Тема 1. Психології і етика в торгівлі

1.Етичний кодекс підприємця-комерсанта.

Перед розглядом питання сутності та змісту етики та психології ділових відносин дамо означення ключових понять цієї сфери та визначимо певні закономірності у їх співвідношені.

Про етику вперше заговорив Аристотель, помітивши, що вона «допомагає пізнати, що потрібно робити і від чого потрібно утриматися».

Базовими категоріями аналізу етичних та психологічних засад бізнесу та менеджменту є "етика", "мораль", "моральність", психологія, "етикет", "ділові відносини", "організація", тому зупинимось на їх означенні.

Етика (з грецьк. ethos – норов, звичай, характер) – система знань (наука) про мораль та моральність, їх сутність та історію розвитку, їх роль та місце в житті людини.

Етика – система знань про добро та зло, їх актуалізацію в житті та поведінці людини.

Мораль (з лат. moris – норов, звичай, характер)– теоретична сукупність поглядів на мораль та моральність, моральнісні відношення, якості, діяльність людини; це моральні принципи, норми і правила поведінки. Мораль визначає цінності людини, регулює її поведінку з точки зору принципового протиставлення добра та зла.

Моральність– поведінка, вчинки, якості, відношення, діяльність людини як результат безпосередньої реалізації моральних ідей, цінностей, принципів, норм і правил поведінки.

Психологія – система знань про психологічні закономірності, прояви та механізми психіки.

Ділові відносини – відносини між суб'єктами ділової сфери суспільного буття.

Етика ділових відносин – система знань про моральні засади ділових відносин.

Психологія ділових відносин – система знань про психологічні засади ділових відносин.

В науковій літературі частіше зустрічаємо термін "етика ділових відносин", рідше "психологія ділових відносин". Але, якщо ми уважно подивимось, то зможемо побачити, що в посібниках з етики ділових відносин значною, є саме психологічна складова. Це пов'язано з тим, що по-перше, психологія ділових відносин як самостійна дисципліна менше досліджена, по-друге, у багатьох випадках непросто вичленити з етичної сфери ділових відносин суто психологічну. Адже психологічні знання, дії по відношенню до інших на основі врахування психології людини, соціальної групи, вже само по собі є етичним явищем.

Наприклад: бути розумним, уміти мислити. Це явище психології, певний механізм. Але з іншого боку це цінність. Якщо ділова людина, керівник не вміє критично мислити, аналізувати, навряд чи вона зможе діяти, взаємодіяти в руслі етичних, ціннісних норм.

Етичний кодекс (зведення правил, норм) підприємця-комерсанта включає норми професійної поведінки або професійної етики.

Цивілізований підприємець-комерсант;

- переконаний в корисності своєї праці не тільки для себе, але й для інших, для суспільства, для держави;
- виходить з того, що люди, які оточують його, хочуть і вміють працювати, прагнуть реалізувати себе разом з ним;
- вірить в торговий бізнес, розцінює його як привабливу творчість, ставиться до торгового бізнесу як до мистецтва;
- визнає необхідність конкуренції, але розуміє і необхідність співпраці;
- поважає себе як особистість, а будь-яку особистість як себе;

- поважає будь-яку власність, державну владу, суспільні рухи, соціальний порядок, закони;
- довіряє не лише собі а й іншим, поважає професіоналізм і компетентність;
- цінить освіту, науку і техніку, інформатику, культуру, поважає екологію;
- прагне до нововведень;
- є гуманістом.

Формуючи себе як комерсанта, необхідно бути ввічливим, тактовним, делікатним, доброзичливим і повністю управляти своїми емоціями; потрібно сформувати імідж комерсанта, що гарантує успіх,