

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Вінницький національний технічний університет

ЕТИКА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

Вінниця
ВНТУ
2011

УДК 174(075)
ББК 87.7я73
Е88

Автори:

О. Й. Лесько, М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська, Г. Г. Рузакова

Рекомендовано до видання Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Лист № 1/11-10703 від 23.11.2010 р.

Рецензенти:

І. Ф. Комарницький, доктор економічних наук, професор

Я. Д. Крупка, доктор економічних наук, професор

А. Г. Мазур, доктор економічних наук, професор

Етика ділових відносин : навчальний посібник / [О. Й. Лесько, Е88 М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська, Г. Г. Рузакова] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 310 с.

ISBN 978-966-641-414-7

У посібнику розкриваються етичні проблеми ділових відносин у сфері бізнесу та управління, висвітлені основні положення ділової етики та правила ділового етикету. Розглянуто питання, що регламентують порядок ділових зустрічей, ведення переговорів, організацію прийомів. Визначено чинники формування іміджу ділової людини. Велика увага приділяється питанню етичних норм та психологічних механізмів ділового спілкування.

Посібник розрахований на студентів вищих навчальних закладів, майбутніх менеджерів, керівників.

УДК 174(075)
ББК 87.7я73

ISBN 978-966-641-414-7

© О. Лесько, М. Прищак, О. Залюбівська, Г. Рузакова, 2011

З М І С Т

Передмова	6
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕТИКИ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН	8
1.1. Етика відповідальності як методологічна основа розвитку етики ділових відносин ХХІ століття.	8
1.2. Етичні засади сучасного бізнесу.	12
1.3. Етичні норми в менеджменті.	23
1.4. Інституалізація етичних основ діяльності організацій.	26
1.5. Етика та етикет.	31
1.6. Сутність і зміст етики ділових відносин.	33
<i>Питання та завдання для самоконтролю</i>	37
<i>Список використаної та рекомендованої літератури</i>	38
Розділ 2. ОСНОВИ ЕТИКИ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН	40
2.1. Особливості ділового етикету та протоколу.	40
2.2. Етика ділових взаємин керівника з підлеглими.	44
2.3. Етика ділових відносин з клієнтами та партнерами по бізнесу. .	48
2.4. Гендерні засади ділової етики.	53
2.5. Працевлаштування	56
2.6. Національні особливості ділової етики в різних країнах світу. . .	60
<i>Питання та завдання для самоконтролю</i>	66
<i>Список використаної та рекомендованої літератури</i>	67
Розділ 3. ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ	70
3.1. Спілкування як самостійна та специфічна форма активної особистості.	70
3.2. Ділове спілкування та його особливості.	74
3.3. Способи ділового спілкування.	77
3.4. Засоби ділового спілкування.	84

3.5. Індивідуальні ділові бесіди.	94
3.6. Особливості бесід телефоном.	103
3.7. Правила спілкування в електронному просторі.	111
3.8. Форми колективного обговорення проблеми.	114
3.9. Публічний виступ у діловому спілкуванні.	119
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	<i>141</i>
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	<i>142</i>
Розділ 4. ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ ТА КОНФЛІКТИ У СПІЛКУВАННІ.	146
4.1. Взаєморозуміння у спілкуванні.	146
4.2. Міжособистісні конфлікти у спілкуванні.	149
4.3. Конфлікти в організації.	154
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	<i>157</i>
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	<i>158</i>
Розділ 5. ДІЛОВІ ЗУСТРІЧІ ТА ПЕРЕГОВОРИ.	159
5.1. Підготовка та проведення ділових зустрічей.	159
5.2. Особливості ведення ділових переговорів.	171
5.3. Презентація.	180
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	<i>184</i>
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	<i>185</i>
Розділ 6. ДІЛОВА АТРИБУТИКА.	187
6.1. Візитівки.	187
6.2. Сувеніри і подарунки в діловій сфері.	191
6.3. Етикет національних символів.	197
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	<i>198</i>
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	<i>198</i>
Розділ 7. ІМІДЖ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ.	200
7.1. Імідж як умова ділового успіху.	200
7.2. Зовнішній вигляд ділової людини.	203
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	<i>218</i>
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	<i>218</i>

Розділ 8. ДІЛОВІ ПРИЙОМИ.	220
8.1. Загальні вимоги до проведення ділових прийомів.	220
8.2. Види прийомів.	222
8.3. Культура організації прийому та поведінки за столом	229
<i>Питання та завдання для самоконтролю.</i>	240
<i>Список використаної та рекомендованої літератури.</i>	240
Тестові завдання для самоперевірки.	242
Література.	248
Короткий термінологічний словник.	256
Додатки.	264

ПЕРЕДМОВА

На даний час існує потреба в підготовці менеджерів, керівників високого професійного рівня, здатних розвивати бізнесові стосунки та стосунки в організаціях на цивілізованій основі, яка значною мірою визначається моральними цінностями.

Важливим аспектом професійної компетентності менеджера є його рівень психологічної культури, який включає в себе знання психологічних закономірностей розвитку та проявів психіки особистості, психологічних аспектів спілкування та взаємодії в різних соціальних групах, знання психології управління, а також уміння використовувати набуті знання.

Психологічна культура є важливою, але недостатньою умовою успішного бізнесу та управління. Сучасний менеджмент повинен базуватися на етичних цінностях. Саме тому при підготовці менеджерів, керівників, зростає роль наук етичного спрямування – “Етика”, “Етика бізнесу”, “Ділова етика”, “Етика ділових відносин”, “Етика ділового спілкування”, “Конфліктологія” та ін.

Як складова етики бізнесу та теорії управління, етика ділових відносин визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів у відносинах між виробниками і споживачами, між організаціями, підприємствами та державою, а також у відносинах між керівниками і співробітниками організації та в організації загалом.

Етика ділових відносин виконує функції не тільки моральної оцінки, а й присутня в прийнятті рішень, що дозволяє вирішувати суперечливі етичні проблеми в бізнесі та організаціях. Саме тому розробляються і втілюються в практику правила і вимоги етики ділових відносин, які повинен засвоїти майбутній менеджер, керівник як у процесі навчання, так і у практичній його роботі.

Визначення сутності та змісту “Етики ділових відносин” в сучасній науковій літературі ще не набуло чіткого, системного характеру. Формування структури, змісту навчальних посібників носить суб’єктивний характер уподобань авторів. Це призводить до того, що

матеріали з проблем етики ділових відносин розпорошено по різноманітних підручниках і посібниках, що знижує ефективність навчального процесу.

Підготовлений навчальний посібник – це спроба систематизувати, інтегрувати знання, які викладені в різних дисциплінах на основі розробленої програми курсу “Етика ділових відносин”.

Даний посібник більше орієнтований на теоретичне забезпечення курсу.

Поєднання досить широкої за обсягом проблематики змушувало до лаконізму у викладенні окремих проблем та необхідності деякі теми залишити поза текстом.

В посібник також включені питання та завдання для самоперевірки, перелік використаної та рекомендованої літератури, тестові завдання для самоперевірки, тести для дослідження, наводиться короткий словник термінів, додатки.

Запропонований посібник також можна використовувати для студентів при вивченні дисциплін “Ділова етика”, “Етика ділового спілкування”, “Етика бізнесу”, “Психологія управління”, “Кадровий менеджмент”, “Організація праці менеджера”, “Конфліктологія” та ін.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕТИКИ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

- 1.1. *Етика відповідальності як методологічна основа розвитку етики ділових відносин XXI століття.*
- 1.2. *Етичні засади сучасного бізнесу.*
- 1.3. *Етичні норми в менеджменті.*
- 1.4. *Інституалізація етичних основ діяльності організацій.*
- 1.5. *Етика та етикет.*
- 1.6. *Сутність та зміст етики ділових відносин.*

1.1. Етика відповідальності як методологічна основа розвитку етики ділових відносин XXI століття

На посилення етичних засад бізнесу та менеджменту другої половини ХХ ст. значний вплив здійснювали процеси, які відомі під назвами "реабілітація етики" та "комунікативний поворот" в філософії (етиці).

ХХ ст. – це період дискредитації етики. Раціоналізм, який, як не парадоксально це звучить, сам зумовив “кризу розуму”, вплив ірраціоналістичних тенденцій, “смерть Бога”, нігілізм, став причиною руйнування моральних цінностей, в першу чергу релігійних, що призвело до історичних катаклізмів (фашизм, сталінізм, революції, громадянські війни, тоталітарні режими, колоніальні війни, Хіросіма та Нагасакі, ядерний шантаж, смерть, голод та ін.). Людина стає нечутливою до зла, розмиваються самі критерії добра та зла, нівелюються моральні принципи, під вивіскою моралі можуть бути виправдані будь-які злочини, включаючи знищення мільйонів людей.

Після другої світової війни у всьому драматизмі постали питання: “як можлива філософія після Освенціму?” (Т. Адорно), “як можлива релігія після Освенціму?” (Г. Йонас). К.-О. Апель, маючи особистий досвід “національної катастрофи гітлерівської доби” поставив питання: “як можлива етика?” і присвятив своє життя пошуку відповіді на нього та можливостей практичного подолання після 1945 року “нульової точки моралі” [10].

Розвиток науково-технічної цивілізації, загрожуючи існуванню самого життя на Землі, потребує внесення коректив у сферу ціннісних орієнтацій суспільства, в мотиваційну сферу особистості, у способи регулювання соціальних конфліктів.

Серйозним поштовхом до реабілітації етики стали "суперечки про цінності", які активно відбувалися в науковому середовищі 50-60-х років ХХ ст. Ціннісна тематика розвивалася в цей період в контексті протиставлення: або раціональність, або цінність – іншого не дано. Однак уже в кінці 60-х виразно виявилась обмеженість даного підходу. Адже саме сповідування "вільної від цінностей" раціональності – науки, техніки, господарства, політики тощо – стало причиною моральних, політичних, екологічних катаклізмів ХХ ст. Як наслідок – активізація пошуків інших підходів до ціннісної проблематики [9].

На початку 70-х років процес реабілітації етики знаменується виходом у світ за редакцією М. Ріделя праці *“Реабілітація практичної філософії”*, а також працями видатних філософів сучасності К.-О. Апеля, Ю. Габермаса, Г. Йонаса, Б. Бюлера, В. Кульмана, П. Ульріха, В. Гьосле та ін. Автори висували завдання відновлення єдності економіки, політики та етики. Все це стимулювало тенденцію посилення інтересу до проблем етики.

В 70-ті роки в ситуації загроз, що їх несли науково-технічна цивілізація, проблеми екології, наявність ядерної зброї; загроз, викликаних протистоянням різних ідеологічних систем та інших факторів, процеси реабілітації етики активізуються з новою силою. Це прослідковується у доповідях Римського клубу, зокрема в доповіді *“Межі економічного зростання”* (1972), статтях папи римського Павла VI, в яких вперше були тематизовані сучасні ризики технологічного розвитку, в тому числі ядерної енергетики, питання добробуту, якості життя західного суспільства та самообмеження споживання [11].

У проєкті етики для технологічної цивілізації, запропонованому Г. Йонасом в книзі *“Принцип відповідальності”*, сформульовано категоричний імператив для сучасної доби: *“Чини так, щоб наслідки твоєї діяльності узгоджувалися з продовженням автентичного людського життя на Землі”* [13]. Саме цей імператив, в різних його варіантах, став базовим принципом подальшого розвитку етичних засад політики, економіки, науки, педагогіки та ін.

"Принцип відповідальності" визначає суть діяльності Центру Ганса Йонаса (Німеччина). Метою Центру є "сприяння здатності до відповідальності за майбутнє діяльності, вихованню відповідальності за майбутнє і відповідальному за майбутнє публічному рішенню на підставі аргументативного діалогу" [11].

У 80 – 90-ті роки минулого століття особливо посилюється тенденція до аксіологізації економічної теорії, що, в свою чергу, активізувало процес теоретичного обґрунтування необхідності посилення етичних засад бізнесу та менеджменту, етизації ділових відносин на основі онтологічних та аксіологічних засад "етики відповідальності".

Важливою методологічною та аксіологічною основою для розвитку етики ділових відносин на сучасному етапі є те, що пошук етичних засад розвитку людства, включаючи його економічну (бізнесову) складову, відбувається в руслі розвитку комунікативної філософії (етики). Адже саме базовий принцип як філософії комунікації XVIII – XX століть, так і особливо комунікативної філософії кінця XX – початку XXI ст. – принцип "цінності Іншого" в різних комунікативних структурах, у яких під Іншим розуміється людина, соціальна група, суспільство в цілому, природа, культура, історія тощо, дасть людству можливість подолати ті виклики, які несе сучасний етап розвитку людства. Саме принцип "цінності Іншого" в комунікативній філософії став основою формулювання іншого принципу комунікативної філософії (етики) – "принципу відповідальності за Іншого".

Відповідальність розглядається як універсальна здатність людини, яка так само невіддільна від неї, як і здатність говорити [10].

Розглядаючи питання комунікативної філософії (етики), особливо її прикладні аспекти, ми не можемо обминути діяльність одного з найвидатніших представників сучасної німецької філософії Дитриха Бюлера (Німеччина) [11].

Діяльність Д. Бюлера спрямована на обґрунтування й реалізацію етики дискурсу як етики спільної відповідальності, етику господарства, екологічну та медичну етики, етику права, політичну й педагогічну етики. Він ініціював ряд проектів, які спрямовані на практичну реалізацію етизації різних сфер розвитку суспільства. Це проект "Діалог етики й господарства", важливим елементом реалізації якого є стаття, "Відповідальність перед майбутнім у ринковому господарстві". Це також проекти відповідних дослідницьких теоретико-практичних груп. 1998-го

року разом з Інститутом етики та історії медицини Гьотінгенського університету, з метою обговорення етико-медичних проблем, засновано дослідницьку групу “Діалог етики й медицини”.

1999-го року започатковано проект “Діалог етики й педагогіки”, який є конкретною реалізацією мети Центру Ганса Йонаса “прискорити розробку концепції виховання, спрямованого на відповідальність за майбутнє, на відповідальність за людську гідність та її індивідуальну реалізацію, що є особливо нагальним з огляду на те, що школа та вища школа доволі мало цим переймається, а про навчальні плани годі й казати” [11]. Головними аспектами педагогіки визначається “спільна відповідальність, виховання і здатність до відповідальної за майбутнє дії” [11].

Під його керівництвом проходить також довгостроковий семінар “Діалог у сфері менеджменту: вірогідність та справедливість у господарстві”, в якому беруть участь провідні філософи, науковці та промисловці, зокрема президент концерну Фольксваген проф. Вальтер Цімерлі.

Особливої актуальності "етика відповідальності" набуває в сучасний період – період активізації процесів глобалізації.

Глобалізація (англ. globalization) – це процес всесвітньої економічної, політичної й культурної інтеграції та уніфікації. Основними наслідками цього процесу є розподіл праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських і виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних і технічних процесів, а також зближення культур різних країн.

Важливим елементом загального процесу глобалізації є процес *глобалізації економіки*, який полягає в поглибленні всесвітньої економічної інтеграції, головними рушійними силами якого є:

- лібералізація міжнародної торгівлі та руху капіталів;
- зростання темпів технологічного прогресу та формування інформаційного суспільства;
- дерегулювання.

Економічна глобалізація як об'єктивний процес планетарного масштабу має як прогресивні, так негативні наслідки. До позитивних можемо віднести: поширення нових інформаційних технологій та пов'язаних з ними переваг; перехід на ресурсозаощаджувальні технології;

посилення уваги до важливих проблем людства та ін.

З іншого боку, наслідком процесів глобалізації економіки є не лише вигоди від зростання участі країн в світових економічних процесах, але й висока ймовірність втрат, зростання ризиків. До негативних наслідків процесів глобалізації належать: посилення нерівномірності розвитку країн світу; нав'язування сильними країнами слабким своєї волі, нераціональної структури господарства, політичної та економічної залежності й ін.

Глобалізаційні ризики, які з'являються в сфері світової економіки, потребують пошуку нових методологічних засад розвитку етики ділових відносин, основою яких має стати "етика відповідальності".

Основні поняття і ключові слова: етика, реабілітація етики, етика відповідальності, комунікативна філософія (етика), глобалізація, глобалізація економіки, етика ділових відносин.

1.2. Етичні засади сучасного бізнесу

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 [3]. 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 [24]:

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

Друга половина ХХ ст., незважаючи на певні успіхи впровадження в сферу ділового життя норм моралі, характеризується наявністю значної кількості невирішених і нових проблем. Серед них американська дослідниця Лора Неш виділяє такі [22]:

- 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 [21].

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 1994 р. у швейцарському місті Ко Декларацію Ко – “Принципи бізнесу” [22]. Основні принципи бізнесу, які визнані у цьому документі, показано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Декларація 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 2000 р. 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 2000 р. 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 [24].

- 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 неvigідними 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 1999 р. Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном ініціатива, яка отримала назву *Глобального договору*.

Глобальний договір ООН спрямований на сприяння соціальної 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.

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 здирицтво та хабарництво [30].

Джерелами принципів Глобального договору є "Загальна декларація прав людини", "Декларація фундаментальних принципів і прав на

робочому 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 [24].

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 [24].

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 взаємовідношеннях; 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 [2]:

- 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.

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 [27].

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 [15].

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.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С. Д. Риторика : навч. посібник / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова. – Львів : Світ, 2001. – 240 с.
2. Алехина Ия. Имидж и этикет в бизнесе / Алехина Ия. – М. : Дело, 2003. – 112 с.
3. Андреева И. В. Этика деловых отношений / Андреева И. В. – СПб. : Вектор, 2006. – 160 с.
4. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б. – К. : Вид. дім “КМ Academia”, 1994. – 254 с.
5. Афанасьев І. Діловий етикет : 2-е вид., перероб. і доп / Афанасьев І. – К. : “Альтерпрес”, 2001. – 352 с. – рос. мовою.
6. Бабич А. Д. Основи культури мовлення / Бабич А. Д. – Львів : Світ, 1990. – 231 с.
7. Бакушевич Я. М. Презентації та комунікації в бізнесі з використанням Power Point : навч. посібник / Бакушевич Я. М. – Тернопіль : ТІСІТ, 2007. – 176 с.
8. Белик Є. В. Современная энциклопедия общения : 1000 правил этикета / Белик Є. В. – Донецк : ООО ПКФ “БАО”, 2004. – 448 с.
9. Бендас Т. В. Гендерная психология : учебное пособие / Бендас Т. В. – СПб. : Питер, 2006. – 341 с.
10. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры : пер. с англ. / Берн Э. – М. : Прогресс, 1998. – 400 с.
11. Блощинська В. А. Практикум з етики : навч. посібник / Блощинська В. А. – Ів.-Франківськ : ІМЕ, 2003. – 256 с.
12. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений : учебн. пособие / Ботавина Р. Н. – М. : “Финансы и статистика”, 2004. – 208 с.
13. Браун Л. Имидж – путь к успеху : пер. с англ. / Браун Л. – СПб. : Питер, 2001. – 188 с.
14. Буряк А. В. Практикум по “Этике деловых отношений” : учебно-методическое пособие / А. В. Буряк, Е. А. Петунина. – Харьков : НТУ “ХПИ”, 2002. – 120 с.
15. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму : пер. з нім. О. Погорілого / Вебер Макс. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
16. Власова Н. М. И проснешься боссом. Справочник по психологии управления / Власова Н. М. – Новосибирск : Экор, 1994. – 230 с.

17. Возный Т. С. Этика деловых отношений / Возный Т. С. – К. : УкрИНТЭИ, 2001. – 106 с.
18. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів / Галушко В. П. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2002. – 223 с.
19. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
20. Гах Й. М. Етика ділового спілкування : навч. посібник / Гах Й. М. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
21. Герасіна Л. М. Конфліктологія : підручник / Л. М. Герасіна, М. І. Панова. – Харків : Право, 2002. – 256 с.
22. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук, О. І. Тимошенко. – К. : СУ. – 2006. – 350 с.
23. Герет Томас М. Етика бізнесу : пер. з англ. / М. Герет Томас, Дж. Річард Клоноскі. – К. : Основи, 1999. – 214 с.
24. Герчанівська П. Е. Культура управління : навч. посібник / Герчанівська П. Е. – К. : ІВЦ Видавництво “Політехніка”, 2005. – 152 с.
25. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учебн. пособие / Герчикова И. Н. – М. : Консалтбанкир, 2002. – 576 с.
26. Гончаров В. Н. Культура менеджмента (социально-психологические аспекты) : монография / В. Н. Гончаров, С. И. Радомский, М. С. Радомская, О. В. Додонов и др. – Донецк : СПД Куприянов В. С., 2007. – 210 с.
27. Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета : учебн. пособие / Данильчук Л. А. – К. : Кондор, 2004. – 234 с.
28. Данкел Ж. Ораторское искусство – путь к успеху / Ж. Данкел, Э. Парнхэм. – СПб. : Питер Пресс, 1997. – 192 с.
29. Дерлоу Дес Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень : пер. з англ. / Дерлоу Дес. – К. : Наукова думка, 2001. – 242 с.
30. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів / Джелалі В. О. – Харків-Київ, 2006. – 320 с.
31. Дикинсон С. Презентация. Технология успеха : пер. с англ. / Дикинсон С. – М. : ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2003. – 256 с.
32. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління : навч. посібник / Дуткевич Т. В. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 456 с.

33. Энциклопедия этикета. – М. : АСТ : Астрель, 2004. – 511 с.
34. Этика деловых отношений / Возный Т. С. – К. : УкрИНТЭИ, 2001. – 106 с.
35. Этикет / Сост. О. Н. Улищенко. – Харьков : Фомо, 1999. – 400 с.
36. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення : професійне і непрофесійне спілкування / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк : ТОВ ВКФ “БАО”, 2004. – 480 с.
37. Зайверт Л. Ваше время в ваших руках / Зайверт Л. – М. : Экономика, 1990. – 232 с.
38. Залюбівська О. Б. Практикум з риторики: методичні вказівки до виконання вправ та завдань з дисципліни “Основи риторики” / Залюбівська О. Б. – Вінниця: ВНТУ, 2007. – 74 с.
39. Зарецкая Е. Н. Риторика : теория и практика речевой коммуникации / Зарецкая Е. Н. – М. : Дело, 1998. – 480 с.
40. Здоровенко В.В. Культура ділового спілкування : навч. посібник / Здоровенко В. В. – Дрогобич : НВЦ “Каменяр”, 2002. – 147 с.
41. Зубенко Л. Г. Культура ділового спілкування : навч. посібник / Л. Г. Зубенко, В. О. Немцов. – К. : “Екс Об”, 2000. – 200 с.
42. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
43. Искусство разговаривать и получать информацию. Хрестоматия / Сост. В. Н. Лозовский. – М. : Высшая школа, 1993. – 303 с.
44. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібник / Калашник Г. М. – К. : Знання, 2007. – 143 с.
45. Карнегі Д. Як завойовувати друзів та впливати на людей / Карнегі Д. – Харків : Промінь, 2001. – 560 с.
46. Ключев Э. В. Риторика : учебн. пособие / Ключев Э. В. – М. : “Издательство ПРИОР”, 2001. – 272 с.
47. Коваль А. П. Культура ділового мовлення : писемне та усне ділове спілкування / Коваль А. П. – К. : Вища школа, 1974. – 224 с.
48. Кришемінська Л. Д. Етика ділових відносин у торгівлі : підручник: 2-ге вид., доп. і переробл. / Кришемінська Л. Д. – К. : Вища школа, 2006. – 150 с.
49. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник / Кубрак О. В. – Суми : ВДТ “Університетська книга”, 2002. – 288 с.

50. Кузин Ф. А. Имидж бизнесмена / Кузин Ф. А. – М. : Ось – 89, 1996. – 304 с.
51. Кузин Ф. А. Культура делового общения : практич. пособие : 6-е изд., перераб. и доп. / Кузин Ф. А. – М. : Ось – 89, 2002. – 320 с.
52. Кузнецов И. Н. Корпоративная этика : учебн. пособие / Кузнецов И. Н. – М. : Изд. деловой и учебной литературы, 2003. – 480 с.
53. Кукушин В. С. Деловой этикет : учебн. пособие / Кукушин В. С. – Москва : ИКЦ “МарТ”; Ростов н/Д : Издательский центр “МарТ”, 2003. – 224 с.
54. Ликсон Ч. Конфликт / Ликсон Ч. – СПб. : Питер Паблишинг, 1997. – 160 с.
55. Маккей Х. Как уцелеть среди акул : пер. с англ. / Маккей Х. – М. : Экономика, 1993. – 367 с.
56. Максвелл Дж. Нет такого понятия, как “деловая” этика : пер. с англ. Е. А. Самсонов / Максвелл Дж. – Минск : ООО “Попурри”, 2004. – 192 с.
57. Малахов В. Г. Етика : курс лекцій : навч. посібник / Малахов В. Г. – К. : Либідь, 2000. – 304 с.
58. Маличевский В. Переговоры: психология, стратегия, аргументы / Маличевский В. – Харьков : Центр “Консульт”, 2007. – 128 с.
59. Мартиненко М. М. Основы менеджменту : підручник / Мартиненко М. М. – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
60. Мищич П. Как проводить деловые беседы / Мищич П. – М. : Экономика, 1983. – 207 с.
61. Можжевельников Б. В. вашей фирме зазвонил телефон / Можжевельников Б. В. // Комерческий вестник, 1992. – № 2.
62. Морита А. Сделано в Японии. История фирмы Сони : пер. с англ / Морита А. – М. : Прогресс, 1990. – 410 с.
63. Морозов А. В. Деловая психология : учебник : изд. 3-е доп. и перераб. / Морозов А. В. – М. : Академический Проект, 2005. – 1040 с.
64. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : навч. посібник / Орбан-Лембрик Л. Е. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.
65. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник : у двох книгах / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Либідь. Кн.1 : Соціальна психологія особистості і спілкування. – 2004. – 576 с.

66. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій / Осовська Г. В. – К. : “Кондор”. – 2003. – 218 с.
67. Палеха Ю. І. Ділова етика : навч.-методичний посібник / Палеха Ю. І. – К. : ЄУФІМБ, 2000. – 250 с.
68. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Палеха Ю. І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
69. Палкін В. А. Етикет підприємницької діяльності (у схемах, таблицях, малюнках, завданнях для самостійної та індивідуальної роботи) : навч. посібник / Палкін В. А. – Донецьк : ТОВ “Юго-Восток, Лтд”, 2003. – 60 с.
70. Паттерсон Кэри Управление конфликтом : что делать, если вы столкнулись с невыполненными обещаниями, обманутыми ожиданиями и агрессивным поведением : пер. с англ. / Паттерсон Кэри, Гренни Ожозеф, Мак-Миллан Рон, Свитцлер Эр. – М. : ООО “И. Д. Вильямс”, 2007. – 320 с.
71. Пиз А. Язык телодвижений : как читать мысли других людей по их жестам / Пиз А. – СПб. : Изд. Дом Гутенберг, 2000. – 186 с.
72. Пост П. Энциклопедия этикета от Эмили Пост. Правила хорошего тона и изысканных манер на все случаи жизни : пер с англ. / Пост П. – М. : Эксмо, 2008. – 672 с.
73. Проценко О. П. Етикет в просторі практичної філософії / Проценко О. П. – Харків : ХНУ, 2002. – 240 с.
74. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посібник / Радевич-Винницький Я. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
75. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум : навч. посібник / Радченко С. Г. – К. : КНТУ, 2006. – 192 с.
76. Резніченко В. І. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного протоколу та етикету / В. І. Резніченко, І. Л. Михно. – К. : УНВЦ “Рідна мова”, 2003. – 479 с.
77. Роджерс Ф. Дж. IBM. Взгляд изнутри. Человек – фирма – маркетинг : пер. с англ. / Роджерс Ф. Дж. – М. : Прогресс, 1990. – 280 с.
78. Романовський О. Г. Ділова етика : навч. посібник / О. Г. Романовський, О. С. Пономарьов, О. М. Лапузіна. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2006. – 364 с.
79. Р. Т. де Джордж Деловая этика : в 2-х т. : пер. с англ. Р. И. Стопера /

- Р. Т. де Джордж. – СПб. : Экономическая школа, М. : Изд. группа “Прогресс”, 2001. – Т.1. – 496 с.
80. Р. Т. де Джордж Деловая этика : в 2-х т. : пер. с англ. Р. И. Стопера / Р. Т. де Джордж. – СПб. : Экономическая школа, М. : Изд. группа “Прогресс”, 2001. – Т.2. – 560 с.
81. Сабат Э. М. Бизнес-этикет : пер. с англ. / Сабат Э. М. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 240 с.
82. Сагайдак О. П. Словник дипломатичного протоколу та етикету / Сагайдак О. П. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2006. – 161 с.
83. Сагач Г. Риторика : навч. посібник / Сагач Г. – К. : Вид. дім “ІнЮре”, 2000. – 568 с.
84. Сатир В. Как строить себя и свою семью : пер с англ. / Сатир В. – М. : Педагогика – Пресс, 1992. – 192 с.
85. Семенов А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : 3-е изд. / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. – М. : Изд.-торговая палата “Дашков и К°”, 2002. – 200 с.
86. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту : навч. посібник / Сердюк О. Д. – К. : Професіонал, 2004. – 432 с.
87. Сергеечева В. Азы общения / Сергеечева В. – СПб. : Питер, 2002. – 224 с.
88. Сергеич П. Искусство речи на суде / Сергеич П. – М. : Юрид. литература, 1988. – 384 с.
89. Скворцов Л. И. Актуальные проблемы культуры речи / Скворцов Л. И. – М. : Юрид. литература, 1970
90. Современный этикет / Сост. И. А. Сокол. – Харьков : Фолио, 2004. – 477 с.
91. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол : 4-е изд., перераб. и доп. / Соловьев Э. Я. – М. : Изд. “Ось-89”, 2003 – 208 с.
92. Сопер П. Основы искусства речи / Сопер П. – Ростов н/Д. : “Феникс”, 1999. – 448 с.
93. Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с.
94. Стахів М. Український комунікативний етикет : навчально-методичний посібник / Стахів М. – К. : Знання, 2008. – 245 с.
95. Столяренко Л. Д. Основы психологии / Столяренко Л. Д. – Ростов н/Д : “Феникс”, 1997. – 736 с.

96. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена : навч. посібник / Стоян Т. А. – К. : Центр навч. літератури, 2004. – 232 с.
97. Сухарев В. А. Этика и психология делового человека / Сухарев В. А. – М. : Агентство “ФАИР”, 1997. – 400 с.
98. Таранов П. С. Приемы влияния на людей / Таранов П. С. – Симферополь : Таврия, 1996. – 493 с.
99. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура : діловий етикет : навч. посібник / Тимошенко Н. Л. – К. : Знання, 2006. – 391 с.
100. Тоехиро Коно. Стратегия и структура японских предприятий : пер. с яп. / Тоехиро Коно. – М. : Прогресс, 1987. – 384 с.
101. Томан І. Мистецтво говорити : пер. з чес. / Томан І. – К. : Політвидав України, 1986. – 1986 с.
102. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. – К. : Довіра, 2003. – 623 с.
103. Фишер Р. Подготовка к переговорам : пер. с англ. / Р. Фишер, Д. Эртель. – М. : Инф.-издательский дом “Филинь”, 1996. – 232 с.
104. Фишер Р. Переговоры без поражения. Гарвардский метод : пер. с англ. / Р. Фишер, У. Юри, Б. Паттон. – М. : Эксмо, 2006. – 320 с.
105. Фишер Д. Путь к согласию, или переговоры без поражения : пер. с англ. / Д. Фишер, У. Юри. – М. : Наука, 1990. – 158 с.
106. Хажински А. Гуру менеджмента. Дорога к успеху / Хажински А. – СПб. : Питер, 2001. – 460 с.
107. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навч. посібник / Хміль Ф. І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.
108. Холопова Т. И. Протокол и этикет деловых людей / Т. И. Холопова, М. М. Лебедева. – М. : Инфра-М, 1994. – 208 с.
109. Цапова В.О. Ділова етика як складова частина духовно-етичного самовизначення людини / Цапова В. О. // Духовність українства. – 2002. – № 4. – С. 110 – 114.
110. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування : навч. посібник / Цимбалюк І. М. – К. : ВД “Професіонал”, 2004. – 304 с.
111. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посібник / Цюрупа М. В. – К. : Кондор, 2004. – 172 с.
112. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Чайка Г. Л. – К. : Знання, 2005. – 442 с.
113. Честара Дж. Деловой этикет : паблик рилейшнз для всех и для

- каждого : пер. с англ. / Честара Дж. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 336 с.
114. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : навч. посібник : 3-є вид., перероб. і доп. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – К. : Вікар, 2003.– 223 с.
115. Шевчук С. В. Ділове мовлення для державних службовців / Шевчук С. В. – К. : Літера ЛТД, 2004. – 400 с.
116. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування : 2-е вид. / Шеломенцев В. М. – К. : Лібра, 2003. – 416 с.
117. Шминке Д. 47 Принципов Древних Самураев или Кодекс Руководителя : пер. с англ. / Шминке Д. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 159 с.
118. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек манипулятор : пер. с англ. / Шостром Э. – Минск : ГПЦ “Полифакт”, 1992. – 128 с.
119. Южин В. И. Полная энциклопедия этикета / Южин В. И. – М. : РИПОЛ классик, 2007. – 512 с.
120. Ягер Джен Деловой протокол: стратегия личного успеха : пер с англ. / Ягер Джен. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 344 с.

Навчальне видання

**Олександр Йосипович Лесько
Микола Дем'янович Прищак
Оксана Броніславівна Залюбівська
Галина Григорівна Рузакова**

Етика ділових відносин

Навчальний посібник

Редактор Т. Старічек
Оригінал-макет підготовлено М. Прищак

Підписано до друку 23.05.2011 р.
Формат 29,7×42¼. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman.
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 19,8
Наклад 100 (1-й запуск 1-100) прим. Зам. № 2011-109.

Вінницький національний технічний університет,
навчально-методичний відділ ВНТУ.
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95,
ВНТУ, ГНК, к. 114.
Тел. (0432) 59-85-32.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

Віддруковано у Вінницькому національному технічному університеті
в комп'ютерному інформаційно-видавничому центрі.
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95,
ВНТУ, ГНК, к. 114.
Тел. (0432) 59-87-38.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р