати нашим співробітникам мінімальну заробітну плату?
- Чи маємо ми використовувати працю мігрантів, щоб скоротити витрати?

▪ Чи повинні ми переводити наші виробничі підприємства до країн із менш суворими законами про охорону здоров'я та безпеку?

9.1. Принципи етики ділового спілкування:

1. Прозорість
2. Короткість
3. Об'єктивність
4. Послідовність
5. Повнота
6. Відповідність
7. Розуміння знань аудиторії

Якщо ви дотримуватиметеся цих семи принципів у бізнес комунікації, то спілкуватиметеся етично. Наприклад, якщо ви створюєте повідомлення, яке не є ясным і коротким, і використовуєте хитру мову, яка маніпулює вашою увагою до знань вашої аудиторії, то ви не виявляєте етичності. Якщо ви не поведіться об'єктивно і намагаєтеся передати свою думку (або думку інших) як факт, то ви не виявляєте етичності. Якщо ви навмисно не розкриваєте повну інформацію, ви не дотримуетесь етичних норм.

10. Світська та релігійна етика – у чому різниця.

Релігійна етика (християнська, теїстична) – це правила поведінки, які побудовані на вірі в те, що Бог є центральним елементом і саме він наказує чи вказує щось, що робить щось добрим. Стверджується, що без його розпорядження це не можна було б назвати добрим. Усі етичні принципи поведінки базуються на заповідях Господа. Бог є істиною, тому, щоб підтримувати справжню етику, людина має ґрунтувати своє життя на Божих заповідях.

Релігійна етика — це віра в те, що абсолютний моральний порядок існує і знаходиться всередині нашого внутрішнього “я”. Бог встановлює стандарти етики, і ми зобов'язані дотримуватись цих стандартів.

Світська етика – це віра у те, що правила встановлює людина, а не Бог. Прихильники світської етики вважають, що навіть якби Бога не було, катувати людей просто заради задоволення все одно було б неправильно, тобто деякі

загальні етичні принципи залишаються однаковими незалежно від того, чи існує Бог чи ні. Певні етичні реалії залишаються такими ж незайманими в безбожному світі, як і в світі з Богом. Світська етика знаходиться в рамках атеїзму та натуралізму. У світській етиці Бога немає, тому людина має створити та підтримувати встановлений стандарт етики.

11. Етика та мораль.

Етика і мораль належать до понять «правильної» і «неправильної» поведінки. Терміни «етика» та «мораль» не завжди використовуються послідовно і точно у повсякденному контексті, та їх звичайні значення не завжди відповідають використанню цих термінів філософами. Етика часто використовується у зв'язку з діяльністю організацій та професійними кодексами поведінки: наприклад, медична та ділова етика, які часто формалізовані у вигляді вичерпних склепінь правил або керівних принципів, що визначають, як працівники повинні поводитися на своїх робочих місцях (наприклад, щодо обов'язку виявляти турботу чи конфіденційності, яку медичні працівники зобов'язані своїм пацієнтам). З іншого боку, мораль частіше використовується у зв'язку з тим, як люди ведуть своє особисте, приватне життя, часто щодо особистої фінансової чесності, законної поведінки та прийнятних стандартів міжособистісної поведінки (включаючи правдивість, чесність та сексуальні відносини).

Іноді ці два терміни використовуються як взаємозамінні, але вони різні. Етика стосується правил, наданих із зовнішнього джерела, наприклад, кодексів поведінки на робочому місці або релігійних принципів. Мораль належать до особистих принципів щодо правильного та неправильного.

12. Етика та етикет.

У чому різниця між «етикою» та «етикетом»?

«Етика» більше пов'язана з моральними принципами, а «етикет» – з манерами, хоч і те й інше визначає поведінку людей.

Наприклад, візьмемо термін “трудова етика”. Людина з сильною трудовою етикою вважає, що вона повинна працювати сумлінно у всьому, що вона робить, а це означає, що потрібно працювати старанно, уважно та чесно.

«Етикет» – це загальноприйнятий кодекс поведінки людей в групі чи суспільстві. Наприклад, вважається поганим етикетом, коли учень відправляє SMS-повідомлення через мобільний телефон своїм друзям, доки вчитель викладає у класі. Але для студентів абсолютно неетично надсилати один одному відповіді на запитання з варіантами відповідей під час іспиту.

Питання для самоконтролю:

- 1. Дайте визначення поняттю етика.*
- 2. Які є принципи етики?*
- 3. В чому полягає суть етики як нормативної дисципліни?*
- 4. Які є види етики?*
- 5. В чому принципова різниця між особистою та професійною етикою?*
- 6. В чому різниця між світською та релігійною етикою?*
- 7. Чи є зв'язок між етикою, етикетом та мораллю?*

Тема 2. Діловий протокол

План

1. Предмет дипломатичного протоколу. Визначення понять: міжнародна ввічливість, етикет, церемоніал.
2. Діловий протокол і його основні принципи.
3. Функції, типи та принципи дипломатичних переговорів.
4. Стратегії веденні дипломатичних та ділових переговорів.
5. Тактики ведення дипломатичних та ділових переговорів.
6. Особливості та типи міжнародних економічних переговорів.
7. Структура переговорного процесу.
8. Підсумкові документи міжнародних переговорів.

1. Предмет дипломатичного протоколу. Визначення понять: міжнародна ввічливість, етикет, церемоніал

Міжнародні контакти України за останнє десятиліття отримали активний розвиток. Щорічно в наших країнах приймають більше ста іноземних делегацій на рівні глав держав, глав уряду і міністрів закордонних справ. Професійне забезпечення дружніх стосунків між державами з різним політичним і економічним устроями, рівнем культурного розвитку, наявності національних традицій і звичаїв вимагає від дипломата, бізнесмена володіння правилами спілкування, ведення переговорів, листування, укладення договорів, угод і контрактів і в цілому вирішення усіх питань мирними засобами. Організаційно-політичним механізмом або інструментом вирішення цих питань і є дипломатичний і міжнародний діловий протокол.

Сьогодні будь-які дипломатичні кроки, що робляться державами, їхніми керівниками і офіційними органами, набувають певні форми, і практично усі вони охоплюються дипломатичним протоколом. Загальноприйняте визначення поняття «дипломатичний протокол» наступне – це сукупність загальноприйнятих правил, традицій і умовностей, яких дотримуються керівники держав і урядів, відомства

закордонних справ, дипломатичні і торговельні представництва, офіційні особи в міжнародному спілкуванні. Хороше знання протоколу потрібне кожному дипломату і дипломатичному службовцеві.

Грамотний протокол і сучасний дипломатичний етикет створюють сприятливий клімат для спілкування, підвищують престиж не лише дипломатичного відомства, але і держави в цілому.

Будь-то міжнародна конференція, офіційний візит або інша зустріч державних діячів, зовнішньополітичне листування, укладення того або іншого договору, акредитація дипломатичних представників, проведення дипломатичних прийомів, або просто спілкування між дипломатами, – це все підпорядковується встановленим правилам. Зневажливе відношення до них може викликати непотрібні ускладнення і навіть згубно позначитися на дипломатичних стосунках. Ось чому дипломатичний протокол слід розглядати не лише як кодекс міжнародної ввічливості, але і як дуже важливий і тонкий політичний інструмент.

Правила дипломатичного протоколу не існують самі по собі, а ґрунтуються на базових принципах. Велику роль в дипломатичному протоколі грають принципи міжнародної ввічливості і взаємності, протокольне старшинство. Слід розкрити зміст кожного з вказаних принципів і обґрунтувати, що їх дотримання покликане служити успішному виконанню зовнішньополітичних завдань, підвищенню престижу не лише дипломатичного чи економічного відомства, але і держави в цілому.

Звертаємо увагу, що дипломатичний протокол виступає не просто як технічний засіб, як правила гри, яких дотримуються політики і бізнесмени різних країн при зустрічі один з одним, але і несе в собі політичну спрямованість, виступає формою, яку набуває та чи інша акція держави, його представника або представництва. Зважаючи на те, що у своїй практичній реалізації протокол дотримується норм або правил, які регламентують усі форми зовнішньополітичного і міжнародного економічного співробітництва, їх дотримання є обов'язковим у відповідних сферах.

Органічними складовими дипломатичного протоколу є дипломатичний етикет і церемоніал. Необхідність дотримання протокольних норм у дипломатичній діяльності держав вимагала створення і спеціальної протокольної служби, яка існує в кожній державі і покликана стежити за тим, щоб ці норми належним чином враховувалися в дипломатичній практиці. Так, наприклад, в системі української дипломатичної служби питаннями протокольної практики займається Департамент державного протоколу (ДДП), що є політичним структурним підрозділом Міністерства закордонних справ України. Департамент створено в цілях забезпечення різними засобами і нормами дипломатичного протоколу зовнішньополітичних заходів Української держави, застосування єдиної протокольної практики при прийомі іноземних офіційних представників в Україні і здійсненні візитів керівників держави в зарубіжні країни.

Питаннями протокольної роботи в дипломатичному представництві займається спеціально виділений для цієї мети співробітник, який безпосередньо підпорядковується главі представництва. З усіх питань, що стосуються забезпечення єдиної протокольної практики в Україні, Департамент державного протоколу працює в тісному і постійному контакті з протокольними службами Президента і Уряду України. Тісно взаємодіє Департамент з усіма міністерствами, відомствами і суб'єктами України з питань, що входять у компетенцію Департаменту, координує діяльність закордонних установ і підрозділів закордонних справ з протокольних питань, веде досьє державних прапорів, гімнів і гербів іноземних держав.

Зрозуміло, що в кожній державі можуть бути свої особливості, витікаючи з її історичного розвитку, національної культури, обрядовості тощо, які іноді накладають відбиток на сталі протокольні норми, на той чи інший ритуал. Однак сутність протокольних вимог, в цілому, зберігається.

2. Діловий протокол і його основні принципи

Розгляд другого питання доцільно почати з того, що в умовах широкого розвитку міжнародних економічних зв'язків, коли в процес міжнародного спілкування стало включатися все більше число людей – представників ділового світу, правила дипломатичного протоколу і етикету стали знаходити своє застосування і на цьому рівні, модифікувавшись у міжнародний діловий протокол і етикет. При цьому треба підкреслити, що правила ділового протоколу і етикету, на відміну від суворого дипломатичного протоколу, менш консервативні, гнучкі і вільні. Проте, незважаючи на велику демократичність ділового протоколу, він виступає основою побудови механізму ділових відносин. Слід проаналізувати протокольні норми побудови стосунків у бізнес-середовищі. Дайте визначення ділового протоколу і покажіть на прикладах, як ігнорування його правил призводить до прикрих помилок. Слід підкреслити, що діловий протокол, як і дипломатичний, базується на основних принципах. Розгляньте зміст кожного.

3. Функції, типи та принципи дипломатичних переговорів

Дипломатія є невід'ємною складовою науки і практики міжнародних економічних відносин та світової економіки. Економічна дипломатія – це сучасна система міждержавного регулювання світової економіки. Нині у сфері зовнішньої торгівлі особливого значення набувають інструменти дипломатичного характеру, що спрямовані на обґрунтування господарських рішень, які забезпечують найбільш ефективний розвиток економіки. Дипломатія є надзвичайно кодифікованою і формалізованою діяльністю, що здійснюється на підставі Віденської конвенції про дипломатичні відносини 1961 року.

Основними **функціями дипломатії** на сьогодні є:

- представництво;
- дипломатичне спілкування і листування (комунікація);
- проведення переговорів;
- здобуття інформації;
- розробка рекомендацій.

Методи і засоби дипломатії:

- офіційні й інші візити та переговори на вищому (саміти) і високому рівні;
- дипломатичні конгреси, конференції, наради і зустрічі;
- підготовка двосторонніх і багатосторонніх міжнародних договорів та інших дипломатичних документів;
- участь у роботі міжнародних організацій та їх органів;
- дипломатичне листування;
- публікація дипломатичних документів;
- висвітлення в пресі позиції уряду з тих чи інших міжнародних питань.

У сучасній дипломатичній практиці широко застосовується кілька видів міжнародних переговорів, серед яких на першому місці стоять дипломатичні (або політичні) переговори. Але активно проводяться і економічні, військові, торгові переговори, а тому будь-які питання, що стосуються інтересів різних країн, можуть обговорюватися на переговорах.

Дипломатичні переговори – це офіційне обговорення представниками держав політичних, економічних та інших питань двосторонніх і багатосторонніх відносин з метою погодження зовнішньополітичної стратегії, тактики і відповідних дипломатичних акцій, обміну думками, взаємного обміну інформацією, підготовки до підписання договорів, врегулювання спірних питань і т.п.

Дипломатичні переговори на сучасному етапі розвитку міжнародних економічних та політичних відносин є основним засобом мирного рішення спорів та конфліктних ситуацій, котрі виникають між державами.

В міжнародному праві не існує якихось чітких рекомендацій, як вести переговори, але дипломатичною практикою вироблено певні загальноприйняті норми:

1. Всі учасники офіційних переговорів будь-якого виду повинні мати офіційні повноваження своїх урядів або інших керівних органів, що направили їх на переговори. Не потребують спеціальних повноважень лише три офіційні особи

країни: глава держави, уряду, а також міністри закордонних справ. В практиці окремих країн таке право згідно з їх конституціями надається і деяким міністрам, зокрема оборони, торгівлі, культури і т. д. Дуже часто переговори від імені своєї держави ведуть послы. В такому випадку їм також не потрібно спеціальних повноважень, бо ведення переговорів з урядом країни перебування відноситься до прямої функції дипломатичного представника відповідно до статті 3 Віденської конвенції про дипломатичні зносини.

2. Результати міжнародних переговорів, як правило, фіксуються в загальноприйнятих у міжнародній практиці документах: договорах, угодах, протоколах, деклараціях, заявах і т. ін. Для інформування громадськості після переговорів публікується комюніке або повідомлення для ЗМІ.

3. Згідно зі ст. 102 Статуту ООН учасники переговорів повинні надати для реєстрації і публікації до секретаріату ООН міжнародні договори і угоди, які підписані в результаті переговорів, бо в разі невиконання цієї процедури сторони не зможуть посилатися на них в органах ООН, тобто де-факто ці документи не матимуть міжнародного визнання.

4. При рівноправних переговорах дотримуються загальноприйнятих норм протоколу і порядку проведення переговорів. Всі делегації, що беруть участь у переговорах, повинні мати належним чином оформлені повноваження (крім тих, кому це не обов'язково). На рівноправних засадах учасники переговорів домовляються про мову переговорів: як правило, це мова країн, де відбуваються переговори, звичайно з відповідним, бажано синхронним перекладом, або одна з офіційних мов ООН (англійська, французька, іспанська, китайська, арабська, російська), про регламент переговорів, попередньо про форму заключного документа, про порядок головування на переговорах.

5. Загальноприйняте, що глави делегацій на переговорах обговорюють найважливіші питання, а решту великої, складної, часто невидимої роботи здійснюють експерти і радники. Вони ж готують проекти заключних документів, які потім остаточно погоджують глави делегацій, проекти комюніке і повідомлень

для ЗМІ. Існує два типи дипломатичних переговорів, а саме – двосторонні та багатосторонні. Двосторонні переговори відбуваються за участі лише двох сторін.

Такий тип переговорів відбувається під час офіційних візитів та міжнародних форумів. Загалом жоден офіційний візит чи міжнародна зустріч не проводяться без двосторонніх переговорів. Двосторонні переговори ведуться у двох формах, а саме у формі безпосередніх бесід на зустрічах, нарадах, різних міжнародних форумах, і у письмовому вигляді через обмін відповідними дипломатичними документами.

В багатосторонніх міжнародних переговорах беруть участь від трьох до декількох десятків учасників, і зосереджуються вони, як правило, на розгляді глобальних проблем міжнародних відносин або врегулюванню якихось суперечок чи конфліктів. Число учасників цих переговорів абсолютно не обов'язково залежить від числа, конфліктуючих сторін.

Багатосторонні переговори проходять, переважно, в рамках важливих міжнародних контактів, як це видно з наведених прикладів. Ініціаторами таких переговорів можуть бути як окремі держави, так і групи держав або окремі міжнародні організації. Так само, дуже часто для ведення як двосторонніх, так і багатосторонніх переговорів використовуються періодичні сесії і засідання міжнародних організацій, в кулуарах яких обговорюється багато важливих проблем як двосторонніх, так і багатосторонніх відносин.

Оскільки переговорний процес є взаємодією партнерів, котра несе на меті досягнення взаєморозуміння, то існує такий перелік моральних принципів ведення дипломатичних та міжнародних економічних переговорів:

1. Принцип щирості означає, що на період ведення переговорів потрібно чесно та відверто пояснювати свою точку зору, щиро аналізувати проблемну ситуацію.

2. Принцип конкретності істини – ситуація за якої жодна сторона не має нав'язувати іншій свою позицію як єдино вірне рішення подолання проблеми, яка виникла.

3. Принцип категоричного імперативу правди означає те, що жоден партнер не має права навмисно вводити іншого в оману, такі відносини є безперспективними.

4. Принцип дотримання обраного шляху: не дивлячись на можливі зміни в позиції кожного з партнерів, загальний напрямок переговорів має бути стабільним.

5. Принцип справи вище справи принципу потребує від партнера на переговорах правильно розставляти пріоритети – головним є вирішення проблемної ситуації.

4. Стратегії веденні дипломатичних та ділових переговорів

При веденні дипломатичних та ділових переговорів у сфері міжнародних економічних відносин існує низка стратегій, які застосовують різні країни для вирішення своїх поставлених завдань (рис.1).



Рис. 1. Стратегії проведення дипломатичних та ділових переговорів

Існує наступна класифікація стратегій ведення дипломатичних та ділових переговорів:

1. Ультимативна стратегія передбачає постійні вимоги односторонніх поступок з боку іншого учасника. Вони виголошуються у категоричній формі і супроводжуються різного роду погрозами. По суті це спроба перетворити переговори в диктат – альтернативний тип соціальної комунікації. Відповідно ця стратегія може вважатися переговорною умовно. Вона у вказаному сенсі є маргінальною. Хоча вона спрямована на вирішення проблеми, але в принципі виключає компроміс.

2. Конкурентна стратегія в зарубіжній науці отримала назву «торгівля». Незважаючи на свою варіативність, вона в цілому орієнтована на компроміс, але на односторонньо вигідний, тобто такий, що передбачає мінімум власних поступок і максимум поступок іншого учасника. У «жорсткому» варіанті допускається використання елементів диктату, що зближує її з ультимативною стратегією.

3. Партнерська стратегія кваліфікується як спільний пошук вирішення проблеми, що означає орієнтацію на взаємовигідний компроміс, який корелюється з поняттям «справедливість». У свою чергу поняття «справедливість» поєднується з поняттям «правда». Відповідно тільки взаємовигідний компроміс розглядається як правильний і справедливий. У цьому зв'язку варто зауважити, що ця пара понять утворює базову аксіоматику морально-етичного вектору в американській науці, про який йшла мова вище. При всіх її морально-етичних достоїнствах партнерська стратегія, на відміну від інших, – стратегія залежна в тому сенсі, що її застосування обов'язково вимагає взаємності, тобто використання іншим учасником аналогічної. Без цього немає сенсу говорити про спільний пошук рішення. Питання про те, наскільки часто має місце така стратегічна взаємність, залишається відкритим. Можна припустити, що вона зазвичай зустрічається при переговорах про інтеграцію, але, природно, якщо їх учасники зацікавлені в ній не на словах, а на ділі.

4. Імітаційна стратегія являє собою копіювання зазвичай партнерської або рідше конкурентної (в «м'якому» варіанті) стратегії і передбачає досягнення уявного компромісу (фіктивного угоди). Оскільки учасник, який її використовує свідомо, не має наміру виконувати цю угоду, то основна частина його активності зосереджена на наданні дискусії такої форми, яка давала б можливість в майбутньому ігнорувати досягнутий компроміс.

5. Обструкційна стратегія не передбачає укладення навіть фіктивної угоди, фактично копіює конкурентну стратегію в «жорсткому» варіанті (її мета зазвичай пропагандистська), оскільки він найбільш зручний для розриву переговорів у будь-який потрібний учаснику момент часу. Якщо ж є зацікавленість у затягуванні

переговорів, то застосовується «м'який» варіант, як правило, до певного часу, а потім – перехід до «жорсткого».

6. Змішана стратегія – це певна комбінація цих стратегій. Необхідність у ній виникає тоді, коли предметом обговорення є комплексна проблема, окремі аспекти якої (підпроблеми) вирізняються високим ступенем автономності та суттєво відрізняються за ступенем важливості для учасника. Відповідно, за одним він може піти на компроміс (або навіть бути вельми зацікавленим у ньому), а за іншим – ні.

7. Невизначена стратегія складається, коли учасник ще не зробив остаточного вибору через різного роду причини. Серед них можуть бути як чисто кон'юнктурні (дефіцит часу, відсутність необхідної інформації і т. п.), так і довготривалі (наприклад дестабілізація внутрішньополітичного становища). Все ж, як правило, період існування цієї стратегії невеликий. Кожна сторона переговорного процесу, формулюючи свою позицію, виходить з поняття «національного інтересу». Це означає, що її позиція повинна бути надпартійною і не залежати від ідеологічних уподобань чи олігархічно-кланових інтересів.

5. Тактики ведення дипломатичних та ділових переговорів

Тактики ведення переговорів визначаються як системи прийомів цілеспрямованого впливу однієї сторони переговорного процесу на інший. Під терміном «прийом» у даному випадку розуміють такі дії, які направлені на отримання суб'єктами переговорів позитивних результатів. У цьому сенсі він націлений на досягнення користі і тому докорінно відрізняється від різного роду правил і процедур, корисність яких не відслідковується чітко.

Сама сутність тактики дозволяє застосовувати для її визначення загальносистемні критерії, які розділяються на трафаретну та не трафаретну, а також на активну, пасивну та очікувальну. Трафаретна (стереотипна) тактика – це статична система прийомів, які діють у замкнутому просторі. Вони обмежені за кількістю, шаблонні та не підлягають модифікації. До їх складу практично неможливе включення нових або позбавлення старих прийомів.

Нетрафаретна тактика – відрізняється відкритістю, динамізмом, гнучкістю. У цій системі є безліч прийомів, вони модифікуються без проблем, а включення

нових і виключення старих відбувається легко. Активна тактика реалізується головним чином через поведінку, що в самому загальному вигляді є поєднанням ініціативності, пошуку нових, нестандартних підходів до вирішення тих чи інших проблем.

Таким чином, **ініціативна тактика** вимагає максимум активності і мінімум реактивності, **Пасивна** – навпаки. А **очікувальна** – це симбіоз мінімумів активності та реактивності. Досить широко під час переговорів використовується тактика переконання (узгодження), спонукання (обіцянки) і примусу (погрози). Як правило, ці тактики застосовуються як самі по собі, так і в комбінації один з одним. На практиці найчастіше використовується **тактика пошуку взаємного компромісу** через переконливу аргументацію та взаємне переконання. У результаті спільного пошуку рішення повинно бути знайдено таку формулу, яка буде прийнятною для кожної зі сторін.

Наступною рисою тактики ведення переговорів є її направленість на досягнення певної мети. Це головне завдання для учасників будь-яких переговорів. Як правило, досягти цієї цілі можливо тільки поетапно. Для цього для кожного етапу визначаються свої пріоритетні завдання. При цьому кожний попередній етап закладає базу наступному. Існують три такі етапи: на першому сторони викладають свої позиції, на другому використовуючи різносторонню аргументацію їх відстоюють, на третьому досягають кінцевих домовленостей.

6. Особливості та типи міжнародних економічних переговорів

Важливо визначити сутність, характерні риси, функції переговорів. Передусім слід зрозуміти, що переговори є одним з видів взаємодії між людьми поряд із бесідою, листуванням, дискусією, консультацією, «круглим столом», посередництвом.

Переговори – це діалог між сторонами, що обговорюють певну проблему, ідею, інформацію чи альтернативи з метою досягнення взаємоприйняттого рішення. У міжнародних економічних відносинах переговори є ключовою формою контакту між представниками країн з метою обміну думками, розв'язання питань,

що становлять взаємний інтерес, урегулювання наявних або потенційних суперечностей, розвитку співробітництва в різних галузях та сферах діяльності, підготовки та укладання міжнародних договорів тощо.

Водночас бажано звернути увагу на те, що переговори – це мирне, інтелектуальне протиборство суб'єктів міжнародних економічних відносин під час добровільного узгодження міжнародно-правових домовленостей, пов'язане з необхідністю виявлення справжніх намірів сторін і наступного досягнення максимально можливих результатів, що відповідають національній та економічній безпеці й національним інтересам сторін. Уміння вести переговори раніше розглядалося як мистецтво, володіти яким могли лише обрані. Але в ХХ столітті з'явилися праці, що розглядають ведення переговорів як вид практичної діяльності, у якій можна виокремити певні дії, їх послідовність і закономірності. При цьому, опанувати навичками переговорних технологій може практично кожен фахівець у сфері міжнародної економічної діяльності. Слід звернути увагу на те, що переговори мають певні характерні особливості, які відрізняють їх від інших форм взаємодії між суб'єктами міжнародних економічних відносин.

Серед таких **особливостей** необхідно назвати:

- наявність проблеми;
- схожість і відмінність інтересів сторін;
- взаємозалежність учасників переговорного процесу;
- складну структуру переговорного процесу;
- особистісне спілкування сторін; – наявність національних стилів ведення переговорів;
- можливість використання інституту посередників та арбітрів;
- наявність варіанта створення коаліції;
- спільне розв'язання проблеми.

У процесі міжнародних переговорів одночасно реалізуються такі їх **функції**:

- *цільова* – спільне обговорення та розв'язання спірних питань за допомогою укладання взаємоузгоджених домовленостей (угод);

– *інформаційна* – з'ясування погляду на певну проблему іншої сторони та, відповідно, надання інформації щодо своїх інтересів і проблем;

– *комунікаційна* – налагодження та підтримка відносин і зв'язків, встановлення постійних каналів комунікації для подальшої співпраці;

– *внутрішньополітична* – демонстрація позиції уряду чи іншої переговорної сторони партнерам, конкурентам, споживачам, політичній опозиції або групам тиску, розв'язання за допомогою міжнародних переговорів проблем соціально-економічного розвитку країни;

– *зовнішньополітична* – створення позитивного іміджу країни, підтвердження незмінності зовнішньоекономічного курсу, розвиток стратегічного партнерства тощо;

– *регулятивна* – контроль і координація дій сторін щодо таких, що діють та договорів, що укладаються деталізація принципів, більш загальних рішень з метою їх конкретного втілення;

– *пропагандистська* – активний вплив на громадську думку з метою роз'яснення широким колам власної позиції, виправдання невдалих рішень і дій або бездіяльності, висування претензій протилежній стороні, звинувачення партнерів у протиправних діях, схилення на свій бік нових союзників шляхом широкого використання як під час переговорів, так і після них пресконференцій, брифінгів, прес-релізів, виступів у засобах масової інформації.

7. Структура переговорного процесу

Переговорний процес має досить складну структуру та складається з трьох основних етапів, які мають, у свою чергу, відповідну послідовність дій (рис. 2).

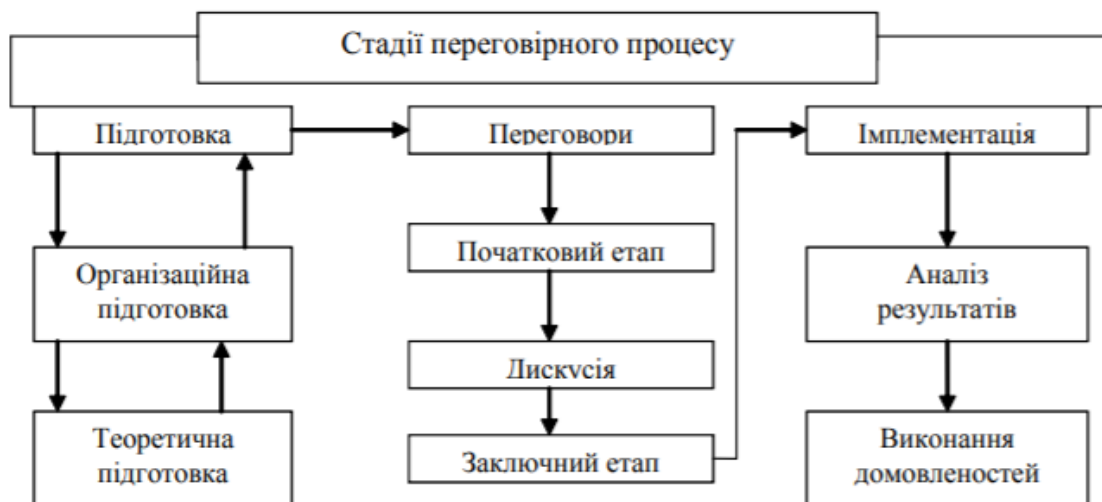


Рис. 2. Структура переговорного процесу

Поняття переговорного процесу є значно ширшим, ніж поняття власне «переговори», оскільки вони є хоч і основною, але не єдиною стадією у переговорному процесі. Першою стадією переговорного процесу є підготовча, яка має два компоненти: організаційний і теоретичний.

Організаційний компонент пов'язаний з необхідністю контакту з іншою стороною для досягнення домовленостей щодо обставин проведення переговорів. Тому цю стадію часто називають переговорами про переговори. При цьому вже до початку переговорів по суті питання проводяться неформальні переговори щодо часу, місця проведення, тривалості, учасників та порядку денного формальних переговорів. Попередні переговори є дуже важливими, адже під час їх проведення кожна зі сторін дізнається про наміри іншої. Знання, отримані під час попередніх переговорів, впливають на результат переговорів по суті.

Конкретними завданнями організаційної підготовки є:

- вибір місця та часу зустрічі;
- визначення рівня проведення переговорів;
- формування та узгодження порядку денного.

Вибір місця та часу передбачає визначення країни, де відбуватимуться переговори, часу їх проведення, відповідних приміщень для зустрічі сторін та розміщення делегацій, забезпечення делегацій зв'язком, транспортом, оргтехнікою, перекладачами та узгодження плану розсадки. Згідно з дипломатичним протоколом

існує п'ять основних варіантів розсадки головуючого та членів делегації на двосторонніх і багатосторонніх переговорах (рис. 3).

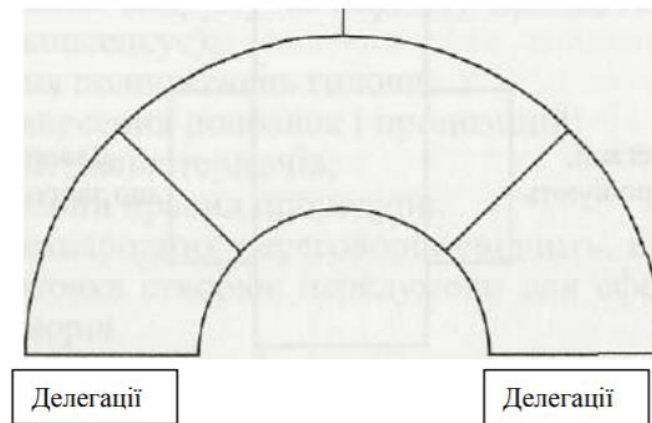
Варіант 1 – двосторонні переговори



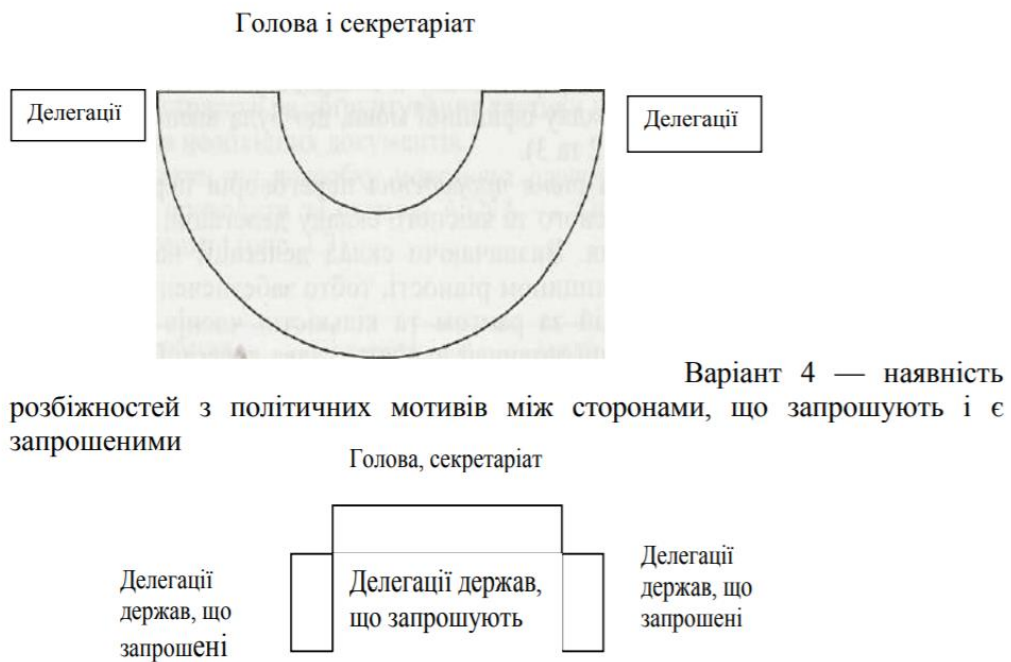
ГД — голова делегації
П — перекладач
С – секретар
ЧД — члени делегації

Варіант 2 – багатосторонні переговори

Голова і секретаріат



Варіант 3 – багатосторонні переговори



Варіант 5 – у разі очікування делегацій з інших країн

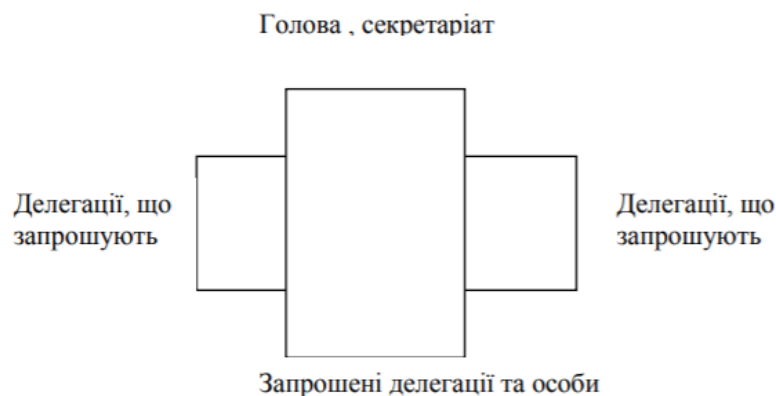


Рис. 3. Варіанти розміщення делегацій, голови та секретаріату за столом на міжнародних переговорах

На багатосторонніх переговорах прийнято два варіанти розсадки. Залежно від форми столу її послідовність визначається в алфавітному порядку офіційної мови, що була визначена процедурою (варіанти 2 та 3).

Визначення рівня проведення переговорів передбачає узгодження кількісного та якісного складу делегацій, функцій учасників, їх рівня. Визначаючи склад делегації на переговорах, керуються принципом рівності, тобто забезпечення однакового рівня делегацій за рангом та кількістю членів делегації.

До складу делегації зазвичай входять: глава делегації, його заступники, радники й експерти, технічний та персонал з обслуговування. Визначення порядку денного. Цей організаційний момент передбачає спільне обговорення таких аспектів: які питання та в якій постановці (редакції) включати до порядку денного; в якій послідовності обговорювати питання; якими мають бути регламент і правила процедури переговорів; якою має бути мова спілкування (офіційна та робоча)? Юридичне закріплення правил процедури проведення міжнародних переговорів не існує.

Однак світова практика переговорів сформувала такі правила процедури, яких на сьогодні дотримується більшість сторін:

- порядок затвердження порядку денного;
- вибори керівних органів — голови, співголови, заступників;
- порядок формування та обов'язки секретаріату для забезпечення ведення протоколу, видання та тиражування документів, якісного перекладу;
- встановлення кворуму та порядку прийняття рішення (голосування або консенсус);
- визначення повноважень голови;
- порядок внесення поправок і пропозицій;
- умови участі спостерігачів;
- порядок зміни правил процедури.

Практика міжнародних переговорів свідчить, що якісна організаційна підготовка створює передумови для ефективного проведення переговорів. Теоретична підготовка до переговорів суттєво впливає як на хід, так і на результат процесу переговорів. Тому цій стадії слід приділити особливу увагу.

У сучасній практиці міжнародних переговорів виділяються такі основні **стадії теоретичної підготовки** до них:

- проведення аналізу та розробка можливих альтернативних рішень;
- розробка переговорної концепції та позиції на переговорах;
- розробка стратегії та обґрунтування тактики переговорів;
- підготовка необхідних документів.

Наступною стадією переговорного процесу є власне переговори, в процесі яких виокремлюються три етапи:

- початковий;
- дискусійний;
- заключний.

Завданням початкового етапу є обопільне дослідження та уточнення поглядів, інтересів, позицій сторін, тобто отримання якомога більшої інформації щодо можливих їх дій та знаходження спільних поглядів на розв'язання проблеми. Саме на цьому етапі сторони презентують переговорні позиції.

Дослідники виділяють чотири основні способи подачі позиції на переговорах:

- відкриття позиції;
- закриття позиції;
- акцентування уваги на спільних моментах у позиціях;
- підкреслення відмінностей у позиціях.

Завданнями другого етапу є обговорення та аргументація потенційних варіантів розв'язання проблеми, тобто власне дискусія. При цьому сторони намагаються переконати одна одну в доцільності прийняття їх варіантів або пропозицій.

Дискусія є найбільш складним і тривалим етапом переговорів. За наявності суттєвих розбіжностей у поглядах на розв'язання проблеми переговори можуть закінчитися на даному етапі. Позитивним результатом дискусії вважається визначення рамок, так званої «загальної формули» спільного рішення, що створює передумови для переходу до завершального етапу переговорів.

Завданням третього етапу є узгодження позицій і розробка домовленостей, тобто підсумкових документів. Узгодження позицій оптимально проводити в два етапи: спочатку підтвердження («фіксація»), а потім розробка деталей та уточнення нюансів угоди. Після цього починається робота над текстом угоди, її редагування та обговорення. На цьому етапі до роботи широко залучаються експерти та радники обох сторін.

Після завершення власне переговорів та набуття чинності домовленостей починається остання стадія переговорного процесу – імплементація. На цій стадії сторони аналізують результати переговорів та організують виконання досягнутих домовленостей.

Переговірний процес у міжнародній економічній діяльності як складне та іноді довготривале явище не завжди має перебіг згідно із зазначеними стадіями та підстадіями. На практиці вони переплітаються, у разі необхідності повторюються.

8. Підсумкові документи міжнародних переговорів

У результаті міжнародних переговорів укладаються міжнародні договори, тобто угоди між двома чи більшою кількістю держав або іншими суб'єктами міжнародного права, що покликані регулювати відносини між ними за рахунок встановлення взаємних прав та обов'язків. Як відомо, міжнародний договір виступає основним джерелом міжнародного права (іншим є міжнародний звичай).

Міжнародний договір може мати різні назви: конвенція, договір, декларація, комюніке, акт, меморандум, пакт, протокол, трактат, угода, *modus vivendi*. Віденська Конвенція про право міжнародних договорів від 23 травня 1969 р. визначає міжнародний договір як міжнародну угоду, яку укладено між державами в письмовій формі та яка регулюється міжнародним правом незалежно від того, чи міститься така угода в одному, в двох або кількох зв'язаних між собою документах, а також незалежно від її конкретного найменування.

Міжнародні договори класифікуються за такими критеріями:

- кількість учасників;
- об'єкт регулювання;
- можливість приєднання інших сторін, характер зобов'язань сторін, термін дії.

За кількістю учасників міжнародні договори поділяються на двосторонні та багатосторонні (які, в свою чергу, бувають з обмеженим колом учасників, зокрема регіональні та загальні або як їх ще називають – універсальні, що охоплюють переважну кількість держав світу). Роль універсальних договорів неухильно зростає, особливо у розв'язанні глобальних проблем сучасності.

Конвенції – це багатосторонні угоди зі спеціальних питань в економічній, політичній та інших сферах, які мають офіційну форму (наприклад, Віденська конвенція з договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.)

Протокол – офіційний документ, що фіксує результати переговорів і може містити пояснення окремих пунктів договору, застереження сторін тощо.

Модус вівенді (лат. *modus vivendi*) – тимчасова міжнародна угода, що укладається за неможливості в даних умовах досягти повної домовленості та передбачає її заміну постійною угодою. Найчастіше *modus vivendi* встановлюється у формі обміну нотами, тобто офіційними дипломатичними зверненнями уряду однієї держави до уряду іншої країни. У міжнародній дипломатичній практиці обмін нотами є однією з форм укладання міжнародних договорів. При цьому тексти нот повинні бути ідентичними.

Декларації та комюніке є найбільш оперативними формами міжнародних угод. Вони укладаються в результаті короткострокових переговорів і набувають форми документів-заяв, тому відмінність від власне договорів полягає в тому, що вони не передбачають жодних юридичних зобов'язань. Після узгодження тексту угоди міжнародні договори парафуються, підписуються, ратифікуються та вступають у силу.

Парафування може передувати підписанню міжнародного договору. Парафування договору (з французької *parapher* – розчерк, скорочений підпис) – попереднє підписання міжнародного договору (чи окремих його статей) ініціалами уповноважених осіб, що брали участь у його виробленні. Ініціали ставляться на кожній сторінці погодженого тексту проекту договору. Парафування договору може відбуватися у тих випадках, коли договір повністю узгоджений між учасниками, але вимагає ще ухвалення з боку відповідних урядів чи коли підписання остаточно оформленого тексту відкладається з будь-яких інших причин. Парафування договору здійснюється за бажанням сторін, не заміняє його підписання і не є обов'язковим етапом укладання міжнародного договору.

Підписання – це стадія укладення міжнародного договору, а також форма надання країною згоди на обов'язковість для неї міжнародного договору у

випадках, передбачених міжнародним договором чи іншою домовленістю сторін. Фактично, підписання являє собою офіційну церемонію, на якій уповноважені особи підписують оригінали угоди.

Ратифікація, затвердження, прийняття, приєднання – залежно від конкретного випадку форма надання згоди країни на обов'язковість для неї міжнародного договору. Ратифікація – схвалення (затвердження) вищим органом державної влади міжнародного договору. Ратифікація міжнародних угод України здійснюється за допомогою прийняття закону про ратифікацію, невід'ємною частиною якого є текст міжнародного договору. На підставі підписаного та офіційно оприлюдненого Президентом України закону Голова Верховної Ради України підписує ратифікаційну грамоту, яка засвідчується підписом міністра закордонних справ України, якщо договором передбачено обмін такими грамотами. Обмін ратифікаційними грамотами і передача грамот про ратифікацію міжнародних договорів України на зберігання депозитаріям здійснюються Міністерством закордонних справ України (якщо немає іншої домовленості між сторонами).

Вступ у силу – момент, з якого міжнародна угода набуває чинності. Якщо угодою не передбачена її ратифікація, вона вступає в силу з моменту її підписання. Частіше договір набуває чинності з моменту обміну ратифікаційними грамотами (найважливіші договори) або з моменту передачі їх на зберігання до депозитарію (іншої держави чи міжнародної організації).

Питання для самоконтролю:

- 1. Поясніть поняття міжнародної ввічливості, етикету та церемоніалу.*
- 2. Що таке дипломатичний протокол?*
- 3. Назвіть основні правила дипломатичного протоколу.*
- 4. Які основні функції Департаменту державного протоколу?*
- 5. Які функції дипломатії ви знаєте?*
- 6. Проаналізуйте основні методи дипломатії.*
- 7. Які є норми дипломатичних прийомів?*
- 8. Які є принципи дипломатичних прийомів?*

9. Назвіть та поясніть стратегії проведення дипломатичних та ділових переговорів.

10. Що таке тактика ведення дипломатичних переговорів?

11. Які функції міжнародних переговорів ?

12. Поясніть структуру переговорного процесу.

13. Які існують способи подачі позиції на переговорах?

14. Дайте визначення поняттям конвенція, протокол, декларація, комюніке, парафування та ратифікація.

Тема 3. Норми економічної етики

1. Поняття та предмет економічної етики.
2. Економічна етика як теорія фактичної економічної поведінки.
3. Економічна етика як нормативна теорія господарства.
4. Соціальна відповідальність суб'єктів господарства.

1. Поняття та предмет економічної етики. Виникнення та становлення етико-економічного знання.

В останні десятиліття у межах економічної теорії, соціальної філософії, етики та на стику цих наук велика увага приділяється етико-економічним питанням. Ці питання пов'язані в першу чергу з аналізом ціннісно-нормативних орієнтирів сучасного "суспільства добробуту" з метою з'ясування моральної виправданості існуючих економічних практик та з пошуком гармонізації нормативних вимог економіки і моралі. Дослідження цих проблем здійснюється різними спеціалістами у контекстах різних дослідницьких завдань. Але все більш наявною стає тенденція до концептуалізації нового етико-економічного знання про сучасне господарство.

Серед фахівців поки ще немає чіткої узгодженості щодо назви такої інтегративної науки, її методів, механізмів, які дозволили б втілювати теоретичні знання на практиці. Хоча постановка проблемних питань в концепціях різних дослідників майже однакова, застосовуються різні типи аргументації та різні способи обґрунтування моральних норм та цінностей.

Незважаючи на те що актуалізація етико-економічної проблематики відбувається наприкінці ХХ - початку ХХІ ст., етично-орієнтована традиція дослідження господарства, яка була пов'язана з загальноетичним питанням "як правильно жити?", склалася ще в часи античності. Економічні питання розглядалися в широкому контексті етико-політичних проблем. Літературні джерела античності являють собою конгломерат різних знань про господарство та суспільство, є провісником узагальнень, понять та категорії майбутньої науки - економії. Хоча Ксенофонт виокремлював "ойкономію" як науку про господарство, а Аристотель "науку про домогосподарство" та "хрематистику" як вчення про мистецтво набувати багатство, розгляд економічних проблем пов'язувався із

завданнями етики як вченням про управління державою. Відповідно, категорії "благо", "багатство", "майно", "власність" були категоріями філософської етики.

Античну традицію розгляду економічних питань продовжили середньовічні філософи. Чисельні економічні концепції середньовіччя розвивалися в межах християнського світогляду в апеляції до християнських моральних норм та цінностей. У період раннього середньовіччя економічні питання знаходили свій вирз не в теорії, а здебільшого в практиці, у різних правових документах ("Варварські правди", "Капітулярій про вілли", "Саксонський капітулярій"). Економічні теоретичні питання ставилися у межах моральної теології (Августин, Граціан, Тома Аквінський, Нікола Орема), в якій релігійно-етичний аспект завжди був домінуючим над економічними ідеями. Систематизатор етики пізнього Середньовіччя Тома Аквінський розглядав соціально-економічні проблеми приватної власності, справедливого ціноутворення, відсотків за кредит у безпосередньому зв'язку з етичними поняттями справедливості. Прагнення до блага пов'язувалося теологом не лише з утилітарними цінностями, але й з пізнанням вищого духовного ідеалу та божим провидінням. Тому економічна діяльність мислилася як така, що повинна цілком підпорядковуватись головній меті - моральному вдосконаленню задля спасіння душі.

Початок "вивільнення" економічної науки від етики пов'язується із епохою Великих географічних відкриттів та первісного накопичення капіталів (XVI - XVII ст.), коли в провідних країнах Західної Європи ринково-економічні відносини замінюють натурально-феодальну господарську систему. Активні процеси секуляризації культури сприяли зверненню до безпосередніх проблем господарської практики. Спробою теоретично обґрунтувати нову економічну політику абсолютистських держав, що відображала інтереси торговельного капіталу, постала система економічних поглядів - "меркантилізм". Меркантилісти ввели в науковий обіг низку важливих економічних категорій (національне багатство, торговельний баланс), подолали релігійні догми середньовіччя відносно розуміння торгівлі як паразитизму, сприяли ствердженню прагматичної оцінки

господарських рішень. Завдяки меркантилізму з'являється й назва економічної науки - Антуаном де Монкретьеном впроваджується термін "політична економія".

В роботах соціальних філософів XVII ст. економіка починає розглядатися крізь призму нової картини світу. Ненаситність людських потреб та безкінечність бажань за Т. Гоббсом стає виправданням мотиву максимізації власного інтересу. Саме цей не-етичний мотив призводить до соціального блага - зростання прибутків. Це дало підстав Б. Манделію стверджувати: "Приватні пороки - суспільна користь". Аморальні мотиви, пороки незалежно від бажання людини перетворюються ринком на соціально корисну поведінку, оскільки вони стимулюють виробництво нових товарів та послуг, тим самим сприяючи зайнятості населення.

У цей час з'являється і перша економічна школа фізіократів (Ф. Кене, А. Тюрго), центральною ідеєю якої була ідея "природного порядку" в економіці. Теорія "природного порядку" пов'язувалась з визнанням об'єктивного розвитку економіки за законами, подібними до тих, що діють в природі. За теорією фізіократів, в людському суспільстві встановлюється порядок, який сприяє досягненню вищого щастя окремим індивідом, так і суспільством в цілому. До гармонії інтересів в суспільстві призводить вільна діяльність суб'єктів господарювання.

Уперше економічні погляди як наукова система, а не збірка певних рекомендацій щодо ведення господарства, була представлена Адамом Смітом. Шотландський економіст доводив, що економіка має власну функціональну логіку. Завдяки схильності людської природи до обміну і розподілу праці формується складний економічний порядок, який через ринкову систему цін призводить до зростання суспільного багатства та добробуту.

У процесі здійснення економічної діяльності маючи на меті лише максимізацію власного блага, індивід несвідомо сприяє добробуту нації - досягненню суспільного блага. Однак, обґрунтовуючи лібералізм як теорію ринку, А. Сміт не абсолютизував вільний ринок в якості універсального засобу удосконалення суспільства. Економічна, комерційна діяльність ґрунтується на

різноманітні людських мотивів. Підкреслюючи роль природного егоїзму, філософ зазначав, що кожна людина владна відмовитись від власного інтересу заради своїх близьких завдяки розуму, правилам поведінки, совісті³². Отже, на думку шотландського філософа, в підґрунті суспільного ладу лежить не лише ринок та власний інтерес, але й мораль та "моральні почуття".

У XIX ст. теорії загальної рівноваги ринку (Л. Вальрас, В. Парето) стверджували універсальну схему, згідно якої на вільному ринку, де діє чітко налагоджений механізм конкуренції, виникає рівновага між попитом та пропозицією в усіх частинах ринку, в наслідок чого реалізується суспільне благо. При цьому зв'язок між максимізацією власного інтересу та здійсненням суспільного блага стверджувався в якості "об'єктивного" природного закону, заснованого на принципах механіки. Зосереджуючи свою увагу на питаннях виробництва благ та їх розподілу, політична економія висунула претензію на пояснення всього соціуму з одночасним визнанням економіки онтологічним підґрунтям соціально-культурного ладу загалом. Більше того, політичною економією проголошується: господарству належить визначна роль в історії і житті.

Таким чином, активні процеси автономізації та інституціоналізації господарства та сама логіка розвитку економічної науки призвели до емансипації економічної теорії від філософської етики та моральної теології. Одночасно відбулася моральна легітимація мотиву максимізації власних прибутків з подальшим визнанням його в якості рушійної сили економіки. Прагнення до успіху в матеріальній сфері стає головним показником людської раціональності, а вивільнення мотивації від морально-духовних "рамок" стає специфічною рисою нової капіталістичної системи. Ці процеси призвели до абсолютизації та перебільшення економічної точки зору, що в догматичній формі закріпилися у феномені "економізму".

У науковому поясненні соціуму економізм зводить людську історію головним чином до економічного розвитку, тим самим маніпулюючи та перекручуючи фактичність, змішуючи наукову та метафізичну теорії. В XX ст. "метафізика ринку" отримала найбільш чіткий вираз у Ф. А. фон Хайєка та Л. фон

Мізеса, котрі обґрунтовували "спонтанний порядок ринку" та його механізми. Представники неоавстрійської школи економіки постійно підкреслювали недостатню компетенцію людського розуму та застерігали від втручання в гармонійний порядок ринку. Чим ефективніше функціонує ліберальна економіка, тим краще вона слугує суспільному благу, постаючи "етикою ринку".

Таким чином, емансипована від філософської етики економічна теорія розглядала ринкове господарство як запущений Богом/природою/людиною механізм, що працює за об'єктивними природними законами, в які людина в жодному разі не повинна втручатися. При цьому суб'єкт господарювання аксіоматично стверджується лише в якості невторгнотого максимізатору власного інтересу, що не має свободи волі та цілком підкорюється зовнішнім детермінантам - економічним законами та структурам. В такій перспективі "метафізика ринку" звільняє індивідів від відповідальності за рішення, що необхідно приймати, та від необхідності безпристрасного самокритичного вибору альтернативної мети та стратегії господарської діяльності. Індивідуальна моральнісна дія стає не лише надлишковою, але й шкідливою: знижується економічна ефективність, створюються перешкоди для механізму конкуренції, перекручуються "цінові сигнали". Тому ринкова система, "очищена" від ціннісних суджень та моральних настанов, постає найліпшим координатором та регулятором всіх людських відносин.

Таке економіцистське пояснення дійсності призвело не лише до деконкретизації знання про господарство, але й до нездатності економічної науки створити всеохоплюючу теорію дійсності. Представники німецької історичної школи економіки (М. Вебер, В. Зомбарт) в критиці класичної політичної економії справедливо засвідчували, що не може існувати суто економічних процесів, оскільки вони завжди регулюються звичаями та правом, які є виразом моральнісних уявлень про належне. З другої половини ХХ ст. економісти вже не заперечують той факт, що суто позитивістські зубожені моделі господарства, повністю "очищенні" від етичної складової доволі часто "не працюють" в реальному економічному процесі. Визнається і те, що економічна та етична теорія

ніколи не втрачали зв'язку. У будь-якому разі господарська діяльність розглядається економістом-теоретиком крізь призму певної системи цінностей, що відображає його світоглядну позицію. З іншого боку, кожен економічний суб'єкт у своїй поведінці орієнтується на загальні уявлення про припустиме та неприпустиме, про добро і зло.

Наприкінці ХХ ст. в академічних колах, в громадських дискусіях все частіше постає питання про зміну ціннісно-нормативних орієнтацій сучасної господарчої практики. "Вільна від цінностей" автономна економічна теорія поза етикою нездатна здійснити трансформацію нормативних та ціннісних настанов в економіці. Одночасно суто теоретично орієнтована етика, що стоїть на шляхах лише абстрактно-логічного та методологічного аналізу, не спроможна відповісти на заклики часу. Тому як ніколи стає актуальним відновлення втраченої єдності економічної теорії та етики, стає наріжною "зміна парадигми" в етичному знанні від теоретичної до практичної орієнтації. В останні десятиліття з'являється нова галузь соціально-гуманітарного знання, синтез філософської етики та економічної теорії - економічна етика, яка в аналізі морально-етичних проблем покликана слугувати розв'язанню нагальних потреб сучасної економіки.

Головні сучасні напрями етико-економічних досліджень: англо-американська "етика бізнесу" та німецькомовна "економічна етика". Як вже зазначалося, концептуалізація етико-економічного знання знаходиться ще в стадії свого становлення. Найбільш системно розробленими є концепції англо-американської Business Ethics - "етики бізнесу" та концепції Wirtschaftsethik - "економічної етики", створені в німецькомовному просторі. Обидва підходи щодо етико-економічної проблематики сформувалися в кореляції з реальною економіко-політичною ситуацією та обумовлюються особливостями соціально-філософської традиції.

Принциповим фактом, на який не можна не вказати, є те, що політична економія була створена саме в Англії. В англосаксонській соціальній думці розуміння господарства та економічного суб'єкту конституювалося на ґрунті світоглядної позиції лібералізму. Базовими категоріями лібералізму є свобода, рівність, демократія, терпимість, головними принципами - нейтральність держави,

приватна власність, справедливість, принцип обмеження насилля. Головною категорією безумовно виступає поняття свободи.

Площина свободи є багатомірною, але в контексті господарства мову слід вести про свободу підприємництва, свободу власності, свободу торгівлі, свободу конкуренції поряд зі свободою творчості, соціальною свободою, свободою інформації та свободою об'єднань. Таким чином, в англосаксонській традиції господарство розглядається як певний простір конституювання свободи індивідів.

Англосаксонська традиція соціальної думки орієнтована на емпіричний соціум, схеми тлумачення дійсності вибудовуються не на ґрунті теоретичних конструкцій, а шляхом нерелексивної мудрості. Англо-американська соціальна думка має неакадемічний характер, її творцями є не стільки університетські професори, а активні учасники політичного та економічного процесу - економісти, менеджери, політики, журналісти. Тому й дослідження з етики бізнесу як галузі знань, що сформувалася у 70 роках ХХ ст. в США мають здебільшого вигляд есе, збірок статей, які мають процедурний характер та практичну спрямованість. Головними представниками англо-американської традиції етики бізнесу є Р. Ватнау, Р.Т. де Джордж, А. Кедбері, Л. Непі, Д.Дж. Фрітцше. В індивідуально-етичній перспективі досліджується морально-економічна практика підприємств та організацій для того, щоб зробити більш "етично чутливими" адресатів очікування моральної поведінки - менеджерів підприємств.

Етика бізнесу є інтегративним знанням, що застосовує інструментарій етики, психології, соціології, менеджменту в дослідженні конкретних ситуацій в бізнесі як індивідуально-професійної поведінки та соціальної активності задля обмеження негативних наслідків економічної діяльності шляхом безпосередньої імплементації моральних норм на рівні підприємств та організацій. Але відносно дисциплінарного статусу етики бізнесу необхідно зазначити, що вона емансипувалася від філософської етики та скоріше належить до менеджменту як науки про управління економічними організаціями в умовах ринкових відносин. Тому можна казати, що етика бізнесу має не скільки теоретичний, а скоріше інструментально-технологічний характер.

Друге важливе зауваження стосовно розуміння предмета даної науки стосується того, що етика бізнесу є професійною етикою, тому що вона здійснює роботу із систематизації та кодифікації конкретних правил поведінки в професійній сфері - в бізнесі. Мораль в професійній етиці конкретизується та апробується у формі чітких та обґрунтованих кодексів, зведенні правил та вимог, що повинні дотримуватись підприємці чи так звані "бізнесмени".

Структурно етика бізнесу складається з двох рівнів: "мікроетики" та "макроетики" (на кшталт "мікроекономіки" та "макроеко-номіки").

"Мікроетика" досліджує специфіку моральних відносин між підприємством (організацією) як моральнісним суб'єктом та її робітниками. Дослідний і практичний інтерес спрямовується на питання типології корпоративних культур, розглядаються способи підвищення етичного рівня підприємств, роль менеджменту організації, морально-етичні аспекти в прийнятті конкретних управлінських рішень.

"Макроетика" досліджує специфіку моральних відносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства - підприємствами, державою, суспільством в цілому. Відповідно дослідний і практичний інтерес спрямовується на питання відношень між підприємством та об'єктивним світом природи, взаємодії між корпораціями-контрагентами, підприємствами та громадянським суспільством, проблематику соціальної відповідальності бізнесу.

В свою чергу, німецька соціально-філософська традиція сформувалася в період Реформації. У Німеччині довго не існувало автономної від держави політичної економії як науки про господарче життя суспільства. Її роль виконувала специфічна пруська дисципліна про внутрішню політику, яка встановлювала принципи адміністративного управління економікою, що здійснюється Державою - *Polizeiwissenschaft*. В сучасній німецькомовній соціальній думці розуміння господарства та господарюючого індивіда конституюється на ґрунті концепцій "соціального ринкового господарства", які пропонували модель вбудованості ринку в соціальну та політичну структуру. Рішення щодо втілення в життя

концепту "соціального ринкового господарства" виникло під впливом повоєнних соціальних та політичних обставин, що склалися в Німеччині в ХХ ст. Були встановлені жорсткі межі в сфері соціальної політики, освіти, соціальної відповідальності задля зняття негативних ефектів ринкової економіки з метою гармонійного поєднання правового, економічного та соціально-культурних порядків.

Соціально-філософська традиція, що склалася в німецькомовному просторі, на відміну від англосаксонської філософії, спрямованої на емпіричний соціум, прагнула знайти кореляції між ідеально-економічним та реально-економічним, теоретично обґрунтувати нормативно-належне. Згідно з уявленням німецької філософії схеми тлумачення дійсності беруть витoki із теоретичних конструкцій, економічну дійсність можна зрозуміти лише в прилучанні до теоретичного знання.

Головні категорії німецькомовної соціально-філософської думки - "солідарність", "субсидіарність", "відповідальність", "легітимність", "узгодження", "порядок", "свобода", де остання розумілася як "свобода в умовах закону", а не інструмент зростання ефективності ринку. Етична аргументація щодо питань теорії та практики господарства, яка розробляється в німецькомовному просторі П. Козловські, Р. Лейєм, А. Льором, А. Ріхом, П. Ульріхом, К. Хоманом, Х. Штайнманом, розгортається в кращих традиціях академізму, дослідження прагнуть до фундаментальності.

Німецькомовними дослідниками морально-етичної проблематики господарства чітко розмежовується площина підприємницької етики (Unternehmensethik) та економічної етики (Wirtschaftsethik). Власне, під підприємницькою етикою розуміють сферу етичних досліджень моральної легітимності підприємницької діяльності. В певній мірі, підприємницька етика є етикою бізнесу, оскільки її дослідний інтерес зосереджується на питаннях управління підприємством, а саме на можливості реалізації моральних норм та ідеалів в умовах сучасної економіки на рівні підприємства. Але практично у всіх дослідженнях німецькомовних авторів підкреслюється неприйняття англійського

терміну "Business Ethics", використовуючи термін "підприємницька етика" - "Unternehmensethik".

Німецькомовні теоретики не задовольняються вивченням конкретної практики підприємства, дослідницький інтерес простягається значно ширше за розгляд професійної поведінки Homo economicus. Розв'язання етико-економічної проблематики господарства стає справою не лише персоналу - підприємців, а скоріше філософів, теоретиків етики і економічної науки. Серед найбільш відомих та концептуально оформлених підходів щодо визначення ролі, місця та завдань економічної етики слід виділити "етичну економію" німецького філософа Петера Козловські "економічну теорію моралі" німецького економіста Карла Гомана , "інтегративну економічну етику" швейцарського соціального філософа Петера Ульріха, "господарську етику" швейцарського теолога Артура Ріха.

Незважаючи на різні назви, зазначені філософи та економісти прагнуть створити на ґрунті економічної теорії та філософської етики цілісне знання про економічну дійсність, яке включало б такі складові. По-перше, теорію господарського етосу (економічної культури), яка описувала б фактичну економічну поведінку та ціннісний зміст економічної культури різних суспільств.

По-друге, критичний аналіз догматичних постулатів "економізму", покликаний деміфологізувати економічну свідомість та віднайти шляхи конструктивного поєднання нормативних вимог економіки та моралі.

По-третьє, нормативну теорію належного в господарчій діяльності, предметом якої виступають правила й норми, що регулюють та координують економічні відносини, а також цінності, що задають зміст благам та визначають характер економічної діяльності.

По-четверте, теорію "рамочного порядку", спрямовану на формування "правил гри" для всіх економічних суб'єктів таким чином, щоб знімалася конфліктність між нормами моралі та економічною ефективністю. Всі ці елементи етико-економічного знання є необхідними для того, щоб в опосередкованій формі впливати на ефективне формування інститутів економічного життя, які сприяли б солідарності людей та зростанню їхнього добробуту.

В узагальненому вигляді, можна сказати, що економічна етика є галуззю соціально-гуманітарного знання, що здійснює аналіз імперативного і ціннісного змісту економічної діяльності, проводить теоретичну експертизу морально-етичних інтенцій економічної теорії задля трансформації нормативно-теоретичних конструкцій в реальну господарчу практику.

Отже, предметом економічної етики є не лише моральнісний зміст господарської практики, а й нормативні вимоги економічної науки, що досліджує цю практику.

Питання для самоконтролю:

- 1. Назвіть основні історичні етапи становлення економічної етики.*
- 2. Наведіть приклади відомих діячів, які зробили внесок у розвиток етики.*
- 3. Які є головні сучасні напрями етико-економічних досліджень?*
- 4. Що являє собою етика бізнесу?*
- 5. В чому різниця між мікро-та макроетикою?*

Тема 4. Етичні засади бізнесу

План

1. Етика бізнесу.
2. Права людини. Стандарти праці. Навколишнє середовище. Боротьба з корупцією.
3. Соціальна відповідальність бізнесу.
4. Бар'єри в етиці бізнесу.

1. Етика бізнесу – це правила, норми, що регулюють відношення суб'єктів бізнесу. Етичний бізнес – це чесність, порядність, повага до партнерів, дотримання даного слова, здатність ефективно функціонувати на ринку згідно з діючими законами, встановленими правилами і традиціями.

Чи може бізнес бути етичним? Чи має право на існування поняття “етика бізнесу”? Питання, яке в сучасних вітчизняних економічних реаліях розвитку ринкових відносин ще не знайшло однозначної відповіді.

Довгий час це питання було дискусійним як для західного світу, де комерція для частини суспільства вважалася “сатанинською справою” (Ш. Бодлер), так і, особливо, в історії вітчизняного бізнесу. (Можемо навести приклад негативного ставлення до діяльності купців, коли саме слово “купець” несло у собі презирливий відтінок).

Потрібно визнати, що бізнес як суспільне явище (нарівні з іншими: наука, політика та ін.) є явищем складним і тому ми не можемо судити про взаємодію бізнесу та етики з “простих позицій добра і зла” (Д. Брейбрук). Але з іншого боку, бізнес, як складова суспільного життя, не може розвиватися абсолютно незалежно від традицій, моралі, релігії, законів суспільства. Тому моральний розвиток суспільства об'єктивно впливав і впливає на поступову “етизацію” сфери бізнесу.

Значну роль в процесі розвитку етики ділових стосунків відіграла релігія, яка впливала на формування нового типу підприємця, якому, як зазначав у своїй роботі “Протестантська етика і дух капіталізму” М. Вебер, “не притаманна” показова розкіш і марнотратство. Саме під впливом протестантизму змінювалося

відношення західного суспільства до багатства, приватної власності. Власність, багатство вважалися результатом успішної діяльності людини, а *успіх*– *символом благодаті*. Таке поєднання економіки та релігії вивільняє людську енергію, збагачення стає релігійно-етичною місією.

Загальний розвиток суспільства, моральний прогрес поступово вели до того, що з початку ХХ століття у сфері бізнесу почали формуватися інші цінності, відбувався процес поступового поєднання бізнесових і моральних пріоритетів, поєднання двох базових засад бізнесу– моральність та успіх. В цей період визначаються етичні принципи ведення справ:

- поважай право приватної власності;
- люби та поважай людину;
- будь вірним своєму слову;
- живи за доходами;
- будь цілеспрямованим;
- поважай владу.

Друга половина ХХст., незважаючи на певні успіхи впровадження в сферу ділового життя норм моралі, характеризується наявністю значної кількості невіршених і нових проблем. Серед них американська дослідниця Лора Неш виділяє такі:

- жадібність;
- приховування негативних факторів і видача недостовірної інформації у звітах про результати перевірок;
- випуск неякісної продукції;
- нерозумне завищення цін або прямий обман під час ділових переговорів;
- зайва самовпевненість у судженнях, яка може призвести до збитку інтересів компанії, коли для неї настає лихоліття;
- низька якість роботи й товарів;
- беззастережне підпорядкування керівництву, яким би неетичним і несправедливим воно не виявилось;

- протиріччя між особистими інтересами й інтересами корпорації;
- наявність фаворитів;
- тверді ціни;
- неможливість висловити своє обурення й незгоду в атмосфері постійних неетичних вчинків;
- недостатня увага родині або особистим справам через надмір роботи;
- виробництво продукції з сумнівними характеристиками з якості й безпеки;
- неповернення яких-небудь речей або цінностей, узятих на робочому місці, у товаришів по службі або з фондів корпорації;
- свідоме перебільшення свого плану роботи задля одержання підтримки;
- перебільшена увага до просування по службових сходах на шкоду інтересам справи;
- обман конкурентів з метою одержання вигоди для компанії;
- створення союзів із сумнівними партнерами в надії на щасливу випадковість;
- затягування й зволікання із виконанням своїх обов'язків, що призводить до надмірної витрати грошей корпорації;
- надання негативного впливу на суспільно-політичний процес шляхом дачі хабара й внесення змін у законодавство.

З іншого боку, в світі почало зростати занепокоєння проблемами, викликаними неконтрольованим зростанням економіки (проблеми екології; домінування технократичних тенденцій в розвитку суспільства, особистості; дисбаланс в розвитку економічних та етичних засад суспільного життя та ін.). Все це поставило на порядок денний питання розробки і впровадження принципів і норм етики бізнесу.

У Європі і США, незважаючи на наявні дискусії і розбіжності про те, яке місце етика займає в діяльності професійних бізнесменів, прихильники наявності етики в бізнесі відстоюють положення про те, що етичні принципи сприяють підтримці

рентабельності, конкурентоспроможності й ефективності компаній. Такі універсальні моральні цінності як чесність, справедливість, відповідальність, трансльовані в практичну діяльність, пов'язану з різними варіантами підприємництва, сприяють стабільності, погодженості, цивілізованості.

Початок етики бізнесу як окремої сфери знання датується серединою 70-х років. Саме з цього часу почали організовувати конференції, семінари, присвячені етиці бізнесу. Вчені, представники бізнесу активно працюють над визначенням етичних принципів на міжнародному, регіональному, професійному, корпоративному рівнях.

Найбільш важливим кроком у цьому напрямі можна вважати прийняту в 1994р. у швейцарському місті Ко Декларацію Ко “Принципи бізнесу”. Свідченням того, що світ, незважаючи на проблеми, в цілому рухається до вироблення загальної, глобальної етики є документи першого всесвітнього конгресу з етики, бізнесу та економіки (Токіо, 1996) та інших міжнародних форумів.

Активну роль в становленні етичних засад бізнесу відіграють європейські вчені та представники бізнесу. Так, у вересні 2000р. Європейська мережа бізнес-етики провела свою 13-ту щорічну конференцію у Кембріджі (Великобританія) під назвою: “Етика: лідерство та відповідальність”.

З кожним роком розширюється усвідомлення етики бізнесу як складової ділової культури в різних країнах світу. Так, у серпні 2000р. в Росії відбулася конференція “Бізнес і культура світу: репутація вітчизняного підприємництва та образ Росії у III тисячолітті”, на якій було прийнято “Принципи ведення справ у Росії”. У ній як найголовніше зазначається викладене нижче.

- Прибуток головніший за все. Але честь дорожча прибутку.
- Поважай учасників спільної справи– це основа стосунків та самоповаги. Виконуй прийняті ділові зобов'язання.
- Утримуйся від насильства та погроз як способів досягнення ділових цілей.
- Завжди веди справу відповідно до коштів.

- Виправдовуй довіру. Вона – основа підприємництва та ключ до успіху. Прагни завоювати репутацію чесного, компетентного та порядного партнера. Будь таким, яким ти хочеш бачити свого кращого партнера.

- Конкуруй достойно. Не доводь ділові суперечки до суду. Найнадійніший партнер той, який теж виграє всі угоди.

- Дотримуйся чинних законів та поважай законну владу.

- Для законного впливу на владу об'єднайся з однодумцями на основі даних принципів.

- Роби добро не заради користі та марнославства. Не вимагай за зроблене неодмінного суспільного визнання.

- При веденні справи, як мінімум, не завдай шкоди природі.

- Знайди в собі сили протистояти злочинності та корупції. Сприяй тому, щоб вони стали не вигідними для всіх.

- Будь терпимим до представників інших культур. Вони не гірші і не кращі за нас, вони просто інші.

Важливим кроком на шляху посилення етичних засад бізнесу та менеджменту, інституалізації “етики відповідальності” в сфері бізнесу стала започаткована у 1999р. Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном ініціатива, яка отримала назву *Глобального договору*.

Глобальний договір ООН спрямований на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки. Він пропонує компаніям забезпечити – в межах своєї діяльності – дотримання, підтримку і запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандарти праці, охорони навколишнього середовища і боротьби з корупцією.

2. Права людини

Принцип №1. Ділові кола повинні підтримувати та поважати підхід, який передбачає захист міжнародних прав людини в сферах їхнього впливу.

Принцип №2. Ділові кола не можуть бути причетні (повинні не мати відношення) до порушення прав людини.

Стандарти праці

Принцип №3. Ділові кола повинні підтримувати свободу зібрань та ефективно визнання права на колективний договір.

Принцип №4. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію усіх форм примусової (та обов'язкової) праці.

Принцип №5. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дитячої праці.

Принцип №6. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дискримінації при прийомі на роботу та у професійній діяльності.

Навколишнє середовище

Принцип №7. Ділові кола повинні застосовувати (підтримувати) дбайливий (обережний) підхід до питань екології.

Принцип №8. Ділові кола повинні вживати заходів на підтримку посилення екологічної відповідальності.

Принцип №9. Ділові кола повинні заохочувати розвиток та розповсюдження екологічно безпечних технологій.

Боротьба з корупцією

Принцип №10. Ділові кола повинні боротися з будь-якими виявами корупції, включаючи здирництво та хабарництво[30].

Джерелами принципів Глобального договору є “Загальна декларація прав людини”, “Декларація фундаментальних принципів і прав наробочому місці Міжнародної організації праці”, “Ріо-де-Жанейрська Декларація з екології та розвитку”, “Конвенція ООН проти корупції”. Станом на вересень 2009 до Глобального договору приєдналося більше ніж 6 500 компаній та організацій з більш як 130 країн світу.

Для впровадження принципів бізнес-етики активно створюються міжнародні організації. Це, в першу чергу, Міжнародне товариство економіки та етики, Інститут соціальної та етичної відповідальності, мережа соціальних починань. До

відомих європейських організацій належать Європейська етична мережа, Європейська мережа бізнес-етики.

Особливо значне місце етичним аспектам розвитку бізнесу та менеджменту відводиться в США. Американці в цій сфері вважаються лідерами. Етиці бізнесу у США присвячено близько 50 монографій, читається більше ніж 500 курсів лекцій в університетах, видається декілька газет (“Газета з етики бізнесу”, “Бізнес і професійна етика”). В комп’ютерному каталозі Каліфорнійського університету більше ніж 340 книг і статей, присвячених цій темі.

Проблеми ділової етики протягом багатьох років були темою широкої дискусії в бізнесі, уряді та суспільстві в цілому. В країні протягом усієї її історії склалися стійкі традиції та цінності, які підкріплювалися і вдосконалювалися системою законодавства. В першу чергу це такі загальнолюдські цінності як чесність, правдивість, довір’я і справедливість в комерційних взаємовідносинах; виконання зобов’язань; здорова конкуренція; винагорода, сумірна з роботою.

Етично недопустимим та підлягаючим покаранню за законом в американській концепції етики бізнесу є: корупція (дача взяток, вимагання); шахрайство; приховування доходів від оподаткування; надання недостовірної інформації в фінансовому звіті фірми.

В США зміст етики бізнесу визначається:

- моральними якостями підприємця, актуалізованими в його діловій поведінці;
- професійною етикою, зокрема в питаннях сумлінної конкуренції;
- моральними якостями підприємця, серед яких:
 - вірність слову, договору;
 - почуття міри в бажанні отримання прибутку;
 - відповідальність за доручену справу;
 - корпоративна солідарність;
 - установка на підвищення кваліфікації, самовдосконалення;
 - визнання і повага людської честі.

3. Важливим елементом розвитку етики бізнесу є питання соціальної відповідальності бізнесу. **Соціальною відповідальністю бізнесу** називають відповідність соціальним цілям.

В процесі історичного становлення етичних засад ведення бізнесу існували різні підходи до розуміння соціальної відповідальності бізнесу. Їх становлення відбувалося в процесі суперечок як з приводу ролі бізнесу в суспільстві, так і соціальної відповідальності зокрема.

На початковому етапі вважалось, що бізнес реалізує свою соціальну відповідальність через збільшення прибутку, не порушуючи при цьому законів і норм державного регулювання. Створюючи максимально можливий прибуток, підприємства отримують можливість економічного зростання, що, в свою чергу, сприяє працевлаштуванню та підвищенню доходів всіх. Саме цим бізнес робить позитивний внесок у вирішення проблем суспільства в цілому. В цій системі провідними принципами є власні інтереси бізнесу, які доповнюються робочою етикою.

У подальшому концепція соціальної відповідальності бізнесу розвивалася на основі посилення в розвитку бізнесу фактора соціальних інтересів та корегування діяльності бізнесу суспільством.

Так, у 1975 році Кітом Девісом була запропонована концепція соціальної відповідальності бізнесу, положення якої зберігають свою актуальність і сьогодні:

- соціальна відповідальність виникає з соціальної влади, яка має створювати умови та показувати приклади соціальної відповідальності;
- бізнес має діяти як двостороння відкрита система: з одного боку враховувати вплив суспільства, ринкові сигнали, а з іншого – бути відкритим у своїх операціях для громадськості;
- соціальні витрати, винагороди за діяльність, продукцію, послуги мають бути ретельно обчислені й розглянуті з огляду на правомірність їх віднесення до собівартості виготовлення того чи іншого продукту, надання послуг;
- соціальні витрати, що розподіляються за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, в кінцевому підсумку оплачуються споживачем;

- ділові організації, як і громадяни, залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, які перебувають за межами звичайних сфер їхньої діяльності.

Сучасний підхід до розуміння соціальної відповідальності розвивається останні 15-20 років. Він, на противагу інтересам споживання та конкуренції, пов'язаний з корегуванням рішень бізнесу. Окрім економічних результатів, важливим завданням бізнесу також є досягнення з точки зору соціальних цілей: конкурентна боротьба без обману і шахрайства, активна діяльність у сферах охорони здоров'я людини та оточуючого середовища, громадських прав, захисту прав споживачів тощо.

Аналізуючи питання користі соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства в цілому вчені виділяють такі аргументи.

- *Сприятливі довгострокові перспективи.* Соціальні дії підприємця, що поліпшують рівень життя регіону або зменшують соціальну напругу, незважаючи на деякі витрати, можуть стимулювати ріст прибутку, оскільки у споживачів, партнерів і у місцевого населення формується більш сприятливий імідж цього бізнесмена.

- *Зміна потреб і очікувань широкого загалу.* Пов'язані зі зростанням обсягів підприємництва очікування населення радикально змінюються. Перехід підприємницьких структур до вирішення соціальних проблем стає і бажаним, і необхідним суспільству.

- *Наявність ресурсів для вирішення соціальних проблем.* Бізнес займає все більше трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які забезпечують передумови для передачі частки їх на соціальні потреби, розвиток соціальної сфери.

Українське суспільство також рухається в напрямі визначення та утвердження принципів етики бізнесу, які, з одного боку, увібрали б у себе кращі традиції ділової культури українців, а з іншого— кращі норми цивілізованого бізнесу.

4. На шляху розуміння, а тим більше дотримання українськими бізнесменами етичних принципів існують різноманітні *бар'єри*.

Внутрішні:

- скептичне ставлення до етики в бізнесі;
- песимізм (нічого тут не зміниш; кради і красти будемо);
- фаталізм (зло несильне, воно перемагає завжди і всюди);
- перекладання відповідальності на інших (я б із задоволенням, але ось інші...);

- невпевненість у своїй моральній послідовності;
- моральна нестриманість;
- страх стати неконкурентоспроможним;
- завищена самооцінка.

Зовнішні:

- закони, суспільна думка;
- підкуп чиновників;
- недобросовісність ділових партнерів;
- застосування силових методів у стосунках із партнерами;
- необов'язковість у ділових комунікаціях.

У сфері торгівлі:

- порушення зобов'язань по платежах;
- порушення строків постачання;
- закупівля та продаж товарів із простроченими термінами реалізації;
- непрофесійність персоналу;
- операції з контрабандним товаром.

У сфері виробництва:

- виробництво товарів низької якості;
- підробка торгових знаків;
- створення підставних фірм та перекачування коштів.

У сфері фінансів:

- затримка операцій з метою “прокручування” грошей;
- нечесність персоналу;
- розголошення комерційної таємниці, крадіжки, змова з конкурентами;
- підробки документів тощо.

Українські вчені, політики, бізнесмени намагаються знайти відповідь на питання, що потрібно зробити аби етичні норми бізнесу стали реальністю?

Результати соціологічних досліджень свідчать, що для встановлення етичних принципів ведення бізнесу необхідні такі кроки:

- розумна податкова політика;
- чітке та стабільне правове регулювання економіки;
- ліквідація організованої злочинності, корупції;
- політична стабільність;
- професійність підприємців;
- рівні умови для всіх для ведення бізнесу;
- формування у суспільстві позитивного іміджу підприємця;
- формування корпоративної етики підприємців;
- навчання етичним основам бізнесу.

Важливим елементом інституалізації етики бізнесу в Україні стало підписання провідними українськими та міжнародними компаніями, асоціаціями та неурядовими організаціями Глобального Договору ООН.

Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні провело презентацію ініціативи Глобального договору 6 грудня 2005 під час Форуму соціальної відповідальності бізнесу та Глобального Договору. Участь у заході взяли більше 70 представників ділових кіл, влади, Організації Об'єднаних Націй, міжнародних та українських неурядових організацій, наукової спільноти та ЗМІ. Основною метою Форуму було продовження діалогу між зацікавленими сторонами щодо соціальної відповідальності бізнесу, а також для підписання Глобального Договору та створення мережі Глобального Договору в Україні.

Презентація Глобального договору в Україні відбулася 25 квітня 2006р. за підтримки провідних українських та міжнародних компаній та високих посадовців Уряду України. Першими підписантами ініціативи стали 34 провідні українські та міжнародні компанії, асоціації та неурядові організації.

Підписанти Глобального Договору в Україні заявили про своє бажання щодо створення мережі Глобального договору в Україні у 2006 році, яка служить

платформою для сприяння та просування соціальної відповідальності бізнесу та принципів Глобального Договору в Україні.

Для поширення концепції соціальної відповідальності бізнесу та заохочення дотримання практики соціальної відповідальності як позитивного поштовху до змін, ООН в Україні організувала серію зустрічей з представниками приватного сектору, провідними представниками українських та мультинаціональних компаній, ділових асоціацій, торгових та трудових спілок та громадських організацій.

Питання для самоконтролю:

- 1. Що включає в себе поняття етики бізнесу?*
- 2. Чи може бізнес бути етичним?*
- 3. Які ви знаєте етичні принципи ведення бізнесу?*
- 4. Що таке соціальна відповідальність бізнесу? Наведіть приклади.*
- 5. Які існують бар'єри щодо застосування етичних принципів?*
- 6. Яке значення Глобального договору в Україні ?*

Тема 5. Адміністративна етика.

1. Складові адміністративної етики.
2. Дотримання адміністративної етики.
3. Особливості взаємостосунків представників держави і підприємництва.
4. Інституційний тип взаємовідносин державних службовців і підприємців.
5. Модель етичної поведінки підприємця.

Етика - філософська наука, об'єктом вивчення якої є мораль. В етиці можна виділити два види проблем: питання про те, як повинна поводитись людина, і власне теоретичні питання про поведінку і сутність моралі. Виходячи з першого роду проблем, стає очевидною практична спрямованість етики, її проникність в усі сфери буття, за що вона й одержала назву "практичної філософії". Практичне значення етики виявляється в першу чергу в сфері людського спілкування, важливою складовою якої є спілкування людей у процесі спільної діяльності. Спільна діяльність людей не може бути нейтральною стосовно моральності. Історично мораль, а не право, була першою формою регуляції відносин між людьми. Особливе значення ця форма регуляції ділових відносин набуває в демократичному суспільстві, у якому відсутній твердий контроль держави за господарською й іншою діяльністю людей.

Кожному виду людської діяльності відповідають конкретні види професійної етики. Професійні види етики – це ті специфічні особливості професійної діяльності, що спрямовані безпосередньо на людину в тих або інших умовах його життя і діяльності в суспільстві. Вивчення видів професійної етики показує різноманіття, різнобічність моральних відносин. Для кожної професії якогось особливого значення набувають ті або інші професійні моральні норми. Професійні моральні норми – це правила, зразки, порядок внутрішньої саморегуляції особистості на основі етичних ідеалів.

1. Складові адміністративної етики

Сьогодні, як ніколи, на всіх рівнях державного управління (національному, регіональному і місцевому) етичні проблеми стоять дуже гостро. Поряд із традиційними (корупцією, підкупом, хабарництвом, конфліктами інтересів, неетичною поведінкою, дискримінацією прав) виникають нові, що пов'язані з приватизацією, реструктуризацією, децентралізацією управління, використанням сучасних інформаційних технологій, інновацій і т.п.

Існує багато визначень поняття «адміністративна етика» і підходів до її вивчення.

Адміністративна етика — це норми і закони поведінки, дотримуючись яких керівник чи державний службовець визначає етичні стандарти до виникаючих в установі проблем, самостійно аналізує ці стандарти і несе особисту професійну відповідальність за прийняті рішення. Тут визначаються два стандарти — зміст етичних стандартів та процес, що дає змогу їх визначити.

Адміністративна етика — це розділ етики, що вивчає моральні аспекти діяльності державних службовців і керівників та вміщує чотири компоненти:

Цінності — переконання, думки, взаємовідносини індивідів, ставлення груп і суспільства до таких категорій, як свобода, справедливість, відповідальність.

Стандарти і норми — принципи, що визначають дії людей відповідно до чинних законів, кодексів і правил.

Особливості зовнішнього середовища — умови, в яких здійснюється діяльність управлінців і державних службовців (політичні, соціальні, культурні).

Організаційну поведінку — форми діяльності службовців, що орієнтовані на цінності конкретного суспільства або установи, організації в рамках дій визначених стандартів і норм.

Характерним для сучасного суспільства розвинутих капіталістичних країн є посилений акцент на створення методології наукових досліджень у галузі адміністративної етики. Серед методів — опитування та інтерв'ю, збір і аналіз відомостей, спостереження і вивчення конкретних випадків, історичні аналогії тощо.

Адміністративна етика по суті шукає відповідь на такі питання: що є добро і зло, що є правильним і хибним у поведінці управлінців і державних службовців; які мотиви і умови сприяють їх етичній поведінці; що треба робити для формування високих моральних принципів. Саме ці питання визначають моральний клімат в органах державного управління будь-якого рівня.

2. Дотримання адміністративної етики

Щоб поведінка державних службовців відповідала визначеним стандартам і нормам, необхідний внутрішній і зовнішній контроль, а також такі механізми, що дають змогу застосувати це на практиці. Внутрішній контроль пов'язується з моральними принципами і свідомістю службовців, особливо при прийнятті ними управлінських рішень. Механізмом його впровадження повинні виступати безпосередньо самі державні органи, що відповідають за здійснення конкретних функцій і навчання службовців адміністративній етиці.

У США, приміром, існує досить розвинуте законодавство в галузі адміністративної етики. Відповідні акти з етичних питань приймаються Конгресом, законодавчими органами штатів і місцевою владою. Основними напрямками діяльності тут є: введення обмежень зі встановленням відповідних санкцій за їх порушення, отримання інформації про фінансовий стан службовців, гарантування конфіденційності доходів, регулювання діяльності окремих груп службовців.

Так, введені обмеження на перехід службовців до приватного сектора економіки, на представлення інтересів в організаціях, де працювали раніше, або за діяльність яких несли відповідальність, заборонено приймати подарунки вартістю більш визначеної суми, приймати на роботу близьких, родичів тощо.

Важливим засобом, що дає змогу виробити принцип керівництва етичною поведінкою державного службовця, повинен стати Кодекс етики, який визначає, що повинен та може робити адміністративний працівник, а що йому робити забороняється.

Прийняті в деяких західних країнах кодекси служать також орієнтирами при прийнятті управлінських рішень у конфліктних ситуаціях; їх головна мета — розуміння державними службовцями, як представниками влади, етичних

стандартів, встановлення довірчих відносин з населенням, дотримання правил і норм організаційної поведінки в адміністративних установах, становлення інституційного типу взаємовідносин з підприємцями.

3. Особливості взаємостосунків представників держави і підприємництва

Щоб точніше зрозуміти особливості взаємостосунків представників держави і підприємництва, повернемося до значення суті останнього. Підприємництво — ініціативна господарсько-фінансова діяльність суб'єктів різних форм власності в рамках чинного законодавства на свій ризик і під власну фінансову та майнову відповідальність для отримання прибутку.

Щоб стати підприємцем, необхідно бути здатним зважитися виконувати якусь нову справу, пристосуватися до здійснення чогось значного і, головне, реалізувати свої мрії. Не кожна людина в змозі самовизначитись у конкретній справі і дати знати про себе. Відомий класик Й. Шумпетер писав: *«Бути підприємцем — означає, роблячи те, що роблять інші, виконувати все не так, як виконують інші»*.

Досліджуючи культурну генезу «духу капіталізму», Макс Вебер у праці «Протестантська етика і дух капіталізму» вдало показав типи характеру і особливо тип людини, яка має азарті талант керівника, пройнята духом підприємництва та здатна протистояти бюрократичній організації держави

Державна політика радянських часів виховувала у населення негативне ставлення до підприємництва. Усіма засобами втлумачувалися переваги соціалізму та неспроможність капіталістичних країн ефективно організувати своє господарство. Не можна було робити щось не так, як всі, щоб не стати «білою вороною». Господарська ініціатива і самостійність керівників усіх рівнів прийнятті рішень розглядалися як відступ від генеральної лінії комуністичної партії і як прецедент до серйозного розгляду справи чи судового процесу.

Розвиток в Україні ринкових відносин та необхідність стійкого соціально-економічного розвитку держави стали вимагати нових механізмів координації і узгодження інтересів представників підприємства і влади. За роки розбудови державності принципи взаємовідносин представників цих раніше двох полярних

інститутів сприймалися і сприймаються сьогодні як одна із багатьох важливих, але все ж таки, другорядних проблем, що знаходяться дещо осторонь взаємостосунків двох гілок влади, держави та партій і т. п.

Разом з тим саме в процесі капіталотворення від етики, ділових взаємостосунків представників влади і підприємництва залежить тип держави, що утвердиться в Україні. А це насамперед має бути цивілізоване партнерство, яке дасть змогу нашій країні зайняти гідне місце у європейському і світовому співтоваристві.

4. Інституційний тип взаємовідносин державних службовців і підприємців

Рівень організації підприємництва в Україні на початку третього тисячоліття став підвищуватись. Крах сировинно-експортної моделі підштовхнув становлення нової групи економічних інтересів — це виробничі структури, що вижили в умовах економічної кризи і вийшли на внутрішній ринок з новим асортиментом продукції товарів народного споживання. Саме ці сектори виробництва вели і зараз ведуть боротьбу з імпортом на внутрішньому ринку.

Сьогодні, як ніколи, вітчизняним товаровиробникам необхідні захист внутрішнього ринку, підтримка платоспроможного попиту населення, забезпечення доступності кредиторів, злам адміністративних бар'єрів з боку місцевої бюрократії, яка пов'язана з орієнтованим на імпорт торговельним капіталом, фінансування розвитку торговельної інфраструктури, формування доступних послуг з боку існуючих фінансово-кредитних установ .

Особливістю економічних інтересів виробників товарів народного споживання є залежність, з одного боку, від становлення вітчизняного машинобудівного комплексу, з другого — від розвитку українського агропромислового комплексу. Забезпечення широкої зайнятості та залучення до сфери цієї діяльності великого числа підприємців малого та середнього бізнесу може дати змогу створити потужну соціальну базу і підвищити купівельну спроможність населення України.

Цьому повною мірою повинен сприяти інституційний тип взаєностосунків влади і підприємництва, за якого центральним посередником стають громадські об'єднання — і спілки і асоціації підприємців. Такий тип практикується в усіх розвинутих країнах. В Україні — Український союз промисловців, підприємців, Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств, Координаційно експертний центр об'єднань підприємців України, Рада об'єднань підприємців України при Кабінеті Міністрів України, які разом з Державним комітетом України з питань розвитку підприємництва повинні вести активну роботу щодо захисту прав та інтересів підприємців, вивчати і доопрацьовувати проекти законодавчих актів, чинних законів та нормативних документів.

Для узгодження інтересів влади і підприємців зазначені об'єднання застосовують два види взаємодії — «режим консультації» і «режим делегування». Прикладом першого є входження представників Українського союзу промисловців і підприємців (УСПП) до колегій міністерств і відомств, іншого — делегування Кабінетом Міністрів України Конфедерації роботодавців участі в розробці Генеральної угоди між урядом, профспілками і роботодавцями. Цікавим є також створення УСПП та Європейським університетом спільного Науково-дослідного інституту системних досліджень, стабілізації та розвитку економіки.

Перехід від олігархічного до інституційного типу взаємовідносин представників влади і підприємництва в нашій країні є необхідною умовою переходу до впровадження стратегії економічного відродження, затвердження гуманізаційних основ ділової етики.

5. Модель етичної поведінки державного службовця

Декотрих найчутливіших і найталановитіших наших сучасників скрутність моменту нерідко провокує на те, щоб відмовитись від себе, від власного покликання, поринути з головою в давнину або в якусь чужинну екзотику, перекладаючи на інших тягар власної відповідальності. Проте, нам не знайти нашої правди, краси і щастя, повертаючись або вперто спозируючи на пройдені шляхи. Тільки йдучи вперед використовуючи досвід і знання минулого, можна увійти в достойне майбутнє

Усвідомлення своєї відповідальності за взаємовідносини підприємця і державного службовця, встановлення розумних обмежень їх співпраці — то є завдання власне етичне, що передбачає здатність до саморозвитку і самовдосконалення.

Фактори зовнішнього середовища:

- система заохочень і покарань
- взаємовідносини в колективі
- політика і моральні принципи
- система управління і роль вищого керівництва

Індивідуальні характеристики:

- рівень морального розвитку
- мотивація, орієнтація особистості
- ступінь залежності, самоконтроль
- здібності до самопізнання

Етапи формування етичної поведінки:

- етичне сприйняття й інтерпретація ситуації
- етичні судження і думки про морально-правильний курс дій
- вибір культурних цінностей і поведінки
- реалізація моральних норм поведінки



Принципи вирішення етичних проблем:

- максимальний соціальний результат
- вдоволення інтересів більшості
- дотримання прав, свобод і гідності людини
- розподіл прибутків і витрат серед різних груп населення

Питання етичного вибору:

- що про це говорить в законі?
- які філософські основи рішення питання?
- що підказує професійний досвід і знання?
- чи є сама організація частиною проблем?
- що треба знати про себе для прийняття адекватного рішення?

Основними постулатами етичного кодексу підприємця є наступні:

- він переконаний у корисності своєї праці не тільки для себе, але і для інших, для суспільства в цілому;
- виходить з того, що люди, що оточують його, хочуть і вміють працювати;
- вірить у бізнес, розцінює його як привабливу творчість;
- визнає необхідність конкуренції, але розуміє і необхідність співробітництва;
- поважає будь-яку власність, суспільні рухи, поважає професіоналізм і компетентність, закони, цінує творіння, науку і техніку.

Ці основні принципи етики ділової людини можуть бути конкретизовані стосовно до різних сфер його професійної діяльності.

Розвиток в Україні ринкових відносин та необхідність стійкого соціально-економічного розвитку держави стали вимагати нових механізмів координації і узгодження інтересів представників підприємства і влади. За роки розбудови державності принципи взаємовідносин представників цих раніше двох полярних інститутів сприймалися і сприймаються сьогодні як одна із багатьох важливих, але все ж таки, другорядних проблем, що знаходяться дещо осторонь взаємостосунків двох гілок влади, держави та партій і т. п.

В даний час зростає значення адміністративної етики в регулюванні різних видів трудової діяльності. Це зв'язано з прагненням постійно удосконалювати норм поведінки стосовно до суспільних відносин, що змінюються.

Адміністративна етика суспільства не може представляти абсолютну істину в поведінці людей. Кожне покоління повинне вирішувати їх знову і знову самостійно. Але нові розробки повинні спиратися на моральний запас, створений попередніми поколіннями.

Сьогодні, коли має місце випереджальний розвиток технічних аспектів і відставання культурного, дуже важливо зрозуміти, що для стабілізації суспільства необхідні етичні знання.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке адміністративна етика?
2. Опишіть механізм дотримання адміністративної етики?
3. Як співвідносяться етичні постулати підприємця та ринкова економіка?
4. Проаналізуйте етичну поведінку працівника та етичний кодекс підприємця.

Тема 6. Етика підприємництва

План

1. Етичні критерії бізнесу, етичні норми фірми.
2. Основи етикету, службовий етикет.
3. Планування переговорів.

Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад. Право — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державою. Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується зокрема моральноетичних параметрів бізнесу.

Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад.

Право — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державою. Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується зокрема моральноетичних параметрів бізнесу. У більшості західних країн ділова етика внесена до програми шкіл бізнесу, коледжів, інститутів і університетів, навчальних посібників тощо. Як у державних, так і в комерційних навчальних закладах України, включаючи школи бізнесу, приватні інститути, слід ввести спеціальні курси.

1. Етичні та правові критерії підприємництва

Етичні норми на відміну від норм права офіційно ніде не записані і довгий час усно передавалися від "батьків" "дітям", від старших - молодшим, від одного покоління - іншому. Вони склалися століттями в процесі спільної діяльності і гуртожитки багатьох поколінь різних народів і є одним з основних придбань культури. На відміну від правового регулювання, де на варті законодавства стоять

спеціальні державні органи, що карають за порушення тієї чи іншої статті закону, контроль за дотриманням або недотриманням етичних норм здійснюється тільки громадською думкою і людською совістю. Саме тому бути чи не бути моральним майже повністю залежить від власної доброї чи злої волі людини. Зрозуміло, кожен вільний вибір обумовлений безліччю факторів, проте насильно змусити людину бути порядною неможливо.

Скрізь, де існують людські відносини, присутній і мораль, оскільки жити в суспільстві і бути повністю від нього вільним не можна. Поважаючи в собі особистість і власну гідність, розсудлива людина розуміє, що кожен, з ким він має справу, також розраховує на визнання його особистості та гідності.

Етика ділових відносин визначається рівнем загальної культури та, в свою чергу, є одним з аспектів культури менеджменту. Її норми виконують соціальну роль, регулюючи поведінку індивідумів, формуючи певний соціальнопсихологічний клімат у колективі. Дотримання етики керівником дозволяє уникнути або зменшити кількість стресових ситуацій, що благотворно позначається на психофізіологічному стані і здоров'я працівників. У кінцевому рахунку слідування етичним принципам в рамках підприємства і у взаємодії із зовнішнім діловим середовищем відбивається на економічних показниках діяльності, сприяє отриманню більш високого розміру прибутку і економному використанню такого важливого ресурсу, як час.

Дотримання етики поведінки надає впевненість у своїх силах і діях, впорядковує і полегшує "ділове існування", сприяє формуванню іміджу фірми, окремого працівника, його кар'єри. Щоб домогтися успіху в бізнесі, для менеджерів важливо володіти основами ділової етики.

Управлінська практика виробила етичні норми, тобто постулати професійної етики, які лежать в основі того, що можна визначити як етичний кодекс підприємця, менеджера.

А саме, цивілізований підприємець, менеджер:

- Перекоаний у корисності своєї праці не тільки для себе, а й для інших, для суспільства, для держави;

- Виходить з того, що люди, що оточують його, хочуть і вміють працювати, прагнуть реалізувати себе разом з підприємцем;

- Вірить у бізнес, розцінює його як привабливе творчість, відноситься до бізнесу як до мистецтва;

- Визнає необхідність конкуренції, але розуміє і необхідність співробітництва;

- Поважає себе як особистість, а будь-яку особистість - як себе; - Поважає будь-яку власність, державну владу, громадські рухи, соціальний порядок, закони;

- Довіряє іншим, поважає професіоналізм і компетентність;

- Цінує освіту, науку і техніку, інформатику, культуру, поважає екологію;

- Прагне до нововведень;

- Є гуманістом.

Ділова людина повинна опанувати етикет, який є складовою підприємницької етики.

2. Етикет підприємця включає такі складові:

1) етику спілкування;

- норми та правила коректної поведінки у стосунках зі своїми колегами та підлеглими, іншими підприємцями, споживачами;

- правила взаємного привітання, представлення, знайомства;

- правила організації бізнес-зустрічей та проведення ділових переговорів;

- культуру службового листування;

- знання міжнародного протоколу та національних особливостей під час ділових контактів.

2) вимоги до зовнішнього вигляду, манер, одягу, службового приміщення, робочого місця;

3) вимоги до мови;

4) етику реклами;

5) створення позитивного іміджу.

Для встановлення етичних принципів необхідно наступне:

- розумна податкова політика;

• чітке та стабільне правове регулювання економіки; • ліквідація організованої злочинності, корупції;

- політична стабільність;
- професійність підприємців;
- рівні умови для всіх для ведення бізнесу;
- формування у суспільстві позитивного іміджу підприємця;
- формування корпоративної етики підприємців;
- навчання етичним основам бізнесу.

Етика (теорія моралі) - в широкому розумінні є збір систематичного обґрунтування правил і наказів, які визначають та регулюють відносини між людьми.

Етикет — це встановлений порядок і манери поведінки, а також ритуали й форми поводження, прийняті в певних соціальних групах. Реалізація норм і правил етикету в спілкуванні — це ввічливість, тактовність, коректність, доброзичливість, чуйність, скромність, простота та ін.

Правила ділового етикету визначають порядок поведінки працівників при виконанні ними професійних обов'язків. Серед них виділяють групу норм, які регламентують характер відносин "керівник — підлеглий". До їх числа входять форми привітання, правила ведення ділової розмови, правила прийому відвідувачів, етикетні норми службового спілкування з працівниками в типових виробничих ситуаціях.

Службовий етикет — це напрям службового спілкування. В його основі лежить розуміння службової місії і, насамперед, розуміння важливості питання, яке обговорюється. В процесі комунікації повинна бути створена правильна настанова.

Настанова свідомості — це ставлення людини до оточуючого її світу, людей, своїх колег. Для формування правильної настанови вимагається подолати стереотипи стійкої, повсякденної, розхожої думки, упереджених уявлень, неправильні відносини та оцінки.

Стереотип перешкоджає комунікації подвійним чином: зміст інформації може бути викривлений відправником під дією стереотипу, а також одержання інформації може бути деформовано стереотипом мислення одержувача інформації.

Найпростіше правило етикету службового спілкування — відійти від стереотипів мислення. Важливим імперативом етикету службового спілкування буде «правило об'єктивності», яке говорить про те, що не слід шукати підтвердження правильності своїх слів і не відвертати всього того, що їм суперечить. Неправильні відносини між відправником і одержувачем інформації можуть мати своєю причиною особисті антипатії.

Важливим правилом службового спілкування повинна бути увага до фактів. Саме вони повинні визначити правильні настанови свідомості й встановити відповідність вказаних вище понять. В основі етикету службового спілкування лежить звичайний мовний і поведінковий етикет, а також прагматичні норми ділової комунікації, імперативи управління та самоуправління.

Етика наказу й прохання — важливі поняття службового етикету. Використання того чи іншого ступеня категоричності цілком визначається ситуацією. Наказова форма, жорсткий стиль вимог виправдані лише в деяких ситуаціях. Наказ - синонім адміністрування.

Критерії доречності наказу такі: наказ недоречний скрізь і всюди, де можна обійтись проханням. Чим твердіше відданий наказ, тим більше він позбавляє підлеглого можливості проявити ініціативу. Тим більше недопустима форма наказу, яка супроводжується погрозою покарання. Рівень ефективності відразу ж значно знижується і у виконавця виникає почуття протесту та опору. Найбільш індиферентна форма, яка пасує до більшості службових ситуацій спілкування, - доручення. Відповідно, доручення трансформується в прохання, якщо його зміст виходить за межі звичайних службових обов'язків.

Етика покарання - важливий елемент службового етикету спілкування. Тут мова йде не стільки про ефективність покарання (догана, осуд, стягнення, штраф та ін.), скільки про покарання як елемент службового спілкування. Формула звільнення в службовому етикеті - одна з найбільш хворобливих, її сухий стиль

завжди викликає психічний злам не тільки у того, кого звільняють, але й у тих, хто продовжує виконувати службові обов'язки.

Подяка та комплімент в етиці службових відносин також посідають важливе місце. В основі подяки - увага до успіхів підлеглих і своєчасність стимулювання. Вчасно похвалити, відзначити прогрес, підвищення показників - значить ще більше стимулювати роботу. Краще не покарати взагалі за той чи інший вчинок, ніж не похвалити, не помітивши успіху. Формою стимулювання можуть служити «золоті слова». Це непряме стимулювання, але часом воно більш дієве, ніж пряма подяка.

Правила та принципи етики службових відносин

1. Посміхайтесь людям.

2. Вітайтеся.

3. Між «ти» і «ви».

4. На паритетних засадах Збори, засідання, наради - колективні форми управління, їх ефективність досягається тоді, коли поставлені питання розглядаються на рівних умовах, незалежно від посадового положення, віку, стажу роботи. Тому дотримуйтесь такого правила: виявляйте максимум доброзичливості до учасників зборів.

5. Наказ і прохання.

6. Дякуйте, але й вимагайте. Стимулювання й покарання - суттєві інструменти активізації та виховання працівників.

7. Будьте уважні до своїх підлеглих, помічайте кожен їх успіх у роботі й стимулюйте за це.

8. Зрозуміти та допомогти Багатьом керівникам доводиться проводити прийоми відвідувачів з особистих і службових питань.

9. Критика і етика Критика має три напрямки: зверху, знизу і зсередини (самокритика). Кожен з них на практиці має свої етичні риси та проблеми. Критика зверху, як відомо, розвивається без перешкод. Але треба мати міру й такт. Найбільше перешкод зазнає критика знизу.

10. Належить беззастережному осуду. Фахова етика відбиває особливості моральної свідомості, поведження і взаємовідносин людей, що зумовлені специфікою фахової діяльності.

Фахова етика визначає етичні принципи і норми поведження людей у рамках певного виду трудової діяльності. Тому виділяють педагогічну, медичну, військову, управлінську та іншу етику. Вирішальними умовами успіху є працьовитість, фахова майстерність, талант. У активізації перерахованих якостей усе більше значення має моральний підхід і рівень моральної свідомості. Важливим у професійній етиці є об'єктивне і доброзичливе ставлення до людей, їх фахової думки, службових прагнень. Реальним проявом фахової порядності є єдність слова і діла.

Найпоширенішими **шляхами формування етичної поведінки** в підприємницьких структурах можуть бути такі:

- розробка етичних нормативів;
- створення груп або комітетів з етики;
- проведення соціальних обстежень і ревізій;
- навчання етичній поведінці.

Етика є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності фірми, і не може бути викладена за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування. Етика свою закінчену форму набуває у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у бізнес-середовищі.

Етика відносин із партнерами:

- дотримання зобов'язань;
- недопущення маніпулювання інвестиціями;
- урахування інтересів партнерів під час розподілу прибутку.

Етика взаємовідносин із конкурентами:

- запобігання таємних угод на ринках;
- використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки конкурентних стратегій;

- вихід із сумнівних ринків під час виникнення значних етичних проблем.

Причини неетичної поведінки:

- недостатність законодавчої та нормативно-правової бази;
- значний обсяг “ тіньової ” економіки;
- конкурентна боротьба, що відсуває на дальній план етичні міркування;
- зростаюче прагнення звітувати про рівень прибутковості за дедалі коротші періоди, тобто у кожному кварталному звіті;
- відсутність належного стимулювання етичної поведінки керівників;
- загальне зниження ролі етики в суспільстві;
- певний тиск на рядових працівників з боку організації з метою пошуку компромісів між їхніми цінностями вищого керівництва;
- низькі моральні якості членів суспільства.

Процес планування переговорів поділяють на три етапи, які розглядаються впродовж півроку:

- підготовка до переговорів;
- безпосереднє ведення переговорів;
- аналіз результатів і підсумків переговорів.

На етапі підготовки потрібно опрацювати три аспекти проведення переговорів: змістовний, організаційний і тактичний. змістовний аспект переговорів включає: необхідність ретельного аналізу наявної ситуації; прогнозування найімовірніших варіантів та зміни; проектування найбільш сприятливих умов, навіть якщо їх створення малоімовірне за нинішніх ситуацій. У великих фірмах, звичайно, створені спеціальні відділи, які займаються опрацюванням зазначених питань, на підставі чого визначаються найперспективніші розробки та напрями діяльності фірми.

Організаційний аспект охоплює коло питань, починаючи з місця, часу та загального антуражу проведення переговорів і закінчуючи підбором команди з точним розподілом функцій та ролей, які виконує кожний її член на переговорах.

Тактичний аспект забезпечує необхідну професійну спрацьованість висунутих пропозицій. Він включає в себе весь обсяг конкретних питань: від

тактико-технологічних характеристик пропозицій до фінансових та юридичних деталей.

Є тактика ведення переговорів перевірена часом:

- Дохідливо поясніть свою пропозицію;
- Не обіцяйте нічого неможливого;
- Вчіться відхиляти не здійсненні вимоги;
- Записуйте все, з чим ви погоджуєтесь і що ви обіцяєте;
- Не вірте причини відмови, якщо вона переконливо не обґрунтована;
- Не йдіть на пряму конфронтацію;
- Важкі питання обговорюйте в самому кінці.

Питання для самоконтролю:

1. *Поясніть взаємозв'язок понять етики та права.*
2. *Назвіть складові етикету підприємця.*
3. *Охарактеризуйте етику наказу й прохання.*
4. *Яка роль покарання та похвали в етиці службових відносин?*
5. *Які є шляхи формування етичної поведінки працівників та керівників?*
6. *Чи можливо етично поводитись з конкурентами?*
7. *Які є етапи планування переговорів?*

Список використаних джерел

1. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. 310 с.
2. Малюк Л. П., Варипаєва Л. М.. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі : навч. посіб. Харків : ХДУХТ, 2016. 146 с.
3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця : Нова книга, 2002. 223 с.
4. Ділові контакти з іноземними партнерами : навч-практ. посіб. / уклад. Ю. І. Палеха. Київ : Видавництво Європейського університету, 2004. 283 с.
5. Дюмін О. З., Ніколаєва А. О. Ділове спілкування (Риторика та ораторське мистецтво) : практич. посіб. Харків : Видавництво ХТУРЕ, 2001. 146 с.
6. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / під ред. Т. Е. Андрєєвої. Харків : Бурун Книга, 2004. 143 с.
7. Лозовой Р. О., Уманець О. В., Ценко М. Б. Культура особистості та етикет : посіб. Харків : Регіон-інформ, 2004. 112 с.
8. Палеха Ю. І. Ділова етика : навч. посіб. 4-те вид. Київ : Видавництво Європейського університету, 2002. 181 с.
9. Дипломатичний та діловий протокол : конспект лекцій / уклад.: І. Б. Чичкало-Кондрацька, І. В. Новицька. Полтава : НУПП, 2020. 70 с.

Допоміжна література

1. Балакірова С. Ю., Павленко В. В. Вплив медіакультури на комунікативну компетентність управлінця. *Вісник Національного технічного університету України «КПІ»*. Сер. : Філософія. Психологія. Педагогіка. 2011. №2 (32). С. 21-24.
2. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2004. 480 с.
3. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. 2-е вид. Київ : Лібра, 2003. 415 с.
4. Ділове спілкування : методичні вказівки до самоств. роботи студ.

заочної форми навчання / уклад. С.К.Каземирова. Чернігів : ЧНТУ, 2014. 71 с.

5. Development of students' language competencies in the modern competitive environment / Batsurovska I. and other. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie*. 2020. № 40. p. 19-24.

6. Андрющенко Я. Е. Виклики індустрії гостинності під час пандемії. *Менеджмент організацій на інноваційній основі* : матер. Всеукр. Інтернет-конф. м. Миколаїв 29-30 жовт. 2020 р., Миколаїв : МНАУ, 2020, с. 3-4.

7. Андрющенко Я. Е. Тищенко С. І. Комунікативні процеси в управлінні готельним господарством. *Actual trends of modern scientific research* : V International Scientific and Practical Conference, Munich, 8-10 November 2020, С. 527-531.

Інформаційні ресурси

1. Пентилюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 224 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/828569/> (дата звернення: 02.11.2021).

2. Шостром Э. Анти-Карнеги. Москва : Попурри, 2004. URL: https://royallib.com/book/shostrom_everett/anti_karnegi.html (дата звернення: 02.11.2021).

4. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування : підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2007. URL: <http://textbooks.net.ua/content/category/42/58/48/> (дата звернення: 02.11.2021).

Навчальне видання

ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Конспект лекцій

Укладач: **Андрюшенко Яна Едуардівна**

Тищенко Світлана Іванівна

Формат 60x84 1/16. Ум.друк.арк.5

Тираж 5 прим.

Надруковано у видавничому відділі

Миколаївського національного аграрного університету

54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013р.

