

## Содержание:

image not found or type unknown



## Введение

Бизнес делается не только на экономической основе, но и на этической. Как недопустимо нарушать общепринятые правила предпринимательства в коммерции, так недопустимо нарушать и правила делового этикета.

Осваивая цивилизованный рынок, современные предприниматели должны знать, что лишь 10-15% желающих утвердиться в рыночном мире добиваются своих целей. И именно следование правилам делового этикета является залогом успеха в бизнесе. Другими словами, соблюдение правил делового этикета - один из необходимых элементов вашего профессионализма.

Мировые экономические связи обязывают деловых людей знать правила хорошего тона и других стран. Здесь нарушение правил этикета могут привести даже к разрыву деловых связей и обернуться потерей рынков сбыта.

Цель данной работы - рассмотреть особенности этики делового общения в мировой практике.

## **1. Понятие делового этикета. Особенности деловой этики и этикета в различных странах**

Деловой этикет - результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Установление прочных деловых отношений с зарубежными партнёрами обязывает знать деловой этикет.

Можно напомнить, как устанавливались торговые связи со средневековой Японией, которая до известной эпохи Мейдзи была почти наглухо закрытой для остального мира. Коммерсант, купец, прибывший в страну восходящего солнца для ус-

тановления деловых связей, представлялся императору. Процедура представления была столь унижительной, что не каждому зарубежному гостю она была под силу. Иноземец должен был от двери приемной залы ползти на коленях к отведенному ему месту, а после приема таким же образом, пятась как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью. Но как и в те давние времена, так и сейчас, правила делового этикета помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Прибыль была и остается выше всех различий национального характера, вероисповедания, социального положения, психологических особенностей. Эти различия подчинялись этикету интересующей бизнесмена страны. Подчинение правилам игры определяющей стороны создавало основу для успеха сделки.

Этикет имеет не только исторические, но и географические и этнографические особенности. Так, в Англии 16 века в годы правления Генриха VII этикет требовал, чтобы «гость, пришедший на обед, поцеловал хозяйку, хозяина, их детей, а также домашних животных».

Так, например, в Турции принято принимать гостей в бане, а в Японии – постоянно извиняться перед гостями, что нечем угостить гостей (хотя стол ломится от яств), что на Востоке суп подают в конце еды (обеда), а вежливость англичан проявляется в точности, доходящей до педантизма, в Латинской Америке разговоры о жаре являются дурным тоном.

Общение начинается с приветствия, Многообразие форм приветствий не поддаются всестороннему описанию и классификации (кивок головой, поклон, рукопожатие, поцелуй, воздушный поцелуй, словесное приветствие). Формы приветствия разнообразны.

О племени масаи рассказывают, что перед тем, как приветствовать друг друга, они плюют на руки. Житель Тибера, снимал шляпу, высовывал язык, а левую руку держал за ухом, как бы прислушиваясь.

Люди из племени маори прикасаются друг к другу носами.

В Англии, женщина на улице, как правило, первая приветствует мужчину, так как ей представляется право решать, желает ли она публично подтвердить своё знакомство с данным мужчиной или нет. Европейцы при приветствии приподнимают шляпу и слегка кланяются. У японцев существует три вида поклонов: низкий, средний, лёгкий (с углом 150).

Нормы и правила этикета часто вызывают разного рода разногласия. Так, русский писатель Куприн был противником такой формы приветствия как целование женских рук. Однако, известно, что например, польский этикет признаёт такую форму приветствия дамы.

Этикет предписывает как прощаться. Если общество многочисленно, можно ни с кем, кроме хозяев не прощаться. Это всюду кроме Англии называется “уйти по-английски”, а в Англии – “уйти по-французски”.

Что касается расстояния между говорящими, то, как правило, партнеры равного статуса общаются на более близком расстоянии, чем начальник и подчиненный. Жители стран Латинской Америки и Среднеземноморья устанавливают дистанцию общения более близкую, чем жители стран Северной Европы. Расстояние между говорящими уменьшается с севера Европы на юг (такая же закономерность была отмечена и для Северной и Южной Америки). Если для жителя Великобритании приятное, естественное расстояние - 1,5 - 2 метра, то для жителя Греции достаточно 1 м. Американцы и англичане располагаются сбоку от собеседника, тогда как шведы склонны избегать такого положения.

Институт гостеприимства существовал в очень сходной форме у самых разных народов мира: у древних германцев и евреев, у арабов и австралийцев, индейцев и народов Севера. Поразительные совпадения в ритуале приема гостя у народов, удаленных друг от друга во времени и пространстве, конечно, не могут быть случайными, они свидетельствуют об устойчивости неких глубинных структур ритуала, его семантических мотиваций.

У якутов проезжий мог в любое время зайти в дом, расположиться там, пить чай, варить пищу или ночевать. Даже неприятного ему человека хозяин не смел удалить из своего дома без достаточно уважительных причин. Чукчи утверждали, что хозяин должен сохранить уважительное отношение к гостю, даже если тот его побьет.

Классической страной гостеприимства по праву считается Кавказ. Это обусловлено укладом кавказских горцев, сохранностью высоко ритуализованной рыцарской культуры, а также географической изолированностью, способствовавшей консервации архаических черт быта. В то же время гостеприимство народов Кавказа не является чем-то совершенно исключительным, оно находит множество параллелей в других регионах, в частности у славянских народов Балканского полуострова.

«Именно право совершенно незнакомого человека остановиться в качестве гостя в любом доме и безусловная обязанность хозяина оказать ему самый радушный прием и предоставить все необходимое – то, что прежде всего характеризовало обычай гостеприимства у адыгов и других кавказских горцев», - пишет исследователь культуры адыгов В.К.Гарданов.

Соблюдение законов гостеприимства считалось одной из наиболее важных обязанностей человека. Оно строго контролировалось обычным правом. Так, например, в Осетии за их нарушение сбрасывали со связанными руками и ногами в реку с высокого обрыва. При столкновении обязанностей гостеприимства с обязательствами кровной мести преимущество отдавалось первым.

На Северном Кавказе каждый горец имел специальное помещение для гостей (так называемая кунацкая). У состоятельных людей это мог быть отдельный дом, у менее богатых - часть жилого дома, совпадавшая с мужской половиной. Гостевой дом являлся также своеобразным клубом, где собиралась молодежь, исполнялись музыка и танцы, происходил обмен новостями.

У некоторых адыгских дворян и князей стол в кунацкой был постоянно накрыт в ожидании случайного гостя, и блюда сменялись триады в день. Кабардинцы держали в кунацкой поднос с мясом, пастой и сыром, и называлось это «пища того, кто придет». Подобные обычаи существовали и у славян. В «Жизнеописании Оттона Бамбергского» (XII век) рассказывается о балтийских славянах. «Что особенно вызывает удивление - их стол никогда не стоит пустым, никогда не остается без яств, но каждый отец семейства имеет отдельный дом, опрятный и честный, назначенный только для удовольствия. Здесь всегда стоит стол с различными напитками и яствами: принимаются одни, немедленно ставятся другие; нет ни мышей, ни кошек, но чистая скатерть покрывает яства, ожидающие потребителей; и в какое время кто ни захотел бы поесть, будут это чужие - гости или домочадцы, их ведут к столу, где стоит все готовое. Обычай держать на столе постоянно хлеб и соль был еще в XIX веке почти повсеместным у восточных и западных славян.

У многих народов древности иноплеменник, чужестранец был существом совершенно бесправным и его можно было безнаказанно ограбить или даже убить. В противоречии с этим, казалось бы, находится институт гостеприимства и отношение к гостю как сакральной фигуре. Судя по лингвистическим данным, подобной двойственностью характеризовалось восприятие пришельца у древних индоевропейцев. Характерно, что в ряде языков «гость» и «чужак» обозначаются

словами одного корня, а слово, обозначающее гостя, может относиться также и к богу (русское «гость» родственно «господин» и «господа», но может обозначать и «недобрых людей, незваных посетителей, воров, особенно грабителей на Волге»).

До тех пор, пока пришелец не опознан, он воспринимается предельно эмоционально. Он может оказаться и Богом, который пришел, чтобы наделить счастьем и долей, и врагом, готовым лишить их. Хевсурская поговорка гласит: «Жди гостя и смерти». Все эти муки распознавания сменяются душевным равновесием, когда пришелец становится гостем. Здесь очень важен сам момент идентификации пришедшего. Характерное приветствие гостя у абхазов «бзаола шзаабейт!» значит буквально «чтобы по хорошему (случаю) мы вас видели!», «чтобы ваш приход был добрым!», 'Это не просто приветствие, но своеобразное заклятие, предопределяющее тактику поведения пришедшего. Если явившиеся имели недобрые намерения, они могли ответить с угрозой: «Как бы вы ни смотрели на нас - хорошо ли, плохо ли, - мы пришли!».

Насколько двойственен потенциально опасен пришелец, настолько однозначен, целен и предсказуем образ гостя. Ритуал гостеприимства организован таким образом, чтобы полностью подчинить гостя своему сценарию, вне зависимости от того, кем он является. Бог, враг или простой путник, следующий по своим делам, будут приняты примерно одинаково, хотя и с разной степенью почета. Как говорит русская поговорка: «В поле враг, дома гость: садись под святыне почитай ендову».

Ритуал гостеприимства можно представить как диалог двух сторон, вступающих в общение. И хозяин, и гость подчиняются жесткому этикетному сценарию, который связывает, ограничивает их действия и в то же время позволяет достигнуть определенных целей: хозяину - достойно принять гостя, заслужив тем самым почет и уважение окружающих и милость Бога, гостю - получить пищу, приют и поддержку. Хозяин не только берет на себя заботу о госте, но и обязуется защищать его наравне с членами своего рода.

Любопытно в этом отношении описание обычая гостеприимства у славянских народов в трактате «Тактика и стратегия», авторство которого приписывалось императору Византии Маврикию (VI в.н.э.). «К чужестранцам благосклонны, усердно заботятся о них и провожают из одного места в другое, куда пожелают, здоровыми и невредимыми, так что если бы чужестранцу был причинен вред в хижине того, кто должен был о нем заботиться, то на него нападает сосед, вполне уверенный в том, что мстя за иностранца, совершает благочестивое дело».

В самых различных традициях обязательный, принудительный характер имеет трапеза, и гость не может отказаться от неё, чтобы не обидеть хозяев. В этом одно из отличий традиционных обычаев от современных европейских, согласно которым человек волен есть то и столько, что и сколько ему хочется. Накормить гостя – это обязанность хозяина, так он оказывает честь гостю и в тоже время удерживает свою честь демонстрацией щедрости.

Совместная трапеза является сердцевиной и сосредоточением ритуала гостеприимства. Это испытание веками средство приобщить пришельца к дому, сделать его «своим». В тоже время застолье наглядная модель коллектива, его идеальный образ, переведённый на язык застольного пространства.

Хорошие манеры служат благородной оправой истинной нравственности, но не являются достаточным основанием, чтобы судить о человеке по существу его достоинств.

Хорошие манеры, стиль поведения, деликатность, тактичность не формируются сами по себе. Большое значение здесь имеют социальная микросреда, в которой живёт человек, полученное в детстве воспитание, но в любом случае человек может овладеть хорошими формами общения, только будучи заинтересованным в этом.

## **Традиции делового общения в различных странах**

В ходе деловых контактов с представителями зарубежных фирм и организаций необходимо помнить, что участниками этих контактов являются граждане разных государств.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики.

Национальный стиль — это наиболее распространенные особенности мышления, восприятия, поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей страны, а только типичными для них.

Знание национальных особенностей может служить ориентиром поведения партнера по бизнесу.

Готовясь к переговорам с французскими коллегами, надо помнить, что Франция — одна из старейших наций на европейском континенте. Долгое время французский

язык был языком дипломатического общения. Это не могло не сказаться на чертах национального характера, французского стиля современного делового общения. Французская система образования ориентирована на воспитание независимых и критически настроенных граждан. Французы скорее галантны, чем вежливы, скептически и расчетливы, хитроумны и находчивы. Они никогда не желают рисковать. Переговоры ведут жестко, дают своей конфронтацией.

Если предстоит встреча с французской делегацией, то переговоры нужно провести исключительно корректно, сдержанно и помнить об этих особенностях.

Во время деловых переговоров с представителями Китая надо иметь в виду, что китайские участники очень внимательны к сбору информации относительно предмета обсуждения, и к партнерам по переговорам.

В китайской делегации, как правило, много экспертов, например, эксперт по финансовым вопросам, техническим.

Надо помнить, что специфика переговоров с китайской делегацией заключается в следующем: гостеприимство, стремление склонить партнера к принципам, благоприятным для китайской стороны, терпение, отсутствие всяких эмоций, подчеркнутое внимание ко всем участникам переговоров, а не только к руководителям. Китайцы ведут переговоры, четко разграничивая отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап переговоров. Большое внимание они уделяют внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям внутри делегации. Важное значение китайцы придают налаживанию неформальных, личных отношений с партнерами. Подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, так как местные правила могут запрещать принимать личные подарки.

При общении с японскими коллегами можно отметить особенности их национального характера: трудолюбие, сильно развитое эстетическое чувство, приверженность традициям, дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга, вежливость, аккуратность, самообладание, бережливость, любознательность, стремление к согласованным действиям в группе.

При переговорах с японцами неприемлемо никакое давление. Необходимо избегать физического контакта — рукопожатие нежелательно.

Важнейшим элементом правил хорошего тона являются поклоны. При представлении вручаются визитные карточки. Получать их надо обеими руками, в

знак уважения их необходимо прочитать.

Во время первой деловой встречи с представителями японских фирм, принято обмениваться письменными материалами о своих фирмах: профиль фирмы, основные данные о ней (точное название, адрес, фамилии и должности главных должностных лиц), биография главы фирмы, ассортимент выпускаемой продукции, текстовые и графические материалы, которые давали бы представление о предлагаемых вашей фирмой на японский рынок продукции, технологиях и услугах.

Кроме того, желательно представить дополнительную информацию об отличительных особенностях вашей продукции по сравнению с продукцией конкурентов. С самого начала переговоров, после представления и обмена визитными карточками, надо подать чай. Во время переговоров с японцами нельзя произносить твердое «нет». Надо отвечать более уклончиво: «Мы подумаем над вашим предложением». Японцы не допускают к бизнесу женщин и никогда не допускают их к переговорам. Они также относятся с недоверием к присутствию на переговорах женщин с нашей стороны. Старайтесь не дарить цветов, так как для японцев они символичны. Подобрать правильно цветы для японской делегации без знания специфики страны и вкуса очень сложно.

Не распаковывайте сувениры, которые они вам дарят, а если, в свою очередь, вы дарите японцам сувениры, то они не должны быть дорогими.

Американская культура сравнительно молода, если ее сравнивать со многими европейскими, азиатскими или ближневосточными культурами. Американцы внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения. С раннего детства американцы надеются только на себя. Они самостоятельны и независимы. Американцы прямые люди, ценят в людях честность и откровенность, быстро переходят к сути разговора и не тратят время на формальности. В США разработана целая теория ведения переговоров. У них существует специально созданная должность «конфликтолог», который всегда присутствует на переговорах. Конфликтологи присутствуют не только во время официальных переговоров, они приезжают на фирму заблаговременно знакомиться, ставить свой «диагноз» и только после этого назначаются официальные переговоры. Американцы берегут время и ценят пунктуальность. Они пользуются ежедневниками и живут по расписанию. В деловом общении американцы энергичны, настроены на интенсивную работу. Этому способствует вся система образования и воспитания, существующая в США. Со школьной скамьи в детях поощряется напористость, умение ставить и добиваться цели, жестко



отстаивать интересы представляемых ими коллективов. Американский прагматизм во многом обеспечивается объективными факторами. Как правило, представители США обладают сильной позицией на переговорах и это сказывается на технологии их ведения. Американская делегация всегда отличается жестким прессингом, настойчиво пытается реализовать свои цели. В США отмечают три подхода к переговорам: мягкий, жесткий, принципиальный.

Американцы отличаются прекрасным знанием конъюнктуры рынка, его фирменной структуры и положения на нем контрагента. Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США — обычная вещь. Но деловые приемы у них гораздо короче. По его окончании участники могут вернуться на рабочее место и продолжить переговоры.

При общении с партнерами из Германии следует обратить внимание на то, что немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, стремлением к упорядоченности. Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве. Можно использовать принятую в Германии практику организации сотрудничества через агентские и посреднические фирмы. Высокий профессионализм и безусловное выполнение принятых на себя обязательств способствуют налаживанию долгосрочных деловых связей с немецкими фирмами. При встрече с делегацией из Германии нужно всегда помнить: первое — точность, пунктуальность, опрятность. Эти качества нужны не только для переговоров с зарубежными партнерами, но вообще на любых переговорах. Но, если вы встречаетесь с делегацией из Германии, то это должно быть обязательно учтено. Второе, во всем должны быть ясность и порядок. На столе переговоров все должно быть аккуратно разложено. Вопросы должны быть тщательно подготовлены, заранее написаны на специальной бумаге. Третье, не вступать в переговоры, если вы еще не уверены и сами для себя не решили, как правильно сформулировать или, как правильно поставить данный вопрос. Четвертое, немцы пристально следят за четкой последовательностью и логикой в обсуждении всех вопросов.

В ходе переговоров немцы профессиональны и официальны. Они обычно ожидают от вас того же. Обращаться к ним следует по фамилии, например, “господин Бауэр”, а не по имени, как принято у американцев. В Германии очень редко приглашают деловых партнеров домой. Если же Вам поступает такое приглашение, то не забудьте букет цветов для хозяйки дома.

Английские традиции предписывают сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику. Британская натура склонна к выжиданию и неторопливым поискам компромисса. При всей своей приветливости и доброжелательности, англичане остаются абсолютно непоколебимы во всем, что касается соблюдения каких-то правил, а тем более законов.

Не следует начинать переговоры с английскими фирмами без тщательной подготовки и согласования. Не обязательно и сообщать своим английским партнерам о своем прибытии и адресе, если согласованы сроки и программа пребывания. Пунктуальность в Великобритании — жесткое правило.

Англичане принимают решения медленнее, чем, например, французы. На честное слово англичан можно положиться. Они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны. Традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров.

Приглашение в дом следует рассматривать как знак особого расположения. Если такое приглашение последует, то в день визита надо послать с посыльным хозяевам дома цветы, шоколад и вино. В гостях в английском доме не принят обмен визитными карточками.

Итальянцы экспансивны, порывисты, отличаются большой общительностью. Существующая в стране практика деловых переговоров отвечает нормам большинства европейских стран. Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями.

Большое значение итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире или обществе. Итальянские бизнесмены чувствительны к соблюдению основных правил деловой этики и это следует учитывать при организации и ведении переговоров.

Испанские партнеры по своему характеру серьезны, открыты, галантны, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде. Не следует назначать встречу в полдень. Это — час фиесты. Церемония знакомства не отличается от общепринятой: рукопожатие и обмен визитными карточками.

Стиль ведения переговоров с представителями испанских фирм менее динамичен, чем с американскими и японскими. Поскольку испанцы любят много говорить, то регламент встреч часто не соблюдается. Необходимость классического костюма —

белой рубашки и начищенной обуви — обязательна.

В Испании не принято приглашать деловых партнеров домой. Однако, если такое предложение поступило, то принесите с собой в качестве подарка цветы и вино. Избегайте дорогих подарков, которые могут быть восприняты как взятка и обидят партнера.

Шведы известны в мире своей деловой этикой, которая близка к немецкой, но не столь суха. К ее характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьезность, порядочность и надежность в отношениях. Уровень квалификации шведских бизнесменов очень высок, поэтому в своих партнерах они особенно ценят профессионализм. Шведы, как правило, владеют несколькими иностранными языками, в первую очередь, английским и немецким. Шведские бизнесмены предпочитают знать заранее состав участников и программу пребывания (включая рабочую часть, приемы, посещение театров). Шведы сдержанны, не выражают ярко своих эмоций. Они предварительно и всесторонне изучают полученные предложения и любят рассматривать все вопросы в мельчайших деталях, поэтому, если вы хотите достичь успеха, на переговоры нужно приходить тщательно подготовленным. Дружеские связи и отношения играют особую роль в развитии бизнеса. Работа не ограничивается стенами офиса и часто имеет продолжение за дружеским ужином в ресторане или в гостях. Домой приглашают только самых близких или важных партнеров. Шведы придерживаются традиционных взглядов на одежду делового человека, предпочитая классический стиль.

Корейские бизнесмены к установлению деловых отношений подходят иначе, чем в странах Запада. Трудно наладить контакт путем прямого обращения к фирме в письменном виде. Желательна личная встреча, договориться о которой лучше всего через посредника. Ваш посредник представит вашу организацию, расскажет о ваших предложениях, о вашем личном статусе в фирме. Традиционная мораль высоко ставит личное общение, личный контакт, без которых в Корее невозможно решить ни одной проблемы. Именно поэтому корейцы всегда настаивают на личной встрече, даже в тех случаях, когда с нашей точки зрения достаточно телефонного разговора. Корейские бизнесмены считаются весьма напористыми и агрессивными при ведении переговоров. Они не склонны долго обсуждать второстепенные моменты. Для корейских бизнесменов характерна ясность и четкость выражения проблем и путей их решения. Корейцы щепетильны в вопросах одежды: для мужчин — это всегда строгий деловой костюм, для женщин в служебной обстановке исключаются брюки. Не принято курить в присутствии старших по

возрасту и должности. В целом, протокол в отношениях с корейскими бизнесменами соблюдается менее строго, чем с японскими.

Для представителей арабских стран одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Они предпочитают предварительную проработку деталей обсуждаемых на переговорах вопросов. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции. В мусульманском мире иностранец не может обращаться с вопросами или просьбами к женщине, это считается неприличным. Все контакты и обсуждения ведутся с мужчинами.

Арабское понимание этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным, арабы во время беседы избегают суетливости и поспешности. Арабские предприниматели выражают отказ в максимально смягченном, завуалированном виде.

На формирование российского стиля делового общения оказали влияние два фактора: советские нормы, правила, ценностные ориентации и черты русского национального характера.

Советские участники переговоров оценивались многими зарубежными партнерами как высокопрофессиональные специалисты. Отмечалось хорошее знание предмета переговоров. Большое внимание уделялось выполнению принятых обязательств. Стиль переговоров многих российских предпринимателей говорит о недостатке опыта делового общения. Обсуждая вопросы, отечественные участники переговоров обращают большее внимание на общие цели и мало уделяют внимания — как это можно сделать. Еще одно, в чем мы уступаем иностранным партнерам — это в умении «торговаться». Русские всегда переплачивают, так как не знают реальных цен. Иностранцы это отлично знают и используют.

К недостаткам российских бизнесменов можно отнести: слабое знание иностранных языков, общая скованность во время переговоров, недостаток знания собственной истории и ее взаимосвязи с мировой историей, недостаток знания географии, низкий общий уровень культуры, отсутствие культуры дискуссий, незнание риторики, неумение воспринимать проблему глазами партнера, на переговорах объективная информация подменяется субъективными взглядами.

# Практика этики делового общения на примере АО КБ “Ситибанк”

АО КБ Ситибанк является дочерним предприятием **Citigroup Inc.** и строго придерживается единых для всех банков группы правил как в решении финансовых, продуктовых, инвестиционных, так и этических вопросов.

Каждому сотруднику банка гарантированы уважение и защита прав, не зависимо от национальной принадлежности, вероисповедания, гендерного признака и сексуальной ориентации. В Банке строго придерживается правила “минимума привилегий” - гарантирующего равные условия для сотрудников всех уровней, как члена правления, так и стажера банка, и принципа “многообразия”, позволяющего избежать дискриминации сотрудников по каким либо признакам.

Для эффективного применения данных принципов и правил, организация использует ряд инструментов. Самые популярные из них – регулярный опрос, проведение которого контролируется президентом банка. Опрос называется “VOE”- Voice Of Employee (рус. – Голос сотрудника) . Опрос проходит онлайн, в рамках опроса сотрудник может не сомневаясь в своей анонимности и защищенности оценить качество работы своего руководителя и коллектива. Данный опрос является значимым не только с точки зрения поддержания этического общения в связке руководитель-сотрудник, но и с точки зрения эффективности коммерческой успешности банка, так как корпоративная культура Сити считает нецелесообразным держать в штате руководителей, единственным инструментом достижения целей которых является давление на сотрудников, особенно в подразделениях, связанных с продажами. Качественный менеджер обязан знать что происходит с его сотрудниками, и быть способным проработать мешающие достигнуть необходимых результатов кейсы.

Второй инструмент – “Этическая линия”. В случае проявления поведения, которое сотрудник считает недопустимым по отношению к себе или коллегам- грубость, угрозы, сексуальные домогательства, каждый сотрудник может оставить сообщение на данной линии, после чего создается “этический кейс”, который рассматривается руководством банка, отделом кадров, службой безопасности. В зависимости от тяжести случая, может быть принято решение от депремирования, до увольнения с занесением в трудовую книгу.

## **Заключение**

Деловой этикет – результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Установление прочных деловых отношений с зарубежными партнёрами обязывает знать деловой этикет.

В ходе деловых контактов с представителями зарубежных фирм и организаций необходимо помнить, что участниками этих контактов являются граждане разных государств.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики.

Национальный стиль — это наиболее распространенные особенности мышления, восприятия, поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей страны, а только типичными для них.

Знание национальных особенностей может служить ориентиром поведения партнера по бизнесу.

Ознакомившись с национальными особенностями ведения переговоров с представителями зарубежных фирм, можно избежать оплошностей и провести переговоры на достойном уровне. Переговоры считаются успешными, если обе стороны высоко оценивают их результаты.

## **Список используемой литературы**

1. Браим М. Н. Этика делового общения. – М., 2006.
2. Дебольский М. Психология делового общения. – М., 2001.
3. Миримский Л.Ю., Мозговой А. М., Пашкевич Е. К. Деловые отношения в предпринимательской деятельности. Курс деловой этики. – М., 2005.
4. Основы этических знаний/ под ред. профессора М.Н Росенко. – М., 2004.
5. Сухарев В. А. Быть деловым человеком. – М., 2004.
6. Честара Дж. Деловой этикет. – М., 2007.