

ОСОБЛИВОСТІ ЕТИКЕТУ У СФЕРІ БІЗНЕСУ

FEATURES OF ETIQUETTE IN THE BUSINESS SPHERE

УДК 338:658.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct80-30>

Осмятченко В.О.¹

д.е.н., професор,
професор кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Державний університет інформаційно-
комунікаційних технологій

Згурська О.М.²

д.е.н., доцент,
завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Навчально-науковий інститут
менеджменту та підприємництва
Державного університету інформаційно-
комунікаційних технологій

Мартиненко М.О.³

доктор філософії,
Державний університет інформаційно-
комунікаційних технологій

Osmiatchenko Volodymyr

State University of Information
and Communication Technology

Zghurska Oksana

State University of Information
and Communication Technology

Martynenko Maryna

State University of Information and
Communication Technology

У статті аналізується етикет у контексті суспільних відносин та його роль у соціумі. У сфері бізнесу етика та етикет доповнюють одне одного. Проблема ділового етикету є важливою складовою професійної поведінки підприємця та бізнесмена. Етикет – це система правил поведінки, що регулює зовнішні прояви людських взаємовідносин. Більшість норм етикету виникають на основі моральних та естетичних потреб, які були сформовані людством. Норми етики та естетики вимагають розробки правил спілкування між людьми, що є необхідним також у сфері бізнесу. Етикет переважно стосується поведінкових категорій, тоді як етика – це категорії морального порядку. Це означає, що ввічлива людина не завжди є моральною, проте моральна людина повинна бути вихованою та ввічливою. Таким чином, норми етикету та моральності, що склалися в суспільстві, є механізмом регулювання три-валого процесу формування взаємин між людьми. Без дотримання правил етичних норм не можуть існувати ані економічні, ані політичні, ані ділові відносини.

Ключові слова: етика, етикет, людські взаємовідносини, суспільство, діловий етикет.

The article analyzes etiquette in the context of social relations and its role in society. In the business sphere, ethics and etiquette complement each other. The issue of business etiquette is an important component of the professional behavior of entrepreneurs and businesspeople. Etiquette is a system of behavioral rules that regulates the external manifestations of human relationships. Most etiquette norms arise from the moral and aesthetic needs formed by humanity. The norms of ethics and aesthetics require the development of communication rules between people, which is also necessary in the business sphere. Etiquette primarily concerns behavioral categories, while ethics refers to moral categories. This means that a polite person is not always moral, but a moral person must be well-mannered and polite. Thus, the norms of etiquette and morality that have developed in society are mechanisms for regulating the long process of forming relationships between people. Without adherence to ethical norms, neither economic, political, nor business relations can exist. The article explores the concept of etiquette, specifically focusing on its significance within social relations and its broader role in shaping societal interactions. In the realm of business, etiquette and ethics are interdependent and serve as vital tools that help businesspeople navigate the complexities of professional conduct. Etiquette, being a structured set of behavioral guidelines, plays a crucial role in regulating how individuals present themselves and interact with others, ensuring that professional exchanges occur smoothly and respectfully. This concept stems largely from the moral and aesthetic frameworks that have evolved over centuries, reflecting the innate human need for order, decency, and civility in all forms of communication. In the business environment, the lines between ethical and etiquette-related behavior often intertwine. While ethics addresses deeper moral obligations, etiquette focuses on outward actions and mannerisms. It is important to note that these two concepts, while distinct, are mutually reinforcing. For instance, a polite individual may not necessarily exhibit ethical integrity, but a person grounded in strong moral principles will likely adhere to courteous behavior. The long-standing traditions of etiquette offer a system through which professionals can cultivate trust, foster cooperation, and create a foundation for sustainable relationships – whether in business or politics. Without these codes of conduct, the structure of professional interaction would falter, leading to a breakdown in both economic and political engagements. Therefore, the implementation of etiquette is not just an option but a necessity for the functioning of modern business practices.

Key words: ethics, etiquette, human relationship, society, business etiquette.

Постановка проблеми. Проблема ділового етикету в сучасному світі стає все більш важливою через зростаючу глобалізацію бізнесу, коли люди з різних культур та суспільств взаємодіють один з одним. Відсутність навичок спілкування або недотримання правил етикету може призвести до втрати ділових партнерів, погіршення іміджу компанії та, як наслідок, втрати прибутку. Успішні підприємці повинні розуміти, що діловий етикет не лише сприяє взаєморозумінню між людьми, але й є важливим компонентом соціальної інтеграції та економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи сучасні публікації та дослідження, можна виділити кілька ключових праць,

присвячених діловому етикету. Наприклад, Дейл Карнегі у своїй роботі відзначав важливість спілкування у бізнесі, стверджуючи, що успіх людини на 85% залежить від її вміння взаємодіяти з іншими людьми. Також вивченням етикету займалися такі автори, як Л. Болдридж та І.А. Дудіна, які описували важливість хороших манер у бізнесі [1]. Проте значною проблемою залишається недостатня увага до вивчення ділового етикету в українському контексті, зокрема відсутність адаптованих до національних особливостей програм та курсів.

Постановка завдання. Метою цієї статті є дослідження ділового етикету як важливого елементу успішної взаємодії у бізнесі та аналіз ключових навичок, які сприяють побудові ефективних

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9916-9484>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3878-3007>

³ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8751-4973>

бізнес-комунікацій. Крім того, стаття прагне висвітлити практичні аспекти застосування етикету в різних ділових ситуаціях і показати, як дотримання етикету може впливати на імідж компанії та успіх у переговорах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Англійський письменник і мораліст XIX століття Дж. Леббок сказав з цього приводу: «Для успіху в житті вміння спілкуватися з людьми набагато важливіше, ніж наявність таланту» [2].

Цю думку кількісно підтвердив у 1936 році всесвітньо відомий американський фахівець з людських відносин Дейл Карнегі [3], зазначивши: «Успіх людини в її фінансових справах на 15% залежить від її професійних знань і на 85% – від її вміння спілкуватися з людьми».

Мистецтво спілкування – це досить широке поняття. Воно включає в себе культуру спілкування, певні методи та форми ділової взаємодії, манеру поведінки, правила ввічливості та такту – все те, що в сучасному світі називають протоколом та етикетом, і що визначає ділову взаємодію партнерів.

Якщо звернутися до історії, ми помітимо, що ця, здавалося б, незначна проблема завжди займала розуми кращих мислителів різних епох. Наскільки сучасними є думки, що дійшли до нас з глибини цивілізації: «Коли ти хочеш довести якусь істину своєму співрозмовнику, найголовніше – не дратуватися і не сказати жодного грубого чи образливого слова» (Епіктет, грецький філософ, близько 50–138 рр. н. е.) [4].

Люди з давніх часів прагнули, щоб правила хорошого тону, норми ділового та загальнолюдського спілкування стали надбанням більшості, а також прагнули надати етикету гуманну та високоморальну основу. Однією з найдавніших книг з етикету є «Інструкція з поведінки», написана в Єгипті близько 2350 р. до н. е. Автором найвідомішого середньовічного трактату про поведінку «Дисципліна клерикаліс», виданого в 1204 р., був іспанський священник Педро Альфонсо [5].

Незважаючи на те, що книга здебільшого була призначена для священнослужителів і монахів, на її основі пізніше з'явилися численні посібники з етикету в Англії, Франції, Голландії, на німецьких та італійських землях. У цих посібниках основна увага приділялася правилам поведінки за столом, веденню бесід та прийому гостей. В Україні найбільшої популярності набула книга «Юності чесне дзеркало, або Показання до житейської поведінки», яка неодноразово перевидавалася у XVIII столітті. У більш пізній період з'явився збірник «Хороший тон. Збірник правил і порад на всі випадки життя суспільного та сімейного».

На Сході та Заході вже багато років існують спеціальні навчальні курси з етикету, які читаються в різних університетах, а також цілі компанії, що

займаються навчанням протоколу та етикету для тих, хто працює або планує працювати в сфері бізнесу. Тільки у США існує понад 300 компаній, що спеціалізуються на цій діяльності. Серед них Нью-Йоркський інститут етикету Е. Поуст [6], Інститут хороших манер Е. Янкович [7], Вашингтонський центр етичних проблем та інші. Сфера їхньої діяльності різноманітна: від організації за бажанням замовника різних навчальних модулів і програм до випуску спеціальної літератури для самостійного навчання, такої як «Повний посібник з хороших манер для службовців» Л. Болдрідж, «Етикет службовця» М. Стюарт і М. Фоуке [8], «Образ професіонала» Бікслер та інші.

Важко сказати, скільки грошей щороку втрачається і скільки кар'єр руйнується через неправильну поведінку або невихованість. Усвідомлюючи, які вигоди це може принести в майбутньому, японські компанії щорічно витрачають близько 700 мільйонів доларів на навчання хорошим манерам, правилам та формам спілкування, а також на консультації з цих питань для своїх працівників. Вони справедливо вважають, що краще витратити гроші на це сьогодні, ніж завтра втратити потенційних клієнтів або ринки збуту через те, що їхні співробітники не вміють не тільки вдягатися та правильно поводитися один з одним, з клієнтами і керівниками, але й грамотно написати листа, ввічливо і тактовно поговорити по телефону, а також правильно підібрати та розмістити кадри на підприємстві або фірмі.

Знання протоколу та етикету додають впевненості будь-якій людині та дозволяють відчувати себе на висоті в будь-якій нестандартній ситуації. Під час переговорів з партнером, клієнтом, страховим агентом тощо необхідно знати, як правильно його розмістити, не принижуючи його гідності, і з чого краще почати розмову. Багато хто опинявся в незручних ситуаціях або спостерігав розгубленість інших людей через незнання, здавалося б, елементарних речей – чи варто першому подавати руку своєму співрозмовнику або почекаати, поки це зробить він, а якщо людей багато, і серед них є жінки, як діяти в такому випадку? Який порядок представлення та рукостискань? Як оформляти візитні картки? Як і де ними обмінюватися під час прийомів, візитів та переговорів?

Невпевненість, незручність, незнання цих питань заважають розвитку бесіди у правильному напрямку, обмежують ініціативу та сковують поведінку людини в будь-якій обстановці, будь то офіційна чи просто дружня. Людина, що володіє певною сукупністю психологічних знань, швидко адаптується до виникаючої ситуації та вміє позитивно впливати на інших, може вирівняти ситуацію і зняти напругу від непотрібних дрібних конфліктів, використовуючи приховану мотивацію для

досягнення мети, яку їй поставила компанія.

Проблема стає ще ширшою, якщо враховувати мотивацію поведінки людини, яка в звичайному житті визначає її вчинки та подальший розвиток ситуацій. Це особливо важливо в сфері бізнесу, де людина стикається з багатьма іншими людьми, а отже, і з різними характерами. Рівень психологічної невідповідності людей визначає відмінності в методах досягнення цілей і обмежує можливість їхньої взаємодії. Це може призвести до поглиблення проблеми, аж до відкритого конфлікту. Однак цього можна уникнути, оволодівши певними навичками та правилами психологічної взаємодії та спілкування з людьми.

Стримуючи свої емоції та звертаючись до логіки й фактів, після певної підготовки людина може без особливих зусиль знайти нові рішення, які раніше були їй недоступні через емоційну напругу, і навіть перетворити конкурентні стосунки на плідну співпрацю. Це важливо для всіх, хто працює в сфері бізнесу, особливо для керівників вищої ланки. Відповідна підготовка дозволяє не тільки приймати правильні рішення, що сприяють збільшенню прибутку компанії, але й уникати непотрібних конфліктів як з партнерами, так і з конкурентами. Уміння знаходити правильний стиль взаємодії з людьми – це не тільки природна якість, цьому можна і потрібно навчитися.

Деякі люди думають, що хороші манери існують окремо від реального життя і що володіння ними зробить їх снобами, тобто людьми, які претендують на вишуканий смак, особливу інтелектуальність тощо. Інші вважають, що хороші манери потребують багато часу, а їхнє вивчення є занадто складним. Обидві ці точки зору хибні. Ви можете бути одночасно сильним, енергійним і ввічливим. Фактично, той, хто мотивує свою «ввічливу поведінку» страхом, наприклад, перед начальником, є менш сильним, ніж той, хто керується в своїй поведінці повагою. Багато хто сприймає етикет як снобізм, тому що люди часто використовують знання етикету та протоколу як ознаку переваги над іншими. Насправді вихована людина користується знаннями етикету для того, щоб кожен, хто бере участь у діловому спілкуванні, відчував себе комфортніше, вільніше та простіше. Класик американської літератури Г. Торо [9] обґрунтував потребу людей в етикеті психологічними мотивами: «Людське суспільство зазвичай надто доступне. Ми зустрічаємося занадто часто, не встигаючи знайти нові цінності один для одного. Щоб зробити ці часті зустрічі терпимими, нам довелося домовитися про деякі правила, які називаються пристойністю або етикетом, що не дають нам вступити в конфлікт».

З цим важко не погодитися. Тільки уявіть собі, що було б, якби, наприклад, не було відомо, що молодші за віком або за посадою повинні

першими вітати старших за віком або осіб, які займають вищу посаду, а ті повинні першими простягнути руку для рукостискання у країнах, де таке привітання прийняте. Або інше правило, яке часто порушується, найімовірніше через незнання, що першою для рукостискання руку простягає жінка. Хто знає, можливо, за відсутності рамок спілкування почалася б «культурна війна» з гаслом: «Чому я, а не він? Чим я гірший?».

Знання правил етикету не завадять вашому самовираженню, якщо це не показові манери, і не змінять ваш характер у гірший бік, оскільки прагнення бути ввічливим є внутрішньою потребою людини. Винятком може бути лише випадок, коли грубість і хамство є інтегральними складовими характеру в усіх його проявах. Але й тут за певної роботи над собою можливі позитивні результати.

Дотримання етикету, тобто вміння правильно поводитися, стало одним із основних способів виділитися вперед і зберегти лідерство у світі бізнесу. Важливий показник тут — лояльність клієнтів. За підрахунками фахівців, утримати старих клієнтів у 5 разів дешевше, ніж залучити нових. Не останню роль у цьому відіграє культура бізнесу, зокрема бізнес-етикет, який застосовується як для широкого спектру людських відносин, так і для різних сфер бізнесу. Спробуйте поставити собі питання: «Чи вимагає звичайне виконання таких речей, як продаж нерухомості, різного обладнання, робота комерсанта, страхового агента тощо більше часу, ніж їх виконання ввічливо?» І ви, напевно, відповісте негативно. Можливо, навчання хорошим манерам і потребуватиме від вас часу, але рівно стільки, скільки потрібно для того, щоб впровадити в рутину вашого життя будь-який новий елемент поведінки.

Хороші манери зекономлять вам чимало часу, оскільки дозволять уникнути наслідків вашої можливої руйнівної поведінки. Стриманість не дасть вам кинутися в бій. Етикет вимагає від вас лише невеликих вкладень, а повернення буде значним. Але найкращою нагородою для вас стане розуміння того, що, одного разу зрозумівши причини, що породили правила етикету, хороші манери здадуться вам не такими складними. Коли ви ближче познайомитеся з основами етикету, їх використання стане для вас дивовижно легким, а відчуття комфорту та свободи в спілкуванні з іншими звільнить вас від страху бути кимось ображеним. Дотримання етикету дасть вам впевненість у собі, піднімаючи вас на зовсім інший рівень.

Ми знаємо, що етикет у реальному світі бізнесу не є лише переліком суворо обмежених правил. Це швидше постійно розвиваюча історія, іноді з кількома варіантами відповідей. Ми, звісно, спробуємо забезпечити вас дороговказом, а правила, якими ми вас забезпечимо для виникаючих

ситуацій, будуть досить гнучкими. Дотримуючись їх, ви однозначно зробите своє життя простішим, але остаточне рішення з приводу «хто, де і як» залишиться за вами.

Хтось сказав, що леді та джентльмени ніколи не спілкуються з іншими навмисне грубо. Усе, чого ми прагнемо досягти, це щоб будь-яка груба помилка, яку ви ненавмисно зробите під час спілкування з іншими людьми, не була проігнорована вами. Ми сподіваємося, що ви самі собі відповісте на такі питання: «Чи варто було мені порушувати правило? Що я отримую від цього порушення? Чи буде це порушення працювати на мене чи проти мене?» Своїми питаннями ми хочемо досягти того, щоб ви розглядали свої дії як послідовність кроків, що виходять за межі протоколу, усвідомлювали наслідки своїх дій, а не сліпо слідували йому.

Етикет проходить через кожну вашу дію в бізнесі, і навіть поза робочим часом. З часом ви зрозумієте, що хороші манери роблять бізнес успішнішим і допомагають вам заробляти гроші.

Висновки з проведеного дослідження. Дотримання ділового етикету є необхідною умовою для успішної діяльності будь-якого підприємця. Правильна поведінка під час переговорів, уміння встановлювати контакти та підтримувати професійні відносини сприяє формуванню позитивного іміджу компанії. Перспективи подальшого дослідження включають розробку практичних рекомендацій щодо адаптації міжнародних правил

ділового етикету до українських реалій та впровадження освітніх програм для підвищення рівня ділової етики серед працівників різних галузей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Carnegie D. (1936). *How to Win Friends and Influence People*. New York: Simon and Schuster, p. 128.
2. Post E. (1922). *Etiquette in Society, in Business, in Politics, and at Home*. New York: Funk & Wagnalls, 682 p.
3. Goffman E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor, 272 p.
4. Bixler S., Dugan L. (1990). *The New Professional Image: Dress Your Best for Every Business Situation*. New York: Pocket Books, 249 p.
5. Fox K. (2004). *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. London: Hodder & Stoughton, 592 p.
6. Pachter B., Brody S. (2013). *The Essentials of Business Etiquette: How to Greet, Eat, and Tweet Your Way to Success*. New York: McGraw-Hill, 256 p.
7. Forni P.M. (2002). *Choosing Civility: The Twenty-Five Rules of Considerate Conduct*. New York: St. Martin's Press, 196 p.
8. Martin J.S. (2010). *Miss Manners' Guide to a Surprisingly Dignified Wedding*. New York: W.W. Norton & Company, 320 p.
9. Sabath A.M. (2010). *International Business Etiquette: Asia & The Pacific Rim*. New York: Career Press, 224 p.
10. Baldrige L. (2003). *Letitia Baldrige's New Manners for New Times: A Complete Guide to Etiquette*. New York: Scribner, 709 p.