

Содержание:

Image not found or type unknown



Введение

Деловое общение — важная часть жизни человека, выраженная в форме отношений с другими людьми. Этика делового общения — это совокупность нравственных норм, правил и взглядов, регулирующих поведением и отношением людей в ходе осуществления их производственной деятельности. Характерная черта делового общения состоит в том, что она не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей чаще всего получения максимальной прибыли.

То, насколько быстро и успешно мы строим карьеру, зависит не только от знаний, опыта работы и удачных связей. Немаловажную роль играет так же умение строить здоровые, этические взаимоотношения с коллегами, правильно вести деловую переписку, переговоры и совещания, соблюдать дресс-код.

Между сторонами того или иного вида делового общения существует своя специфика. Задача и состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые не только соответствовали бы каждому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение. Общий нравственный принцип человеческого общения содержится в категорическом императиве И. Канта: «Поступай так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также и силу принципа всеобщего законодательства». Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать таким образом: в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступай так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон. Таким образом, в основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация интересов. Естественно, если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально

оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этически правильный выбор и принять индивидуальное решение часто дело совсем не простое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решений, порождают комплекс моральных дилемм, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

Общение выступает стороной более широкого явления — поведения людей, одна из сторон которого —этикет, т.е. установленный порядок поведения. Такой порядок поведения устанавливается в семье, в общественных местах: институте, школе, учреждении, на производстве, в церкви, дипломатической деятельности и т.п. Этикет формируется прежде всего в соответствии с нравами, обычаями. Его становление зависит от всей системы регулирования отношений между людьми, включающей нормы права, моральные нормы, традиции, общественное мнение.

Этика с момента своего возникновения находится во взаимодействии с общением. Моральные чувства, представления о должном поведении возникают у человека благодаря совместной жизни с другими людьми, «благодаря общению мыслями и идеями, ибо в этом значении употребляется слово «общение» по отношению к людям...».

Основная часть

2.1) Общие понятия

Этика — наука о морали нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель (384–322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные нравственные поступки.

Слово, "этика" происходит от греческого "ethos", слово "мораль" — от латинского "mos". Смысл этих слов один — нрав, обычай. Нравы и обычаи наших предков составляли их мораль, общепринятые нормы поведения. Так как те или иные нормы поведения приобретают устойчивый характер, они образуют нравы и обычаи, а также моральные традиции и привычки.

Цель деловой этики – сформировать понятие профессионального долга и чести, привить навыки культуры общения с клиентами, со своими коллегами. Норма в деловой этике как первооснова высокого профессионализма. Соблюдение моральных норм, исторически сложившихся в рамках отдельного вида профессиональной деятельности как условие и требование времени.

Наиболее разрабатываемыми вопросами в деловой этике являются следующие:

- ✓ взаимоотношение между корпоративной и универсальной этикой;
- ✓ проблема социальной ответственности бизнеса;
- ✓ вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений;
- ✓ способы повышения этического уровня организации; влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение и некоторые другие. В современном обществе существуют две основные позиции относительно деловой этики:

1. Позиция делового прагматизма (деловой макиавеллизм) – в деловой жизни этика не нужна, роль деловой жизни исключительно экономическая. Прагматики стараются избегать разговоров о морали, этических идеалах, социальных обязанностях, поскольку в результате появляются «излишние», не относящиеся к делу проблемы. Для предпринимателей, стоящих на позиции делового макиавеллизма, основной целью является максимизация прибыли любыми доступными средствами. Крайним случаем неэтичного поведения бизнесмена является нарушение закона.

2. Позиция соблюдения этических норм – это более цивилизованный подход, так как деловая организация является компонентом общества и, утверждая этические нормы у себя, она в тоже время способствует их распространению и в макросреде (социуме). А чем благополучнее этическая атмосфера в обществе, тем благоприятнее обстановка и для деловой жизни. Неэтичное поведение рано или поздно обернется прямыми экономическими убытками или социальными, нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важнейших положениях:

- 1) создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс;
- 2) прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей;
- 3) приоритет при разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межлических отношений, а не производству продукции.

2.2) Основные принципы бизнес-этикета

Деловой, гражданский этикеты или даже просто хорошие манеры поведения меняются в течение всего того времени, как люди стали тесно взаимодействовать между собой в различных аспектах жизни. Этот процесс продолжается и по сей день.

Изначально сложилось так, что деловой и гражданский этикет развивались параллельно друг с другом.

Гражданский этикет возник во времена рыцарей и трубодуров, и до сих пор в нем главными являются правила поведения одного пола по отношению к другому.

В деловом этикете, несмотря на изменение социальной жизни, воспитание, и с течением времени всегда остается неизменной одна характеристика – независимо от пола поведение в бизнесе основано только на ранжировании. Базируясь на правилах и традициях гражданского и международного недипломатического этикета, бизнес-этикет создал свои нормы, которые обеспечивают эффективность деловых отношений и отражают корпоративные стандарты компаний.

Правила руководят любым поведением человека, несоблюдение правил делового этикета способствует возникновению многих негативных ситуаций в бизнесе. Нарушение неписаных правил тотчас замечается, и наоборот: сознательное использование правил бизнес-этикета способствует развитию и стабильности роста как отдельного сотрудника, так и всей компании в целом.

Сознательное соблюдение правил бизнес-этикета является одним из важнейших условий карьерного роста.

Манера поведения в сочетании со стилем одежды на девяносто процентов определяют отношение к деловому человеку. Вы не просто одеваете костюм, ваша одежда является вашей визитной карточкой. Если у вас взъерошенные волосы,

грязная обувь, неприятный запах тела, если вы допускаете колкие остроты или жаргонный язык, неуместные прикосновения, если в целом ваш облик выглядит неопрятно, считайте, что вы безнадежно испортили впечатление о себе.

И наоборот: правильно подобранные часы, галстук, костюм и рубашка станут прекрасным вложением в продвижение по службе, в профессионализм и в свою компанию.

Соблюдая бизнес-этикет, вы подчеркиваете значимость и важность для вас партнера, создаете ему удобства и комфорт. Своей культурой и правильно подобранной одеждой вы демонстрируете важность для вас и уважение чужого мнения.

Бизнес-этикет не только условие карьерного роста и инструмент построения отношений, он является составной частью корпоративной культуры компании. Ведь каждый сотрудник – ее составной элемент. Во многих процветающих компаниях нормы бизнес-этикета, являясь частью корпоративной культуры сотрудников, способствовали их развитию и продвижению в конкурирующем мире бизнеса. Когда сотрудники знают, что недостаточно только поприветствовать посетителя, а нужно еще встать, когда он входит, представиться и предложить сесть – это обязательно будет зачтено. Невозможно не обратить внимание, если сотрудники компании профессионально одеты, корректно и радушно относятся друг к другу и клиентам, разговаривают вежливо и тихо и не сплетничают в коридорах. Все это элементы корпоративной культуры. Постоянство хороших манер как нельзя лучше вызывает доверие клиентов и партнеров. Вы стабильны и профессиональны, ваше поведение во многом предсказуемо, и вы безопасны, а значит, соответствуете ожиданиям людей или даже превосходите эти ожидания.

Знание принципов бизнес-этикета поможет с легкостью преодолеть многие подводные течения, возникающие в процессе делового общения.

Первый принцип – это умение выполнять свои рабочие функции, не мешая выполнять другим свои. То есть вы должны вести себя по отношению к коллегам или клиентам так, как хотели бы, чтобы они вели себя по отношению к вам.

Второй принцип – это принцип позитивности. Вы должны всегда излучать открытое и доброжелательное отношение к коллегам и клиентам. Например, всегда начинать и заканчивать деловые разговоры улыбкой; никогда не сплетничать и не допускать обсуждения физических достоинств или недостатков кого бы то ни было; если ваше чувство юмора или ирония унижают других, воздержитесь от

такого остроумия. Возьмите на вооружение принцип – если нечего сказать положительного или доброжелательного, лучше промолчать.

Своей предсказуемостью поведения в различных ситуациях, а это третий принцип бизнес-этикета, вы как бы подчеркиваете окружающим, что вы стабильны, постоянны и надежны, что вы знаете, как себя вести, и всегда выполняете свои обязательства. Вы никогда не опаздываете на встречу; вы знаете, что младший по должности первым здоровается, тогда как старший по должности первым подает руку младшему.

Огромное значение имеет учтивое поведение для людей, занимающих руководящие посты. Речь идет не только о вежливости, но в большей степени об ответственности и предсказуемости своих поступков. Этим вы подчеркиваете: «Я выполняю именно то, что сказал, и именно тогда, когда назначил. Если по каким-то причинам я не смогу выполнить свои намерения, то вы будете заранее предупреждены об этом, чтобы ни в коей мере не пострадало мое решение».

Правила взаимоотношений между мужчиной и женщиной, принятые в гражданском этикете, не переносятся в бизнес-этикет. В деловом мире нет мужчин и женщин, есть статусные различия. Конечно, деловые люди и на работе остаются мужчинами и женщинами, но их половая принадлежность не должна бросаться в глаза или излишне подчеркиваться. Бизнес – это сообщество людей, не имеющих пола. Для женщины, участвующей в серьезном бизнесе, совершенно не уместны декольте, короткие юбки, длинные, ярко покрашенные ногти и вызывающие аксессуары. Для мужчин недопустимы выражения типа «дорогая» или «милочка», откровенное разглядывание сотрудниц с головы до ног или выставление напоказ своих мужских достоинств. Все вышеописанное является четвертым принципом бизнес-этикета. Последний, пятый принцип – принцип уместности – соблюдение определенных правил в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми.

Применительно к одежде определенный стиль должен четко соответствовать определенному случаю. Излишне шикарный костюм иногда может создать ненужную дистанцию. Одежда должна соответствовать цели, поводу, окружению и контексту. Помимо основных принципов бизнес-этикета следует помнить о двух моментах, которые возникают при попытке одного человека сообщить что-либо другому человеку:

- То, что вы сказали, еще не означает, что вас услышали.
- Гораздо важнее то, что люди слышат, чем то, что вы сказали.

Поэтому очень важно во время общения обращать внимание на три аспекта восприятия: что мы говорим; как мы это говорим; что при этом видят другие люди. Если вы проводите встречу с человеком первый раз, очень важно учитывать именно эти три аспекта делового общения.

2.3) Практика делового общения

Экстраверт активен, деятелен, его волевой импульс направлен на делового партнера. Он даже склонен идти на риск, но зависимость от внешних условий, объективных факторов деловой ситуации всегда ограничивает его возможности. Интроверт старается отгородиться от обилия информации, исходящей от партнера, и в своих решениях и поступках ориентируется на собственные установки. У экстраверта ведущим является правое полушарие головного мозга, так как оно ориентировано на текущее время и пространство. У интроверта ведущим является левое полушарие, связанное с внешним миром более опосредованно.

Типология Юнга, включающая интровертированную и экстравертированную установки психики личности, была дополнена им введением дополнительных различий внутри этих типов четырех психических функций: мышления, эмоций, ощущения, интуиции.

Соответственно в типологии личностей он выделил: мыслительный, эмоциональный, ощущающий и интуитивный типы. Каждый из этих типов личностей ориентирован в своей деятельности на соответствующие психические функции. Практика делового общения Мыслительный тип личности более склонен анализировать информацию, требователен к своему партнеру, предпочитает скрывать свои эмоции и чувства. Эмоциональный тип личности, напротив, способен воздействовать на партнера своими эмоциями и сам легко поддается такому воздействию. Он более склонен идти на компромиссы, но обидчив и может воспользоваться этим средством воздействия на партнера. Ощущающий тип быстро ориентируется в ситуации делового общения, уверен в себе, реалистичен и не склонен заключать такие соглашения, которые не обещают практических результатов. Интуитивный тип долго размышляет при принятии решений, склонен к колебаниям, сомнениям, проявляет беспокойство о будущей реализации делового соглашения.

Этапы делового общения

Перейдем к более конкретной характеристике взаимодействий в деловом общении. Процесс общения всегда можно рассматривать как локальный акт: разговор с определенным собеседником, обсуждение конкретных вопросов группой людей и т.д. В развернутом виде в общении можно выделить такие этапы:

1. установление контакта;
2. ориентация в ситуации (люди, обстоятельства и т.д.);
3. обсуждение вопроса, проблемы;
4. принятие решения;
5. выход из контакта.

В деловом общении эта схема может быть, как свернутой, краткой, так и полной, подробной. Именно сознательным вычленением этих этапов и их регуляцией определяется во многом эффективность делового общения. Всякое общение начинается с контакта. Довольно часто неуспех делового общения предопределен с самого начала: При установлении контакта нужно продемонстрировать доброжелательность и открытость для общения.

Психология делового общения удавшийся контакт (точнее его отсутствие) ведет к дальнейшей цепочке неправильных действий. Задача контактной фазы — побудить собеседника к общению и создать максимальное поле возможностей для дальнейшего делового обсуждения и принятия решений. По мнению психологов, существуют защитные психологические механизмы, которые мешают нам сразу принять другого человека, пустить его в зону своего личного «Я». Контактная фаза должна размыть границы этой зоны.

Деловой этикет

Деловой этикет — важнейшая сторона профессионального поведения делового человека, предпринимателя. Знание этикета — необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать. Почти 70% выгодных для отечественных предпринимателей сорвавшихся сделок не состоялись из-за того, что российские бизнесмены не знают правил делового общения и не владеют культурой поведения. Эта цифра подтверждается и мировым опытом. Так, еще в 1936 г. Дейл Карнеги писал: «Успехи того или иного

человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми».

Немало рушится карьер и теряется денег из-за неправильного поведения или невоспитанности. Зная это, японцы тратят на обучение хорошим манерам и консультациям по вопросам этикета, культуры поведения сотни миллионов долларов в год. Они хорошо знают, что успех любой фирмы во многом зависит от способности ее работников, от их умения дружно трудиться над достижением общей цели. Знание этикета, культура поведения — вот ключевые условия для успешной работы в любой организации — таково мнение специалистов фирм. К сожалению, российские деловые люди до сих пор не придают серьезного значения этим аспектам своей деятельности. Подчеркнем, что соблюдение делового этикета, умение культурно вести себя особенно важно при работе с представителями иностранных фирм, при выезде для заключения сделок за границу. Часто новые русские и их сопровождение становятся предметом молчаливой, но тем не менее нелюбезной критики со стороны партнеров по переговорам. Уважающие себя и честь своей фирмы зарубежные предприниматели нередко после первой же встречи прекращают все переговоры. Поведение таких новых русских можно оценить словами из известной сказки А.С. Пушкина про старуху, которая «ни ступить, ни молвить не умеет». Чтобы не попасть в нелепую ситуацию, надо знать правила хорошего тона. В старые времена им крепко учил Петр Великий. В 1709 г. он издал указ, согласно которому подлежал наказанию каждый, кто вел себя «в нарушение этикету». Возможно, надо ввести наказание и для тех отечественных бизнесменов, кто выставляет на посмешище не только себя, но и бросает тень на российское предпринимательство.

Итак, знание делового этикета, умение культурно вести себя — основа предпринимательского успеха. Этикет — явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царственных особ; фараонов, императоров, ханов, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.п., для закрепления иерархии. От соблюдения правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Так было в Древнем Египте, Китае, Риме, Золотой Орде. Нарушение этикета приводило к вражде между племенами, народами и даже к войнам.

Этика и этикет делового общения

Этикет всегда выполнял и выполняет определенные функции. Например, разделение по чинам, сословиям, знатности рода, званиям, имущественному положению. Особенно строго соблюдались и соблюдаются правила этикета в странах Дальнего и Ближнего Востока. В России в начале XVIII в. стал усиленно внедряться западный этикет. На русскую почву переносились одежда, манера и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием (особенно в столичных городах) постоянно и настойчиво, порой жестоко следил сам царь Петр I. За их нарушения строго наказывали. В дальнейшем, в царствование Елизаветы и Екатерины II, отбирались правила этикета, отвечающие требованиям и особенностям национальной культуры России, которая как евразийская страна во многом соединяла противоположности Европы и Азии. А этих противоположностей много было не только в XVIII в., но и сейчас. Английский писатель Редьярд Киплинг говорил, что Запад есть Запад, Восток есть Восток, и не встретиться им никогда. Так, в Европе траурный цвет — черный, а в Китае — белый. Даже в границах Российской империи правила поведения различных народов значительно отличались. Отличаются они и сейчас. Конечно, и общественный прогресс способствовал взаимопроникновению правил поведения, обогащению культур. Мир становился теснее. Процесс взаимного обогащения правилами поведения позволил выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах этикет, закрепляемый в обычаях и традициях. Этикет стал предписывать нормы поведения на работе, на улице, в гостях, на деловых и дипломатических приемах, в театре, в общественном транспорте и т.д.

Современные взгляды на место этики в деловом общении. Это противоречие между этикой и бизнесом, должным и сущим весьма остро проявляется и сегодня в деловом общении, причем на самых разных его уровнях: как между организацией и социальной средой, так и внутри самой организации. Считающие себя прагматиками полагают, что в деловом общении и вообще в бизнесе этика сама по себе не нужна. Единственная обязанность управляющего корпорацией, работающего по найму у владельца бизнеса, — любыми доступными средствами максимизировать прибыль, "делать как можно больше денег", всячески приспособившись к нормам общества, воплощенным в законах и этических традициях

2.4) Управленческая этика: понятие, сущность, значение. Основные заповеди менеджера

Управленческая этика исследует правила и нормы поведения менеджера, требования, предъявляемые обществом к его стилю работы, характеру общения с людьми, социальному облику.

Управленческая этика – наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в сфере управления, в том аспекте, в каком действия менеджера соотносятся с общечеловеческими этическими ценностями. В широчайшем спектре ее внимания все проблемные вопросы взаимоотношений менеджера и подчиненных, особое место среди которых занимают вопросы соотношения цели и средств в их работе.

Признавая престижность позиции менеджера, предполагающую высокий профессионализм и уровень образования, хороший уровень оплаты труда, нельзя забывать о значимости моральной и этической стороны его работы, оказывающей влияние на направление развития, культуру, систему духовных ценностей и образ жизни всего общества.

Бесспорно, руководитель служит примером отношения к своим служебным обязанностям для рядовых сотрудников и других управленцев. Кроме того, любой поступок менеджера производит пролонгированный эффект, поскольку своими этическими или неэтическими действиями он формирует в течение некоторого времени комплекс моральных устоев окружающих его людей: подчиненных, потребителей, поставщиков, конкурентов. Другими словами, выполняя воспитательную функцию, менеджер формирует культуру отношения к организации и производимой продукции, правила общения сотрудников друг с другом, основы вертикальных контактов и т.п. Что касается внешней среды, то менеджеры (особенно высшего звена управления) обуславливают стандарты отношений с конкурентами, поставщиками, партнерами и т.д. В связи с этим, современный менеджер должен быть образцом безукоризненного нравственного поведения и воспитывать те же качества у своих подчиненных и партнеров.

Осознавая роль института менеджмента в обществе, представители бизнеса, науки и религии выработали ряд заповедей делового человека, особенно занимающегося управленческой деятельностью. Кратко перечислим данные заповеди:

1. Не забывая о хлебе насущном, следует помнить о духовном смысле жизни. Не забывая о личном благе, следует заботиться о благе ближнего, благе общества и Отчизны.
2. Богатство – не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа.
3. Культура деловых отношений, верность данному слову помогает стать лучше и человеку и экономике.
4. Человек – не «постоянно работающий механизм». Ему нужно время для отдыха, духовной жизни, творческого развития.
5. Государство, общество, бизнес должны вместе заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто сам не может заработать себе на хлеб. Хозяйствование – это социально ответственный вид деятельности.
6. Работа не должна убивать и калечить человека.
7. Политическая власть и власть экономическая должны быть разделены. Участие бизнеса в политике, его воздействие на общественное мнение может быть только прозрачным и открытым.
8. Присваивая чужое имущество, пренебрегая имуществом общим, не воздавая работнику за труд, обманывая партнера, человек преступает нравственный закон, вредит обществу и себе.
9. В конкурентной борьбе нельзя употреблять ложь и оскорбления, эксплуатировать порок и инстинкты.
10. Нужно уважать институт собственности, право владеть и распоряжаться имуществом. Безнравственно завидовать благополучию ближнего, посягать на его собственность.

В целом эти заповеди – кодекс экономической этики, являющийся прямым руководством к действию, соблюдая которые делового человека ждет успех.

3) Национальные особенности делового общения

В каждой стране и у каждого народа существуют традиции и обычаи общения и этики. Важны ли они при встрече представителей разных культур? Существуют две точки зрения на этот счет. Обе признают наличие национальных особенностей. Согласно первой точке зрения интенсивность делового общения в современном мире приводит к “размыванию” национальных границ, формированию единых норм и правил. Развитие международных связей, обмена в области культуры, науки, образования ускоряют процесс. В результате, например, японец или китаец, получивший образование в США, воспринимает особенности американского мышления и поведения. По мере развития цивилизации, процессы, связанные с проникновением национальных стилей общения, формированием многих единых параметров ведения переговоров, играют всё большую роль.

Представители второго направления, напротив, склонны отводить национальным особенностям одно из центральных мест в международном общении и, в частности, на переговорах, составляющих основу этого общения. Они полагают, что трудности на переговорах возникают в связи с различием в ожиданиях, которые в свою очередь, обусловлены различиями культур. Наибольшее влияние на человека оказывают ценности, традиции, обычаи и т.д., усвоенные в детстве, т.е. те, которые имеют именно национальную основу. К данному аргументу добавляется другой. В международный бизнес активно включается всё большее число людей, часто не обладающих опытом международного общения. Они вносят значительный элемент национальной специфики.

Шведский исследователь К. Йонссон отмечает, что обычно при значительном совпадении интересов сторон, т.е. при сотрудничестве, национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль.

Итак, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными при деловых отношениях. Прежде чем описать национальные особенности сделаю несколько пояснений:

1. Под национальными особенностями понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определённых национальностей.
2. Необходимо учитывать, что практически невозможно “абсолютно объективно описать” национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

Национальный стиль – это наиболее распространенные, наиболее вероятные особенности мышления, восприятия поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей описываемой страны, а только типичными для них. Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.

3.1) Этика делового общения традиционного общества

В социально-философском плане этика делового общения определяется общественно-экономическим строем общества, структурой его социальной организации и господствующим типом общественного сознания. В традиционном обществе (обществе "механической солидарности" по Эмилю Дюркгейму), основанном на общности социальной жизни, коллективных представлениях, мифологическом сознании и межличностных отношениях, основным механизмом делового общения являются ритуал, традиция и обычай. Им соответствуют нормы, ценности и стандарты этики делового общения.

Отличительной особенностью этого типа общности является то, что здесь еще нет того разрыва между этическими нормами делового общения и общими представлениями о нравственной жизни, который появится в обществе с развитыми рыночными отношениями. Общие нормы морали являются здесь и нормами делового общения. По большей части они еще не отделяются друг от друга и не противопоставляются друг другу, подобно тому, как деловая жизнь не противопоставляется личной жизни. Но и тогда, когда в рамках традиционного общества возникают частные и корпоративные интересы, общие нормы нравственности все еще продолжают играть главную роль.

В условиях отсутствия товарного фетишизма и всеобщего отчуждения хорошее выполнение самого дела рассматривается как нравственный долг и служит основным способом самоутверждения личности. Человек традиционного общества еще не выработал в себе холуйскую психологию и не гнет спину, стараясь во всем угодить своему начальнику, ибо этические ценности имеют здесь самодовлеющее значение.

Такие понятия, как справедливость, честь, достоинство, свобода, ответственность имеют здесь экзистенциальный жизненно важный для человеческого

существования смысл и наполнены не абстрактным, а реальным жизненным содержанием. За утверждение этих ценностей люди часто жертвовали своей жизнью. Пафосом этого типа общения могут служить слова Мартина Лютера: "На том стою и не могу иначе".

Такой характер этики делового общения мы обнаруживаем уже в Древней Индии. Все человеческое поведение и общение, в том числе и в деловой сфере, подчинено здесь высшим (религиозным) ценностям. Человек этого общества должен "не обращать внимания на то, что другие люди скажут или подумают о нас, или сделают; идти на работу так же, как солдаты идут на сражение, не заботясь о последствиях; расценивать хорошую репутацию, честь, имя, удобные обстоятельства, комфорт, людские привязанности как ничто, если религиозное обязательство потребует пожертвовать ими" ¹.

Первостепенная роль этическим нормам ритуала, обычая отводится в деловом общении и древнекитайского общества. Не случайно знаменитый Конфуций (551—479 до н.э.) именно долг, справедливость, добродетель ставит на первое место в отношениях между людьми, подчиняя им выгоду и пользу, хотя и не противопоставляет их друг другу. Его идеальный человек, благородный муж (цзюнь-цзы)" сначала проявляет долг, затем приобретает выгоду".

¹ Радхакришнан С. Индийская философия в 2-х т. Т. 1 Пер. с англ.: СПб: Стикс, 1994. - С. 187.

С этим связано и отличие его от неблагородного, "малого человека", которое состоит в том, что: "Благородный муж постигнул справедливость, малый человек постигнул выгоду"².

3.2) Этика делового общения в учении Конфуция

Конфуций (в литературе часто именуемый Кун-цзы — учитель Кун) был одним из первых, кто сформулировал в отрицательной форме категорический императив поведения, имеющий универсальное значение и применимый в том числе и в деловом общении: "не делай другим того, чего не пожелаешь себе". ³

Положительная форма этой классической формулировки дана Иммануилом Кантом. Однако у Конфуция содержится большое количество изречений,

посвященных этики общения и делового поведения. Прежде всего они относятся к принципам общения между руководителем и подчиненным и раскрытию тех норм и принципов общения, которые делают его наиболее эффективным и действенным с этической точки зрения. Приведем некоторые из них, весьма достойные того, чтобы над ними поразмышлять ⁴.

- "Правитель должен быть правителем, а подданный — подданным, отец — отцом, а сын — сыном".
- "Когда правитель любит справедливость, никто не осмелится быть непослушным, когда правитель любит правду, никто в народе не посмеет быть нечестным".
- "Благоговейно относись к делу и честно поступай с другими".
- "Слушаю слова людей и смотрю на их действия".
- "Держать два конца, но использовать середину".
- "Благородный муж, когда руководит людьми, то использует таланты каждого, малый человек, когда руководит людьми, то требует от них универсалий".
- "Вести сражаться необученных людей, значит бросать их".
- "Благородные мужи при разногласии находятся в гармонии; у малых же людей гармонии не может быть и при согласии".
- "Когда не говорите с тем, с кем можно говорить, то упускаете таланты; когда же говорите с тем, с кем говорить нельзя, то тратите слова напрасно. Но умный никого не упускает и не тратит слов напрасно".
- "Рядом с благородным мужем допускают три ошибки: говорить, когда не время говорить, — это опрометчивость;

не говорить, когда настало время говорить, — это скрытость; и говорить, не замечая его мимики, — это слепота".

- "Благородный муж ... когда глядит, то думает, ясно ли он увидел; а слышит — думает, верно ли услышал; он думает, ласково ли выражение его лица, почтительны ли его манеры, искренна ли его речь, благоговейно ли отношение к делу; при сомнении думает о том, чтоб посоветоваться;

² Конфуций. Изречения. - М.: МГУ, 1994 - С. 31.

³ Конфуций. Изречения. - М.:МГУ, 1994. - С. 57.

⁴ См.: Конфуций. Лунь-юй // Древнекитайская философия: Собр. текстов в 2-х т. Т. 1. - М.: Мысль, 1972

когда же гневается, думает об отрицательных последствиях; и перед тем, как что-то обрести, думает о справедливости".

- "Тот будет человечен, кто сможет воплотить повсюду в Поднебесной пять достоинств... Почтительность, великодушие, правдивость, сметливость, доброта. Почтительность не навлекает унижений, великодушие покоряет всех, правдивость вызывает у людей доверие, сметливость позволяет достигать успеха, а доброта дает возможность повелевать людьми".

- "Если для людей, которых заставили трудиться, выбирать посильный труд, то у кого из них возникает злоба?"

- "Казнить, тех, кого не наставляли, значит быть жестоким;

требовать исполнения, не предупредив заранее, значит проявлять насилие; медлить с приказом и при этом добиваться срочности, значит наносить ущерб; и в любом случае скупиться при выдаче, оделяя чем-либо людей, значит поступать казенно".

- "Не зная ритуала, не сможешь утвердиться".

- "Когда не можешь сам себя исправить, то как же будешь исправлять других?".

Изречения великого философа, касающиеся этических норм общения, не потеряли актуальности и в наши дни. Следование им, несомненно, окажет большую помощь в установлении эффективного взаимодействия и поможет избежать многих ошибок в деловом общении. На самом деле, разве может потерять актуальность тот "путь золотой середины", — путь компромисса, который проповедовал учитель Кун, утверждая необходимость "Держать два конца и использовать середину"? Не менее актуально звучит сегодня и его афоризм "Слушаю слова людей и смотрю на их действия", выражающий необходимость соблюдения единства слова и дела, необходимость проверять слово делом. Можно ли не согласиться с мнением мыслителя о том, что в деловом общении каждый должен соответствовать своему статусу и учитывать статус другого, и т.д.

Особенности этики делового общения в западноевропейской культурной традиции

Как и на Востоке, в Западной Европе древних времен уделяется большое внимание необходимости учета этических норм и ценностей в деловом общении, постоянно подчеркивается их влияние на эффективность ведения дел. Так, уже Сократ (470 - 399 до н.э.) говорит о том, что "кто умеет обходиться с людьми, тот хорошо ведет и частные и общие дела, а кто не умеет, тот и здесь и там делает ошибки" ¹.

Однако в отличие от восточной, западноевропейская культурная традиция более прагматична. Экономический, материальный интерес выдвигается здесь на первый план, вместе с этим большое внимание уделяется статусному характеру общения. При этом статус начальника рассматривается как более привилегированный, нежели подчиненного. Отсюда и этические нормы, такие, как справедливость, добро, благо и т.д., наполняются экономическим содержанием и приобретают также статусный характер. В этой связи Аристотель пишет: "Если исполняющий должность

¹ Ксенофонт. Воспоминания о Сократе — М.: Наука, 1993. — С. 82.

начальника нанес удар, то ответный удар наносить не следует, а если удар нанесен начальнику, то в ответ следует не только ударить, но и подвергнуть каре" ².

Важно отметить, что Аристотель уже совершенно определенно утверждает, что в основе делового общения лежит "потребность, которая все связывает вместе". При этом имеется в виду прежде всего экономическая потребность и экономический интерес, которые обуславливают экономический обмен между врачом, земледельцем, ремесленником, ткачом, строителем и т.д.

Соответственно этому и критерий нравственности в деловом общении перемещается в экономическую сферу. Так основным критерием справедливости в деловом общении, по Аристотелю, является принцип "пропорционального равенства", согласно которому "понесший большие труды получает много, а понесший малые — мало" ³.

Эта характеристика делового общения, когда на первый план выдвигается экономический интерес, материальный результат, прибыль как концентрированный критерий человеческой деятельности и общения, становится доминирующей и всеохватывающей с развитием капитализма. Конечным критерием справедливости или несправедливости становится умение успешно

вести дело, деловой прагматизм. Этика бизнеса, этика рыночных отношений окончательно выдвигается на первый план и оставляет за собой все общечеловеческие, в том числе и религиозные ценности. Хотя окончательно избавиться от них она, конечно, не может.

Поэтому человек с "рыночным характером" (по определению Эриха Фромма) постоянно находится в состоянии противоречия, характеризуется раздвоенным сознанием. С одной стороны, вступая в деловое общение, он вынужден руководствоваться нормами морали, выработанными рынком, заботой о максимизации прибыли любыми средствами. С другой стороны, в качестве личности, живущей в обществе и конкретной социальной среде, он несет социальную ответственность перед ними и не может не учитывать общечеловеческие нормы морали и порядочности. С одной стороны, существующая рыночная реальность диктует ему поведение по принципу "не обманешь — не проживешь", "не подмажешь — не поедешь", "не пойманный — не вор", а с другой стороны, моральный долг требует от него выполнения таких заповедей, как "не кради", "не обмани", "возлюби ближнего, как самого себя". Таким образом, это реальное противоречие нравственного сознания личности, изначально присущее ей в условиях развитых рыночных отношений.

3.3) Особенности делового общения с англичанами

Англия – страна сплошных формальностей, которые строго соблюдаются, начиная с тонкостей оформления делового письма. Когда дело касается делового или дипломатического общения, при котором поведение обеих сторон строго регламентируется, необходимо учитывать некоторые национальные особенности общения, затрагивающие сферу традиций Англии. Ведь в каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Это приобретает особый смысл, когда мы говорим об англичанах.

² Аристотель. Сочинения в 4-х т. Т- 4. — М.: Мысль. 1983- — С. 155.

³ Аристотель. Сочинения в 4 т Т. 4. — М.: Мысль, 1983 — С. 325.

Прежде всего, следует знать, что англичане меньше, чем другие нации, подвержены влиянию времени, преходящей моде. Главные черты, присущие им, можно определить в нескольких словах: самообладание, стремление к соблюдению чувства порядочности, отсутствие показного в своих поступках, любовь к комфорту

(хороший транспорт, свежий костюм, богатая библиотека, вкусная еда). Особая страсть у них к спорту, чем объясняется существование огромного числа всевозможных клубов, изгнание из которых считается для англичанина величайшим позором.

Англичане весьма дружелюбны и услужливы, они испытывают сильную потребность в общении. Они умеют уединиться даже в кругу многочисленных друзей, оставаясь при этом самим собой и предаваясь своим размышлениям. Трудно найти другую нацию, представители которой умели бы так строго распределять свое время и деньги, как англичане. При огромной работоспособности они тем не менее всегда находят время для отдыха, отдаваясь удовольствиям.

Англичане всегда несут на себе печать своей национальности в виде обычаев, манеры держаться за столом, они никогда не изменяют привычек, они везде у себя дома, чему способствует их самобытный характер.

Патриотизм англичанин проявляет весьма тривиально – он считает, что в его отечестве все идет лучше, чем в других странах. Эта позиция дает ему возможность взирать на иностранцев с некоторым высокомерием и преувеличенным сознанием собственного превосходства.

Коммерческая жилка проявляется у англичанина всегда, на каком бы поприще он ни находился, не переходя при этом в необузданную алчность и страсть к наживе, скупость. Скорее, наоборот, он любит жить на широкую ногу, не ограничивая себя ни в чем.

Широко известной страстью представителей этой нации является путешествие по разным странам, где они не слишком охотно сближаются с людьми прежде всего из-за непонимания чужих обычаев, нежелания нарушать свой английский этикет, а часто и просто из гордости. В то же время, будучи людьми флегматичными, англичане испытывают странное увлечение оригинальными произведениями живописи, скульптуры, садово-паркового искусства.

Стабильность и постоянство характера, приверженность традициям характерна для англичан гораздо больше, чем любой другой западноевропейской нации. Англичане меньше других подвержены веяниям времени, преходящим модам. Безусловно, англичане и их традиции изменялись со временем. Перемены происходят всегда. Но эти различия, столь заметные внешне, не проникают вглубь, до корней. Исконные черты английской натуры остаются прежними, создавая

национальный характер англичан. Важно, однако, подчеркнуть, что при своей стабильности характер англичан составлен из весьма противоречивых, даже парадоксальных черт. [3] Знание национальных особенностей может служить ориентиром поведения партнера по бизнесу и серьезно повлиять на принятие деловых решений.

Итак, любая деловая или дипломатическая встреча начинается с подготовки к ней. По правде говоря, организационной подготовке к переговорам англичане уделяют не особенно много внимания. Они подходят к этому с большей долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах может быть найдено наилучшее решение, то есть сам процесс переговоров для них имеет гораздо большее значение. Тем не менее, в деловых переговорах англичане довольно жестко следуют правилам протокола. Именно поэтому не следует начинать переговоры с английскими фирмами без тщательной подготовки всех документов и согласования условий проведения переговоров. Необходимо обязательно сообщить своим английским партнерам о своем прибытии, согласовать сроки и программу пребывания.

Главная черта, которая присуща всем европейским бизнесменам, — это пунктуальность. Англичане не любят, если приглашенные опаздывают на деловую встречу. Однако надо заметить, что общепринятое правило приходить на встречу за 10 — 20 минут до назначенного часа здесь не действует. Опоздав, вы проявите неуважение и собственную незаинтересованность в проведении встречи. Но не следует приходить до назначенного времени. Это может быть воспринято как неуважение. В Англии, как ни в одной другой стране, ценится точность, пунктуальность.

Во время переговоров следует помнить о том, что англичане высоко ценят независимость, образованность, внутреннее самоуважение, честность и бескорыстие. Они обязательно отметят про себя отсутствие у партнеров по переговорам такта, изящества манер, изысканности и вежливости. Для успешного финала переговорного процесса англичанин готов пожертвовать временем и деньгами. При этом достижения поставленной цели он никогда не станет проявлять чванства и хвастовства.

Стандартным приветствием в Англии является простое рукопожатие (как для мужчин, так и для женщин). Очень важной считается процедура знакомства, ей англичане уделяют особое внимание. Если представляют своего коллегу лицу, занимающему более высокий пост, первым полагается назвать имя

высокопоставленного лица. При приветствии и обращении очень часто используются пожизненные титулы.

Впоследствии, общаясь со своими английскими партнёрами, не стоит называть их только по фамилии, такое обращение считается грубым. К англичанам обращаются со словами: «мистер», «миссис», «мисс». Если на переговорах присутствует группа англичан или делегация, то следует обращаться: «леди и джентльмены». Однако в разговоре с глазу на глаз с англичанином слово «джентльмен» не употребляется совсем. Насчет этого даже у них есть поговорка: «Джентльмен – тот, кто никогда не употребляет этого слова». Никогда не следует путать во время переговоров слова «Великобритания» и «Англия», лучше употреблять первое из них.

Так же следует помнить, что для жителя Великобритании приятное, естественное для общения расстояние — 1,5 — 2 метра, не стоит превышать его. Переступая эту невидимую грань, вы как бы вторгаетесь в личное пространство человека, что может вызвать неприязнь или даже агрессию с его стороны.

Что касается непосредственно самих переговоров, то здесь англичане предпочитают делать всё согласно регламенту, стараясь не отступить от протокола. При этом англичане достаточно гибки и охотно отвечают на инициативу противоположной стороны, и активность партнёров в ходе переговоров будет воспринята крайне положительно. В Англии искусство разговора часто сводится к умению молчать, сдержанности и корректности.

Стоит заметить, что англичане принимают решения медленнее, чем, например, французы, так как они более рассудительны и взвешивают все «за» и «против», прежде, чем решиться на тот или иной шаг. Как выразился по этому поводу Никос Казантзакис «вы не должны здесь спешить. Вы находитесь в стране терпения, настойчивости, неторопливой последовательности в мыслях». Англичане не бросают слова на ветер, на честное слово англичан можно положиться. Так же традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров, находить компромиссы.

Важно также помнить, что в Великобритании существует определенная дистанция между руководителем и его подчиненными, которая никогда не нарушается. И очень важно, чтобы и вы в общении с англичанами как-нибудь ненароком не нарушили это правило.

В этой стране не принято обращаться к незнакомым лицам, пока вы им не представитесь при первом знакомстве, в дальнейшем достаточно легкого поклона

и устного приветствия. Не приветствуется целование руки у прекрасного пола.

Во время переговоров женщины одеваются очень строго: костюм или платье, а также перчатки, которые при входе в здание нужно снимать.

После первого же дня переговоров принято ужинать в кругу новых знакомых по бизнесу. Во время ужина не следует говорить о рабочих делах. Темой для обсуждения могут быть спорт, мода, новости в области искусства.

В конце рабочего дня, примерно в 17 ч, в этой стране любят пить чай с молоком. Причем «чаеманы» пристально следят за тем, чтобы гости сначала наливали в чашку молоко, а затем чай.

При подготовке переговоров с англичанами импровизация недопустима, нужны особая тщательность и многочисленные предварительные согласования. Если сроки встречи делегаций для переговоров заранее согласованы, то сообщать английским партнерам о своем прибытии совсем не обязательно. Англичане очень пунктуальны, точность для них – жесткое правило.

Начало переговоров у них традиционно идет по сценарию: обсуждение сегодняшней погоды, вчерашних спортивных новостей, а затем деловых предложений.

При ведении бизнеса в Англии не принято дарить подарки. Впрочем, если вы всё же решились сделать подарок своему английскому партнёру, это должен быть недорогой сувенир, который не поставит принимающего в неудобное положение, ни к чему не обяжет его. Впрочем, деловые подарки не очень приняты, а вот пригласив в театр вашего делового партнера, вы доставите ему удовольствие, и он это высоко оценит. Если в деловых кругах станет известно о приеме таких подарков, фирме грозит общественное осуждение. К тому же такие подарки рассматриваются не как знак внимания, а как средство давления на партнера.

Англичане тщательно избегают всяких намеков, касающихся личной жизни.

Общаясь с партнерами из Великобритании, не стоит забывать, что развитие промышленности в мире началось именно в Англии, поэтому стоит принять некоторые «сложные» для нашей щедрой на эмоции русской души черты психологического портрета этих людей без лишних нервов и осуждения.

Английский мир бизнеса отличается кастовостью и необыкновенным консерватизмом, на его законы по-прежнему огромное значение оказывают

традиции, имеющие многовековую историю.

Уровень профессионализма британских бизнесменов – один из самых высоких в мире. Престижное образование и опыт непосредственной практической работы имеют практически все современные английские менеджеры среднего и высшего звена.

Еще одна характерная черта английского бизнесмена – трудолюбие. Англичане любят и умеют работать.

Не смотря на внешнюю «сухость» и замкнутость, англичане охотно делятся своим опытом и профессиональными достижениями и всегда готовы оказать профессиональную помощь партнерам.

Понятие чести для англичанина свято, на его честное слово можно положиться.

В Англии непримиримое отношение к взяткам.

В Англии очень ценится простое проявление добрых человеческих чувств: с благодарностью будут восприняты передача приветов людям, близким вашему знакомому.

Англичане – всегда «жесткие» переговорщики, в силу своей серьезной подготовленности к обсуждаемым вопросам они всегда вооружены большим количеством актуальной и проверенной научной, экономической, политической и даже социальной информации. Они, как правило, прекрасные психологи, очень наблюдательны и умеют ловко манипулировать ходом переговоров.

Договорные документы с английской стороны всегда тщательно прорабатываются и детализируются. Англичане предпочитают фиксировать в контрактах малейшие возможные детали и условия сделки. Выполнение всех условий контракта без малейших отклонений – неременное условие работы!

В Англии принято перед началом совместного делового ланча интересоваться, каким временем располагает партнер, чтобы сразу же определить продолжительность ланча, это — элемент деловой культуры. Соблюдение строгого застольного этикета – неукоснительное правило для всех случаев приема пищи и напитков. За столом курить можно только после того, как подан кофе, предварительно обязательно спросив разрешения на это у присутствующих за столом дам.

У англичан независимость, граничащая с отчужденностью, является основой человеческих отношений. Англичанам присущи такие черты, как сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильность, иногда заставляющая англичан быть замкнутыми и необщительными, почитание собственности, предприимчивость, деловитость .

Для российских партнеров небезынтересно будет знать, что английский бизнес заметно отстает от американского. Это объясняется особенностями деловых кругов этой страны. С одной стороны, они характеризуются кастовостью, определяющей их высокий профессиональный уровень, а с другой – эта же кастовость ставит заслон на пути появления свежих конструктивных решений, инноваций в деловых связях. Хорошо известно уязвимое место в психологии английских переговорщиков – они в целом не умеют возвыситься над сиюминутной коммерческой выгодой и приподняться до уровня анализа долгосрочных перспектив. Благодаря известной национальной черте – консерватизму – английские бизнесмены неохотно идут на расходы, отдача от которых может произойти через пять или десять лет. При чрезвычайно высокой изобретательности английских инженеров из-за этой черты их характера наблюдается недостаточная разработанность механизма внедрения идей и технологий в серийное производство.

Англичане ценят внимание к себе со стороны даже тех партнеров, бизнес с которыми уже свернут. Поэтому рождественская открытка или поздравление ко дню рождения, полученные от российского партнера по прежним деловым связям, воспринимаются как признание авторитета в деловом мире. Англичане высоко ценят внимание к себе, хорошие человеческие отношения.

3.4) Практика работы в английской компании

Я работала в компании Инчкейп, в бренде Jaguar Lend Rover около двух с половиной лет. Были особенности работы с программой CRM, слишком консервативная для российских работников, но в Англии все работники вели каждый день эту же программу. В остальном – рабочем графике, ценностями компании, все было очень похоже.

Наши пять стратегических целей



Что касается бренда Jaguar Land Rover, там есть характерная форма, галстук и значки. Основные принципы: клиентоориентированность и внимательность к деталям. Мне всегда нравился этот выдержанный стиль. Сейчас, основывая свой бренд, я обязательно буду придерживаться этого стиля, мне он очень близок!

Ниже приведу цитату из официального сайта, там наглядно отражены принципы и ценности компании:

«Мы приглашаем в команду опытных и профессиональных сотрудников, объединённых стремлением понять и разделить нашу философию взаимоотношений с владельцами и потенциальными покупателями автомобилей Jaguar и Land Rover.

Для нас они не просто клиенты, но люди, разделяющие наши ценности и обнаружившие нечто созвучное своему характеру и своей судьбе в девизах Above and beyond («За гранью обыденного» — Land Rover) и The Art of Performance («Воплощение совершенства» — Jaguar).

При любом взаимодействии с клиентами мы следуем пяти принципам.



Индивидуальный подход.

Мы проявляем гибкость и стремимся удовлетворить все запросы клиентов и оправдать их ожидания.



Прозрачность.

Мы ничего не скрываем и всегда действуем в интересах клиентов.



Лёгкость во взаимодействии.

Наши клиенты высоко ценят своё время. Поэтому взаимодействие с Jaguar Land Rover должно быть для них максимально комфортным и лёгким.



Надёжность.

Мы всегда должны выполнять свои обещания. На 100 %.



Особое отношение.

Мы создаём незабываемую атмосферу и помогаем каждому клиенту почувствовать себя особенным.

Компания «Jaguar Land Rover Россия» — это:

- Сплочённый коллектив уникальных профессионалов мирового уровня, с которыми легко взаимодействовать и у которых есть чему научиться.
- Постоянное развитие и повышение квалификации — тренинги и курсы Академии Jaguar Land Rover.
- Интересные проекты и насыщенная яркими событиями корпоративная жизнь.
- Место работы, которым есть все основания гордиться.»

3.5) Особенности делового общения с американцами

Молодая и сильная американская культура независима и самостоятельна в своих международных экономических и политических воззрениях.

Американцы — прагматики, они достаточно сильны, чтобы обладать уверенной позицией на переговорах. Настойчивы в достижении цели. Торг с американцами не только возможен, но и нужен, поскольку они сами не только могут, но и любят торговаться.

Американцы ценят в людях честность и откровенность, не теряют времени на формальности, а переходят сразу к сути дела, что вносит в деловое общение прагматизм и элементы демократии, а также такие качества, как индивидуальность и уважение прав личности.

В обращении друг с другом они просты и неофициальны, при этом их не смущает разница в общественном положении или возрасте.

Американцы пунктуальны и живут по расписанию, которое составляют на каждый день, поэтому на деловые встречи никогда не опаздывают. Время для переговоров строго ограничено (не больше часа).

Для них характерна предельная концентрация на тех проблемах, которые подлежат обсуждению. Всегда настроены на предельно интенсивную и плодотворную работу. Стремятся выявить общее в подходах к решению тех или иных проблем. Американский бизнесмен в деловом общении придерживается трех правил: анализируй, разделяй обязанности, проверяй исполнение. На переговорах и в беседе они стремятся сконцентрировать внимание партнеров на обсуждаемой проблеме, подходах к ее решению, а также на деталях.

Вся система воспитания в США направлена на то, чтобы воспитать сильную, коммуникабельную, самостоятельную личность. Одобряется умение видеть проблемы и успешно их решать. Культивируется способность жестко отстаивать свои интересы.

Самое главное для любого американца — это права личности, это его собственная и неповторимая индивидуальность. Часто говорят о том, что американцев не интересует ничего, кроме самих американцев. И во многом это справедливо. Американизм — это своего рода тщательно взращенный и культивируемый с пеленок эгоизм.

Американцы обожают соревноваться, ценят достижения. Они часто считаются материалистами. “Успех” часто измеряется количеством заработанных денег. Деловой американец не мелочен и не педантичен. Но он понимает, что для организации любого дела – нет мелочей. Американцы берегут время и ценят пунктуальность, живут по расписанию.

Визитными карточками обмениваются во время представления друг другу или когда один из партнеров уходит.

Деловые встречи могут проходить во время завтрака, обеда или ужина – все зависит от срочности. Подарок на деловой встрече может быть расценен как взятка, поэтому уместнее будет подарить красиво подписанную открытку.

Американцы, как правило, люди открытые, не терпят излишних формальностей, препятствующих быстрому разрешению сути вопроса. Характеризуются определенной прямоотой суждений. Это выражается не только в речи, но и в манере поведения. Склонны, возможно, и к неоправданным в тех или иных случаях

попыткам форсировать отношения. Культивируется неофициальная форма обращения друг к другу, предельный демократизм между собеседниками, даже если людей разделяет большая возрастная разница, а также существенное различие общественных положений.

«Эгоизм» американцев выражается еще и в том, что у них практически не бывает дружбы в нашем, т. е. русском понимании. Конечно, американцы дружат друг с другом, но, на наш взгляд, это несколько формально.

Всякий покой раздражает американцев. Это выражается хотя бы в том, что они терпеть не могут перерывов в разговоре. Они остроумны, как французы, они могут быть гибкими, как англичане, и в то же время оставаться пунктуальными. Все назначенные встречи происходят в точно назначенное время. Никакое опоздание не может быть оправданным. И если запад страны в этом отношении еще более-менее мягок, то на востоке требование пунктуальности должно соблюдаться неукоснительно.

Американские бизнесмены – явление разноликое как с этнической точки зрения, так и в отношении к предпринимательской деятельности. Всех их объединяют две черты – патриотизм и предприимчивость. И еще одна особенность этой нации – доверчивость к людям, из-за которой американцы порой становятся жертвой обмана. Если еще добавить характерную черту – правдивость, то морально-нравственный портрет представителя американских предпринимательских кругов на переговорах станет понятным. Отсюда, кстати, исходит известная нетерпимость ко лжи. Ложь в глазах американца может разрушить деловой имидж человека и репутацию фирмы, от имени которой он ведет переговоры. Как правило, деловые отношения американцы стараются поставить на дружеские рельсы. Это происходит от демократичного характера их взаимоотношений и, естественно, переносится и на зарубежных партнеров.

Отрицательными сторонами являются превратно воспитанные или чрезмерно проявленные положительные стороны. И тогда демократиям становится фамильярностью и грубостью, настойчивость в достижении цели превращается в агрессивность и в излишнюю напористость. А эгоцентризм иногда совершенно не способствует принятию объективных решений.

С точки зрения бизнеса главная черта американца – индивидуальность, независимость, самостоятельность и соблюдение прав личности. Критерием успеха человека в бизнесе у них служит количество заработанных денег, а также

достижение всевозможных рекордов в соревнованиях. Сам бизнес функционирует на основе трех факторов: анализа проблемы, обязанностей сотрудников, решающих эти проблемы, проверки исполнения. Специализация и распределение обязанностей служат главными составляющими профессиональной деятельности.

К недостаткам ведения переговоров с американцами следует отнести их эгоцентризм, вытекающий из убеждения, что они являются во всем мире единственными основоположниками технологии делового общения. Поэтому все остальные бизнесмены мира должны руководствоваться теми же правилами, что и они сами. Отсюда напористость, агрессивность, а порой и грубость американской стороны на переговорах, приводящая иногда к конфликтной ситуации.

Особая страсть американских бизнесменов – тяготение к заключению крупных сделок, склонность к крупномасштабной деятельности, большим объемам товарооборота. Объясняется такой подход мироощущением американцев, живущих в огромной стране, обладающей самой большой экономической мощью.

В разговорах с американскими партнерами необходимо стараться избегать политики и религии.

Деловые приемы в США гораздо короче, чем в Англии. По окончании приема может быть устроен ужин, за которым принято пить пиво и коктейли и большим количеством льда. Тосты произносить не принято, вместо них говорят просто cheese или prosite, что означает «за ваше здоровье».

Профессионализм и компетентность – стиль делового общения американцев. Участники переговоров с американской стороны имеют обычно большую степень свободы в принятии окончательных решений, нежели представители других стран

3.6) Понятия «Мусульманская этика» и «Этика в мусульманских обществах»

Возникновение ислама в начале VII в. положило начало длительной и богатой событиями истории арабского халифата. Государственные образования, зарождавшиеся, распадавшиеся и переживавшие реставрацию, включили в свою орбиту многочисленные этносы, в том числе и имевшие богатую культурную традицию. В возникшей на основе ислама цивилизации сложилась и система

моральных установлений. Среди неарабов наиболее значительный вклад в развитие мусульманской цивилизации принадлежит персам; память об этом сохранилась в арабском языке, где одно слово (аджам) обозначает и персов и неарабов в целом. В процессе развития культуры, в том числе и этики, на территории арабского халифата заметную роль сыграли мыслители, не исповедовавшие ислам. Немалое значение имело и античное наследие. Попятив "мусульманская этика"

Вместе с тем разнородность влияний не отрицает общей гомогенности комплекса нравственных установлений и этических воззрений и теорий, сложившихся на территории арабо-мусульманской цивилизации. Эта гомогенность обеспечивается общностью основополагающих принципов, характерных черт и проблем, системообразующих категорий и понятий. В этом смысле можно говорить о "мусульманской этике" как общей для исповедующих ислам этносов. Для культуры ислама не характерно разделение на светское (мирское) и религиозное, как оно сложилось в период Средневековья в ареале христианской цивилизации. Поэтому термин "мусульманская этика" не следует считать синонимом для понятия "религиозная этика", от которой можно было бы отличать "внерелигиозную". Традиционная религиозно-правовая мысль (фикх) в исламе разделяется на учение о "поклонении" (ибадаст) и учение о "взаимоотношениях" (муамалаяст) людей между собой, причем вторая часть значительно превышает первую по объему и включает в себя гражданское, административное, финансовое, уголовное и др. виды права. Так же и мусульманская этика рассматривает не только сферу отношений человека и Бога, - то, что с точки зрения жесткой дихотомии светское/религиозное следовало бы относить к собственно "религиозной этике", - но и все аспекты человеческого поведения и общежития, в том числе и носящие совершенно "светский" характер. Хотя мусульманская этика с точки зрения своего генезиса и источников безусловно связана с религиозной системой ислама, она не сводится к последней. Поэтому отказ от ислама как государственной религии и от шариата как основы правовой системы, практикуемый сегодня в странах, когда-то входивших в состав арабо-мусульманского халифата, не означает, что на смену "мусульманской этике" может прийти какой-то вариант "внемусульманской" или "светской" этики. И дело здесь не столько в содержании отдельных категорий (например, благо), которые сформировались в мусульманской этике под несомненным влиянием религии и содержание которых могло бы меняться с падением влияния ислама. Дело скорее в фундаментальных, системообразующих принципах мусульманской этики (гл. I, § 3), которые не связаны непосредственно с религией и которые более устойчивы, чем

содержание даже центральных этических категорий.

Понятие "этика в мусульманских обществах"

От "мусульманской этики" следует отличать "этику в мусульманских обществах". Объем этого понятия составляют те этические теории, которые имеют неисламское происхождение и при этом не были включены в состав мусульманской этики как ее органичный элемент. Существенны оба эти условия, поскольку арабо-мусульманская культура не страдала ксенофобией и гетерогенные учения не отвергались лишь на основании их "иноземного" происхождения. Как правило, параллельно с собственно мусульманской этикой в арабо-мусульманской культуре были представлены те учения и теории, которые не были выстроены в соответствии с ее основополагающими принципами. Циркулируя на интеллектуальном "рынке", они свободно конкурировали с последней, не будучи подавляемы по идеологическим соображениям. Ограничения подобного толка касались только отрицания единобожия (атеизм или откровенное многобожие), да и то проводились не всегда последовательно. Учения, входящие в "этику в мусульманских обществах", но не включаемые в состав "мусульманской этики", представлены античными теориями, прежде всего аристотелевской и платонической. К этой же категории можно отнести древнеперсидское культурное наследие постольку, поскольку оно, во-первых, влияло на формирование этических представлений и, во-вторых, сохраняло черты принципиального дуализма, плохо совместимого с исламским монизмом. Своеобразный пограничный случай между мусульманской этикой и этикой в мусульманских обществах составляют феномены "муру'а" (мужественность, достоинство) и "футувва" (молодечество, доблесть), представлявшие собой развитие комплекса арабских доисламских представлений и их постепенное приспособление к принципам мусульманской этики, не обязательно до конца успешное. Наконец, значение для формирования нравственности имел и имеет адат (от араб. "ада" - обычай) - местные традиционные представления, преимущественно в сфере обычного права.

Понятия "кораническая этика", "этика Корана и сунны"

Различение "мусульманской этики" и "этики в мусульманских обществах" задает координаты, позволяющие локализовать феномены, подразумеваемые другими терминами, которые имеют хождение в этической и околоэтической литературе. Говоря о "коранической этике", или "этике Корана", подразумевают ту часть мусульманской этики, которая основана непосредственно и исключительно на коранических тезисах. Чаще всего такое ограничение предмета предпринимается в академических исследованиях с определенными научными целями, например,

проследить эволюцию коранических представлений в дальнейшем развитии арабо-мусульманской мысли. Однако в том, что касается понимания мусульманской этики, как она сложилась уже спустя один-два века после возникновения ислама, безусловное значение в качестве авторитетных текстов имеют не один, а два источника: Коран и сунна. Под сунной (араб. "закон") понимается свод правил и положений, представленных в хадисах (араб. "рассказ"), а также сам корпус хадисов. Хадисы - это предания, возводимые к Мухаммеду, его родственникам, ближайшему окружению и сподвижникам. Содержание таких преданий составляют слова самого Мухаммеда или молчаливо, в поведении выраженное им одобрение или порицание, а также рассказы о его поступках, переданные его окружением. В отличие от Корана, изначально заданного для исламской традиции как авторитетный текст, сунна складывалась постепенно на протяжении первых двух-трех веков исламской эры. Собираение, исследование и комментирование хадисов сточки зрения их достоверности и содержания стало предметом "ха-дисоведения" (ильм аль-хадис). В целом хадисы распадаются на "правильные" (сахих), "хорошие" (хасан) и "слабые" (даиф). В самостоятельную группу из состава "слабых" иногда выделяют "подложные" (мавду) хадисы, которые, хотя и могут фигурировать в сборниках, однако не должны возводиться к Мухаммеду и служить основой для выработки норм права и руководством к повседневным действиям мусульман. Эта классификация отражает прежде всего содержание хадиса. Параллельно ей хадисы классифицируются в зависимости от характера цепочки передатчиков (иснад) хадиса и количества версий, в которых известен хадис, причем один и тот же хадис может классифицироваться по разным шкалам одновременно и независимо. В целом условия достоверности хадиса включают непрерывность вплоть до Мухаммеда цепи передатчиков, которые предпочтительно должны быть заслуживающими доверия и жить в эпохи, когда по крайней мере не исключена' возможность их встречи, а следовательно, и передачи хадиса от одного другому; передачу хадиса в многочисленных редакциях, различающихся словесным оформлением, но совпадающих по существу дела; передачу хадиса через несколько цепей передатчиков, желательно независимых; непротиворечие хадиса другим, твердо установленным положениям Корана и сунны, а также здравому смыслу.

Эти требования постепенно сформировались и послужили в среде суннитов основой отбора общепризнанных авторитетных текстов из большого числа циркулировавших в то время сборников хадисов, хотя ни о какой формальной "канонизации" в отсутствие Церкви в исламе говорить невозможно. Этот процесс был постепенным, и большинство таких сборников хадисов было составлено только

в третьем веке хиджры (мусульманской эры). В суннитской традиции, безусловно, наиболее авторитетными являются два сборника под одинаковым названием "ас-Сахих", принадлежащие аль-Бухари (810-870) и Муслиму (817 или 821-875). Они, как правило, упоминаются первыми в составе так называемых "шести книг", включающих также "ас-Сунан" ("Законы", мн. от араб. "сунна") Абу Дауда (817-889) и одноименные сборники ат-Тирмизи (824/826Р-892), ан-Насаи (830-915) и Ибн Маджи (824-887). Шиитская традиция, не отрицая в целом авторитет суннитских сборников, корректирует свое отношение к ним прежде всего под углом зрения основного для шиитов вопроса, составляющего вместе с тем центр их разногласий с суннитами: вопроса о преемничестве Али бен Аби Талиба, который, как считают шииты, должен был непосредственно заменить Мухаммеда после его смерти, и имамате его потомков, несправедливо, по мнению шиитов, лишенных власти.

Признавая хадисы суннитской традиции, не противоречащие этому представлению, шииты вместе с тем имеют собственный аналог суннитских "шести книг". У них это - "четыре книги", принадлежащие трем авторам. Аль-Кулини (ум. 941) создал "аль-Кафи фи аль-хадис" ("Достаточный свод хадисов"), Ибн Бабавейх (ум. 991/992) - "Ман ля йахдуру-ху аль-факих" ("Книга для тех, с кем нет факиха"), а Абу Джафар ат-Туси (ум. 1066/67) - "аль-Истибсар" ("Обозрение") и "Тахзиб аль-ахкам" ("Упорядочение юридических норм"). Уникальным источником шиитской учености является энциклопедический "Бихар аль-анвар" ("Моря света") в более чем 100 томах, составленный Мухаммедом Бакиром аль-Маджлиси (1628-1699) с использованием едва ли не всей доступной к тому времени шиитской литературы по корановедению, хадисоведению, фикху, вероучению. Большое значение в шиитской среде имеет "Нахдж аль-балага" ("Путь красноречия") - сборник высказываний различных жанров (проповеди и наставления, трактаты и послания, предания и постановления), приписываемых традицией самому Али. Его составил в 400 г. хиджры (1010) ар-Рады Абу аль-Хасан Мухаммед аль-Мусави аль-Багдади (970-1015). "Путь красноречия" фактически вытеснил конкурирующие сборники преданий от Али и породил немало комментариев, наиболее известный из которых составил Изз ад-Дин Ибн Аби аль-Хадид ал-Мутазили (ум. 1257 или 1258). Таким образом, если Коран представляет собой фиксированный (за исключением очень незначительных нюансов) текст, то сунна, во-первых, не фиксирована жестко с точки зрения своего содержания, а во-вторых, различается в понимании суннитов и шиитов, а также, хотя и менее существенно, в понимании различных школ (мазхабов) религиозно-правовой мысли внутри суннизма и шиизма. Это объясняет заметные флуктуации мусульманской этики даже в тех границах, в которых она возводится к двум авторитетным источникам.

В традиционной исламской мысли сложился принцип: "Коран истолковывает сунну, а сунна истолковывает Коран". Он действует во всех случаях, когда авторитетные тексты исламской традиции (Коран и сунна) служат основой для выработки норм, будь то этических или юридических. Этот принцип означает, что ни Коран, ни сунна в отрыве друг от друга не могут служить основой мусульманской этики. Толкование любого отрывка коранического текста требует, во-первых, владения довольно сложными правилами коранической экзегезы (тафсир, тавиль), а во-вторых, хорошего знания сунны. То же относится к попыткам извлечь нормативное содержание из хадисов: для этого необходимо по меньшей мере знание статуса обсуждаемого хадиса и мнений хадисоведов по поводу его содержания, а также соотнесение этого содержания с кораническими тезисами. Среди наиболее существенных отличий ислама от христианства справедливо называют отсутствие Церкви: принадлежность к организационно и культово (таинства) оформленной общине не является условием спасения для мусульманина. Исходя из этого, часто говорят об отсутствии посредника между человеком и Богом в исламе. Это верно постольку, поскольку в исламе нет духовенства как группы людей, обладающих, в отличие от остальных верующих, особой благодатью: любой мусульманин в принципе может стать служителем религии. Однако сближение между исламом и протестантизмом, которое на этом основании проводят некоторые авторы, не до конца оправдано, в особенности в том, что касается толкования священных текстов. Мусульманская культура выработала своего рода "требования компетентности", которым должен удовлетворять всякий желающий трактовать эти тексты и которые призваны поставить надежный барьер на пути невежественных или недобросовестных попыток извлечь нормативное содержание из Корана и сунны. Обычных верующих, не преодолевающих такой "порог компетентности", призывают принимать на веру толкования авторитетных ученых (улемов, мулл) и руководствоваться принципом "не задавать вопрос "как?" в тех случаях, когда попытки ответить на него приводят к конфликту с основополагающими принципами вероучения. Обо всем этом особенно важно помнить в нашей стране, где авторитетные тексты ислама, включая сунну, наконец-то становятся доступными всем, но где представления о традиционных принципах обращения с этими текстами не столь хорошо известны, подчас даже представителям этнических групп, традиционно исповедовавших ислам. Коран и сунна, таким образом, составляют единый корпус авторитетных текстов, служащих основой для выработки нормативной мусульманской этики. В этом смысле мусульманская этика может быть названа "этикой Корана и сунны". Вместе с тем необходимо помнить, что "этика Корана и сунны" составляет только ядро

мусульманской этики, ее центральную и в целом инвариантную часть. Над этим фундаментом надстраиваются и этические теории, и рассуждения наставительно-нравственного толка, принимающие основополагающие принципы мусульманской этики и потому входящие в ее состав. Примером первых служит известная полемика када-ритов (сторонников автономии человеческого действия) и джабаритов (приверженцев учения о его неавтономном характере). Вторые представлены прежде всего адабом - рассуждениями о "приличиях", очень распространенными и популярными в традиционной арабо-мусульманской культуре; достаточно сказать, что одноименный термин "тадиб" (его можно передать как "привитие приличий") служит обозначением для процесса воспитания в духе мусульманской этики.

Понятие "традиционная этика."

Термин "традиционная этика" употребляют как близкий по значению к "мусульманской этике", понимая под ним нравственно-этические установления, выработанные арабо-мусульманской традицией. Под традиционной этикой могут подразумевать также нравственные нормы, характерные для какого-то региона в силу его культурных или иных особенностей и не обязательно соотносящиеся с нравственно-этическими установлениями других регионов распространения ислама.

Понятие "философская этика"

Термин "философская этика" в применении к традиционной арабо-мусульманской мысли имеет два существенно различающихся значения. С одной стороны, он обозначает учения, которые мы относим к "этике в мусульманских обществах", но не к "мусульманской этике". Это прежде всего античные этические теории и прошедшее философское переосмысление идеи зороастризма. С другой стороны, им могут обозначать философские построения, выполненные в согласии с принципами мусульманской этики и направленные на развитие ее положений или решение ее проблематичных вопросов; такими можно считать, например, споры мутазилитов о природе добродетельных поступков. Хотя эти и другие философские построения такого рода не обязательно были приняты всеми или даже большинством мусульман, тем не менее они по своему характеру входят в состав мусульманской этики.

Заключение

Этика - большая и важная часть общечеловеческой культуры, нравственности, морали, выработанной на протяжении многих веков жизни всеми народами в соответствии с их представлениями о добре, справедливости, человечности - в области моральной культуры и о красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности - в области культуры материальной.

В настоящее время уделяется большое внимание изучению этики деловых отношений, бизнеса и управления с целью повышения уровня культуры этих отношений. Она занимается анализом взаимоотношений деловых партнёров с позиции толкования нравственных оценок причин успехов или неудач в какой-либо деятельности, в частности, в коммерческой и управленческой.

Есть комплекс причин, вызвавших появление интереса к деловой этике и этике менеджмента в частности. Главная среди них - суммарный вред неэтичного, нечестного делового поведения, ощущаемый не только потребителями, но и производителями, деловыми партнёрами, сотрудниками, обществом в целом, превышение этого общественного вреда над индивидуальной или групповой выгодой.

Этика отвечает на следующие вопросы:

- 1) Что есть добро и зло;
- 2) Что неправильно и что правильно в поведении людей в сфере бизнеса;
- 3) Каковы их мотивы и условия их этического поведения;
- 4) Что нужно делать для формирования нравственных принципов.

Этика с момента своего возникновения находится во взаимодействии с общением. Моральные чувства, представления о должном поведении возникают у человека благодаря совместной жизни с другими людьми.

Деловой этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения предпринимателя. Знание делового этикета — основа предпринимательского успеха.

Деловой этикет занимает особое место в искусстве поведения. Если, нарушая те или иные нормы поведения, в быту и в обществе вы рискуете главным образом своей репутацией воспитанного человека, то в бизнесе такие ошибки могут стоить больших денег и карьеры. Великий мастер и учитель в сфере деловых отношений

Дейл Карнеги утверждал, что успех человека в финансовых делах на пятнадцать процентов зависит от его профессиональных знаний и на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В самом деле, любой бизнес - это скоординированные действия множества людей, и эффективность этих действий прямо зависит от их способности налаживать отношения друг с другом.

Таким образом, умение вести себя должным образом, т.е. соблюдение этикета, стало ныне одним из важнейших условий и способов вырваться вперед и сохранить лидерство в бизнесе. Иными словами, твердо усвойте, что соблюдение делового этикета - один из элементов вашей профессиональной стратегии.

Мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений. А их великое множество: как и когда, сказать нужное слово или промолчать, сделать соответствующий событию подарок, как составить полезный для дела круг общения, умение организовать деловую трапезу и вести себя на ней и т.д., и т.п. - и все с тем прицелом, чтобы эти контакты и поступки благоприятно отражались на делах фирмы и ваших собственных.

Вывод: Деловая этика и этикет, культура деловых отношений имеют большое значение для успеха всех начинаний в деловой сфере: будь то управление, бизнес, политика, образование или искусство.

Список используемой литературы:

1. Аристотель. Соч. в 4-х т. Т.4 — М., Мысль, 1983.
2. Матвеева А. И., Сарапульцева А. В. - Деловая этика, 2018
3. Дэйв Коллинз - Этика и этикет в бизнесе - 2009
4. М.Г. Подопригора - Деловая этика, 2012
5. Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА - Психология и этика делового общения: Учебник для вузов П86 2005. - 415 с
6. В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др. - Психология и этика делового общения: Учебник для ву-П86 зов/ 1997г.
7. Гусейнов А.А. История этических учений , 2003 г.
8. Панчешная Ирина, Проверила: д.п.н., профессор Тамер О.С. - Этикет делового общения с английскими и американскими партнерами , 2010 г.
9. Мишаткина Т.В., Бороздина Г.В. Этика делового общения , 2013 г.
10. <https://www.landrover.ru/career.html>