

УДК 811.162.3'37'276.6:33

Бондарчук К. С.¹, Селіверстова А. В.²

¹ доц. ЗНТУ

² студ. гр. ФЕУ-618 ЗНТУ

БІЗНЕС-ЕТИКЕТ У ЧЕХІЇ ТА УКРАЇНІ: СПІЛЬНЕ ТА ВІДМІННЕ

Сучасний діловий етикет – це глибоке знання меж пристойності, уміння тримати себе в колективі так, щоб заслужити загальну повагу і не образити при цьому своєю поведінкою іншого. Знання правил ділового етикету різних країн допомагає уникати промахів або згладити їх доступними, загальноприйнятими способами. Тому основну функцію або сенс етикету ділової людини можна визначити як формування таких правил поведінки в суспільстві, які сприяють взаєморозумінню людей у процесі спілкування. Формування культури ділового спілкування досліджували українські вчені, зокрема А. Суржик, яка вивчала формування культури ділового спілкування засобами інформаційно-комунікативних технологій; Л. Столяренко досліджував психологічні основи ділового спілкування; Н. Лесовець обґрунтувала необхідність формування професійної культури спілкування та дотримання ділового етикету фахівців-документознавців. Мета нашого дослідження – порівняти особливості бізнес-етикету в Чехії та Україні, визначити спільне й відмінне в дотриманні ustalених у цих країнах правил поведіння.

У Чехії існує традиція проводити перші бізнес-зустрічі в підкреслено офіційній обстановці; українці ж, навпаки, звикли вести бізнес зі знайомими

людьми, тому ділові зустрічі часто можуть переходити в менш офіційні, а розмови матимуть більш невимушений характер. Будь-які зустрічі потрібно погоджувати заздалегідь, адже пунктуальність – одна зі спільних складових чеської та української ділової культури. При зустрічі використовують короткі рукоштовнання, візуальний контакт і візитівки, якість паперу або друку яких навряд чи зацікавить чеха та українця, але посаді буде приділено особливу увагу. Чехи при зустрічі використовують прямий контакт очей, звертаються один до одного на прізвище, використовуючи титули (наприклад, *доктор Свобода*, *інженер Конош*); українці ж використовують пошанівні форми звертання *пан* чи *пані*, додаючи до них назви посад, наукових звань тощо. Чехи високо цінують ієрархію в компаніях, статус чи посаду партнера, який очолює делегацію; в Україні ж посаді приділяють меншу увагу. Великого значення чехи надають мові жестів, контакту поглядів, хорошій поставі партнера. Щоб уникнути прямого висловлювання негативної думки, вони можуть відводити погляд або робити словесні паузи. Чехам взагалі не властиві різкі висловлювання, їх кредо – систематичне нав'язування та відстоювання своїх інтересів, повільність і послідовність, чіткість і конкретність. Українці більш відкриті, порівняно з чехами, люди, допитливі, кмітливі та винахідливі, однак у вирішенні ділових проблем вони часто інертні й нерішучі, адже неясні привабливі перспективи поступаються перед досяжними і зрозумілими реаліями. У чехів, як і в українців, гарне почуття гумору, вони люблять жартувати й іронізувати, спілкуватися на цікаві обом сторонам теми культури, сімейних цінностей, спорту, історії, мистецтва тощо.

Отже, проаналізувавши особливості бізнес-етикету під час ведення ділових перемовин, можна стверджувати, що існує багато спільного та відмінного в Чехії та Україні у формах етикетних норм поведінки щодо знайомства, привітання, звертання, сформованих національною ментальністю. Зокрема, це і ставлення до статусу учасників перемовин, їх посади, вербальних і невербальних засобів спілкування. Знання етикетних норм спілкування сприятиме успішній співпраці в різних сферах життєдіяльності обох держав.