

ошибкой [4, с. 32]. Наиболее значимые достижения человечества появились в обществах, в которых критериям успеха были развитие религии, культуры, науки. А вот самым высоким достижением современной цивилизации, в которой царит ложь экономизма, по мнению ученого, стало «тотальное уничтожение».

Из всего вышеизложенного вытекает вопрос: что необходимо и возможно сделать для преодоления крайне негативных тенденций, прослеживающихся в современном образовании, в т.ч. экономической? Ведь развитие и качество управления любой СЭС, в т.ч. транспорта, определяется уровнем нравственности, культуры и профессионализма человека (управленца, специалиста, рабочего). Более того, это вопрос национальной безопасности Украины.

Полное решение проблемы возможно лишь при охвате всех уровней управления: государство – отрасль образования – отрасль транспорта – предприятие – работник. Стратегическим положением должно стать то, что качественное национальное образование – это образование, содержащее духовно-нравственную, социокультурную, инновационно-интеллектуальную, профессиональную, прикладную компоненты, направленное на целостное развитие личности человека в триединстве духа, души и тела. Модель такого образования для подготовки управленцев и специалистов железнодорожного транспорта возможно создать и в рамках корпоративного университета Укрзалізничниці на базе ведущих вузов отрасли.

Что касается важных и возможных изменений в подготовке специалистов по направлению «экономика», необходимо внедрять в учебные планы дисциплины все пять компонент качественного национального образования и в корне изменить существующий методологический подход к изучению экономики, которая как отрасль, в соответствии с Международными стандартами, принятыми в Украине с 2016 года, относится к группе социальных и поведенческих наук.

Необходимо предложить альтернативный духовно-нравственный подход исследования СЭС. В соответствии с ним базисом общества является его духовное состояние, развитие духовной культуры и образования, а надстройкой – все общественные отношения – экономические, политические, правовые, а также государство и иные общественные институты. Ярким доказательством действенности такого подхода, как мы отмечали, является то, что западные социотехнологи для решения проблем

капитализма изменяют не экономическую систему, а сознание людей (в т.ч. через демодернизацию образования), и уже потом меняется сама СЭС. Необходимо понять, что именно духовное состояние общества, его сознание определяет тип и характер экономики, ее кризисы и траекторию развития. Соответственно уровень духовности, культуры, образованности человека будет определять то, как он сумеет получить и реализовать свои профессиональные знания и навыки, обеспечив качественное функционирование любой системы, в т.ч. транспортной.

### Список использованных источников

1. Скуратовская, М. Л. Наркотик, включенный в розетку. Влияние телевидения на детей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://org.sirius-net.org/>
2. Фромм, Э. Иметь или быть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thelib.ru>
3. Гэлбрейт, Дж. К. Экономика невинного обмана: правда нашего времени [Текст] /Джон Ккеннет Гэлбрейт. – М.: Издательство «Европа», 2009.- 88 с.

УДК 395

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ

*Сухорукова Т.Г., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)*

Відмітною особливістю сучасної підприємницької справи є його висока інформаційність. Комп'ютеризація виробничих і обслуговуючих процесів звела інформацію в ранг найбільш важливих ресурсів. Проте, як і раніше, значну частину інформації підприємці отримують за допомогою між особових стосунків і контактів. Важливу роль в побудові між особових стосунків грає діловий етикет.

Етикет – французьке слово, яке означає манеру, спосіб поводитися в суспільстві. Ділова етика ґрунтується на узагальненому понятті етики, як сукупності принципів і норм поведінки, прийнятих в цій епосі і в цьому соціальному середовищі.

Діловий етикет дає можливість попередити небажані помилки ділового спілкування. Дотримання правил ділового етикету підтверджує високий професіоналізм партнера і його серйозний підхід до загальної

справи. Саме на перших зустрічах ділові партнери мають можливість справити необхідне враження один на одного. Діловий етикет зі своїми принципами і правилами відкриває реальні перспективи ділового, взаємовигідного спілкування потенційних партнерів.

Діловий етикет потрібний для успішного здійснення будь-якого бізнесу, незалежно від його масштабів і галузевої приналежності. У древні віки порушення етикету призводило до ворожнечі між державами, війнам і т. п. Найбільш яскравими прикладами є історія Китаю, Стародавнього Єгипту, країн Далекого і Близького Сходу. Необхідно нагадати, що в середні віки від знання етикету і його виконання часто залежала не лише кар'єра, але і життя людини. У епоху феодалізму європейський етикет придбав велику кількість церемоній і ритуалів, таких як посвячення в лицарі, оголошення війни, участь в турнірах, служіння сеньйорові і обраній дамі серця. Усе це нам знайомо з творів А. Дюма, В. Гюго, Ж. Санд, В. Скотта, У. Шекспіра.

У сучасних умовах, необхідність формування вітчизняної ділової етики обумовлена прагненням вітчизняного виробництва інтегруватися в загальноєвропейський бізнес-простір. Без знання і практичного застосування норм і правил ділового етикету добитися поставленої меті практично не можливо.

Багато успішних компаній, формуючи свій унікальний фірмовий стиль, вимагають від співробітників бездоганних ділових манер. Цим вони створюють собі конкурентні переваги, які вигідно відрізняють їх в очах клієнтів і партнерів.

У сучасному вітчизняному бізнес-співтоваристві відсутній єдиний діловий етикет і ділова культура. У розвитку ділового етикету у вітчизняному бізнесі значно більше проблем, чим власних позитивних результатів, що довели свою практичну цінність. Вітчизняний діловий етикет, який базується на світових стандартах, тільки формується в Україні.

Нині дотримання ділового етикету:

- є обов'язковим для будь-якої компанії, що поважає себе, особливо якщо вона має справу солідними партнерами і клієнтами, що очікують відповідного відношення;

- дає ресурс сприятливого іміджу при переговорах навіть для компанії, яка тільки входить на стадію великих угод і серйозних переговорів;

- забезпечує лояльне відношення впливових людей і компаній.

Діловий етикет стверджує, що будь-якою

поведінкою керують правила. Із-за порушення співробітником правил ділового етикету може виникнути замішання. Існують не писані правила, порушення яких негайно помічається.

Втілення правил бізнесу-етикету в життя створює лінію чіткого функціонування підприємства, народжує взаємну повагу і хороші міжлюдські стосунки і обмежує неприємні ситуації, які можуть виникнути під час виконання щоденних обов'язків.

Діловий етикет базується на наступних принципах:

1) здоровий глузд: норми ділового етикету не повинні суперечити здоровому глузду, а здоровий глузд підказує, що діловий етикет в цілому спрямований на підтримку порядку, організованості, заощадження часу і інші розумні цілі. Норми етикету, що порушують ділові взаємовідносини, стали правилами спілкування, не можуть підтримуватися здоровим глуздом;

2) свобода: мається на увазі те, що правила і норми ділового етикету, хоча і існують і дуже ретельно виконуються, проте, не повинні перешкоджати вільному волевиявленню кожного ділового партнера, свободі вибору партнерів по бізнесу, свободі підбору методів і способів виконання домовленостей між сторонами. Свобода припускає також терпиме відношення до прояву національних особливостей, культурних національних традицій, лояльність до точки зору, що вільно проявляється, до різних ділових позицій. Проте такий принцип ділового етикету, як свобода, обмежений: здоровим глуздом; кліматичними умовами; традиціями; національними особливостями; політичним режимом та ін.

3) етичність: увесь комплекс норм, стандартів, вимог, рекомендацій, що становлять діловий етикет, самою своєю суттю і змістом просто зобов'язаний бути етичним, моральним, тобто діловий етикет цілком і повністю орієнтований на добро;

4) зручність: норми ділового етикету - не пута, не окупи, не кайдани на руках і ногах партнерів по бізнесу, вони не повинні сковувати ділових людей, заважаючи тим самим діловим стосункам і гальмуючи розвиток економіки;

5) доцільність: суть цього принципу в тому, що кожен припис ділового етикету повинен служити певній меті. Види ділових стосунків мають різноманітні цілі, і кожен аспект ділового етикету повинен їм відповідати;

6) економічність: етика ділових стосунків не повинна обходитися занадто дорого; висока "вартість" моральності в справах сама по собі не етична, оскільки є вирахуванням або з прибутку

організації, або з доходів окремих співробітників;

7) консерватизм: цей принцип є само собою зрозумілим, оскільки корені ділового етикету - в етикеті державному, такому, що має багатотисячлітню історію, в етикеті військовому, у світському етикеті. Консерватизм в зовнішньому вигляді ділової людини, в його манерах, схильностях, прихильності до тих або інших традицій мимоволі викликає асоціації чогось непорушного, міцного, надійного; а надійний партнер в справах - межа бажань для кожної ділової людини. Надійність, фундаментальність, стабільність - дуже привабливі у діловому світі риси і вони мають змістовний зв'язок з консерватизмом;

8) невимушеність: норми ділового етикету мають бути такими, щоб дотримання їх не перетворювалося на щось надв'язане, що відторгається психологічно; вони природні, здійснені з легкістю і без напруги;

9) універсальність: це означає, що слід старатися, щоб кожна рекомендація або норма ділового етикету була спрямована на багато сторін ділових взаємовідносин;

10) ефективність: суть цього принципу в тому, що стандарти ділових стосунків повинні сприяти скороченню термінів виконання договорів, укладенню більшого числа договорів, зменшенню кількості конфліктів в колективі і т. д.

Ми розглянули основні принципи ділового етикету. А зараз приведемо його основні правила. Перше правило - пунктуальність. У ділових стосунках запізнення завжди має негативну оцінку. Навіть найщиріші вибачення і завірення про неможливість прийти своєчасно не можуть повністю виправити положення, що створилося, партнер завжди відчуватиме до себе неповагу з боку людини, що запізнилася.

Друге правило - не говорите зайвого іншим. У розмові з діловим партнером не рекомендується відкривати усі сторони власного бізнесу. Партнери сьогодні можуть завтра стати конкурентами - це завжди необхідно пам'ятати.

Рівень культури мови людини стає візитною карткою в професійному, діловому спілкуванні, визначає успішність ділової взаємодії, а, отже, стає однією із складових успішної кар'єри. Від мистецтва ділового спілкування залежить успішна діяльність фірми (організації): від того, чи дотримується мовний етикет в усній і письмовій мові, чи правильно ведуться переговори, ділові бесіди і інше.

Третє правило - не будьте егоїстом. В ході ведення переговорів і надалі спільному бізнесі важливо "чути" опонента, і не завжди

керуватися тільки власними інтересами. Свою точку зору важливо доводити аргументами, а не емоціями.

Четверте правило - одягайтеся так, як заведено в суспільстві. Одяг є демонстрацією смаку і статусу в суспільстві. Не варто легковажно відноситися до цього правила. Зовнішній вигляд є першим аспектом, на який звертає увагу людина і це відразу налаштовує його на відповідний лад. Нагадаємо, що Рокфеллер розпочав свій бізнес з того, що купив собі не останні гроші дорогий костюм і став членом гольф-клубу.

Здійснюючи підбір костюма в широкому значенні слова, ділова людина повинна керуватися наступними загальними правилами: єдність стилю; відповідність стилю конкретній ситуації; розумна мінімізація колірної гамми; порівнянність кольорів в колірній гаммі; порівнянність характеру рисунку в різних компонентах одягу. В цілому, по тому як одягнені і поведуться працівники фірми, можна судити про їх інтелектуальні і професійні якості.

П'яте правило - стежите за чистотою мови. Все, що ви говорите і пишете, повинно бути викладено красивою мовою, правильно. Уміння спілкуватися грамотно, вести дискусію і переконувати опонента є дуже важливим для ведення переговорів. Стежите за своєю вимовою, дикцією і інтонацією. Окрім цього в ході бесіди або переговорів необхідно уникати професійного сленгу і жаргонізмів.

З позиції розвитку вітчизняного ділового етикету важливо врахувати передовий досвід розвинених країн. Так в основі західноєвропейської етики ділових стосунків лежать досягнення успіху в справах, професіоналізм, порядність.

У західному бізнесі максимально цінують відданих, у тому числі в плані моральної зрілості, партнерів і, навпаки, з не цілком етично діючими новачками рвуть ділові стосунки негайно і назавжди. Золотим правилом в діловому сенсі на заході вважається принцип: піклуйся про колег і співробітників, а ринок потурбуватися про тебе. Відмітимо, що, наприклад, японці щорічно витрачають 700 млн. доларів на навчання і консультації по етикету службовців.

Таким чином, в сучасному бізнесі не можна ігнорувати правила етикету. Етикет є однією із складових ділового образу, і досвідчені ділові партнери завжди звертають увагу на етику ділової співпраці. Щоб заслужити звання професіонала, недостатньо справлятися зі своїми обов'язками. Необхідно також демонструвати

шанобливе ставлення до інших працівників, керівництва і партнерів компанії.

У цивілізованому світі діловий етикет вважається економічною категорією. Якщо його дотримуються усі співробітники компанії на усіх рівнях, то в колективі створюється доброзичлива, комфортна атмосфера, покращується психологічний клімат, відбувається менше конфліктів, росте продуктивність праці, раціональніше використовується робочий час, росте культура виробництва і т. п. Практика показує, що про культуру починають піклуватися, в першу чергу, люди багаті і упевнені в собі. Організації, що не мають міцного положення у діловому світі, зайняті тільки конкурентною боротьбою, культура для них - недозволена "розкіш".

УДК 330.59.

### **«УРОВЕНЬ ЖИЗНИ» И «КАЧЕСТВО ЖИЗНИ» КАК НАУЧНЫЕ КАТЕГОРИИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СООТНОШЕНИЕ**

*Фролов А.И., к.э.н., доцент (УкрГУЖТ),  
Комаренко О.А., аспирантка  
(ХНУ им. Каразина)*

Показатели уровня и качества жизни населения являются важнейшими интегральными характеристиками социально-экономической системы.

Решение задач повышения уровня и качества жизни предполагает, прежде всего, четкое теоретическое понимание данных категорий.

Понятия «уровень жизни» и «качество жизни» в современной научной литературе трактуются по-разному в зависимости от исходной позиции авторов.

Поэтому сегодня не существует не только единого взгляда на оценку понятий «уровень жизни» и «качество жизни» но даже общепризнанных подходов к определению их содержания.

Категории «уровень жизни» и «качество жизни» близки по смысловому содержанию, однако не являются тождественными понятиями. Научный подход требует четкую дефиницию понятий «уровень жизни», «качества жизни», выявление, с одной стороны, соподчиненности, сопряженности, с другой,

отличительных особенностей, специфики каждой из этих категорий.

Рассматривая различные подходы к анализу категории «уровень жизни» необходимо отметить, что большинство ученых определяют уровень жизни через степень (уровень) удовлетворения материальных и духовных потребностей людей в той или иной стране и регионе, достигнутый уровень потребления жизненных благ.

В целом, соглашаясь с таким определением уровня жизни, на наш взгляд, всё же необходимо понимать, что объяснять уровень жизни только через уровень удовлетворения потребностей недостаточно. Ведь тогда, во-первых, уровень жизни будет зависеть, прежде всего, от развитости потребностей, запросов и желаний людей, нежели от возможностей, условий их удовлетворения. А уровень жизни должен показывать уровень материальной обеспеченности людей, позволяющей им удовлетворять свои разнообразные потребности.

И, во-вторых, чем более развиты и многообразны потребности, тем сложнее их удовлетворять, а, значит, тем ниже степень удовлетворения потребностей. А степень развитости потребностей будет отличаться не только у населения различных стран в целом, но и у каждой социальной группы населения внутри одной какой-либо страны.

Поэтому, с нашей точки зрения, уровень жизни – это уровень развития и удовлетворения материальных и духовных потребностей индивидов, социальных страт и общества в целом.

Уровень жизни – это экономическая категория. В то время как в вопросе качества жизни сталкиваются такие науки, как социология, психология, экономическая теория, политика, философия, медицина и др. Наша цель - выявить экономические основания качества жизни.

В области изучения проблем качества жизни можно выделить два доминирующих направления, ориентированных на изучение качества жизни индивида и общества.

Первое направление – это объективизация качества жизни, при которой оно рассматривается как объективная характеристика, определяющая материальные условия и средства развития общества.

Второе направление делает акцент в сторону учета только субъективных составляющих качества жизни, представляющих собой оценочное отношение человека к