

## ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ЕТИКЕТУ В СИСТЕМІ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

*Л. І. Юрчишина, старший викладач, НТУ «Дніпровська політехніка»,  
urcisinaludmila@gmail.com, orcid.org/0000-0003-4633-1115,  
Т. М. Калюжна, к. п. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,  
orcid.org/0000-0003-0042-3575*

**Методологія дослідження.** Результати отримані за рахунок застосування методів: порівнянь – при визначенні відмінностей в існуючих підходах до розуміння сутності міжнародного етикету; аналізу та синтезу – для виявлення зв'язків між реалізацією міжнародного етикету в системі ділових комунікацій у різних країнах; загального й особливого – для з'ясування специфічності та спільності реалізації етикетних ситуацій в міжкультурних та міжнаціональних комунікаціях; індукції – для узагальнення отриманих результатів.

**Результати.** Проаналізовано правову природу міжнародного етикету та виокремлено особливості існуючих підходів до розуміння сутності міжнародного етикету, визначено їх відповідність поточному рівню розвитку міжнародного правового регулювання. Продемонстровано, що міжнародне спілкування та норми його дотримання мають значення не тільки для професійних дипломатів, але й для ділового спілкування між підприємствами та установами, підприємницькими структурами, громадськими, культурними організаціями. Показано значення міжнародного етикету для розвитку міжкультурних та міжнаціональних комунікацій.

**Новизна.** Створено структурно-змістовну характеристику поняття «міжнародний етикет», який за своєю формою висловлювання та закріплення є особливим різновидом міжнародного звичаю. За своїм змістовним складом міжнародний етикет найбільш близький до морально-етичних норм, оскільки етикет, по суті, є зовнішнім проявом того, що ми відносимо до хороших манер. Він заснований на правилах моралі та етики, взаємній стійкості.

**Практична значущість.** Запропоновано перспективні напрями, реалізація яких забезпечує розвиток міжнародного етикету як регулятора міжнародних відносин в системі ділових комунікацій дипломатів, підприємницьких структур, громадських і культурних організацій.

**Ключові слова:** міжнародний етикет, діловий етикет, нормативне регулювання, міжнаціональне спілкування, міжкультурні комунікації.

**Постановка проблеми.** Сучасні міжнародні відносини мають складний за своєю будовою каркас нормативного регулювання. При цьому часто такі відносини регулюються не нормами міжнародних договорів, конвенцій міжнародних організацій, а в значному ступені менш формалізованими, але часом навіть більш стабільними нормами міжнародного звичаю, дипломатичного протоколу, етикету та церемоніалу. Завдяки саме цим нормам, які не мають, як правило, якої-небудь обов'язкової юридичної сили, але

добровільно виконуються державами, успішно здійснюються різні форми міжнародного співробітництва, виникає можливість створення та реалізації норм міжнародних договорів та конвенцій. У зв'язку з цим особливого значення набуває наукове осмислення даних регуляторів міжнародних відносин, у тому числі і міжнародного етикету. Одним із ключових питань, пов'язаних з організацією міжнародного спілкування, є вироблення загальних підходів до поведінки осіб, які беруть участь у міжнародних відносинах (дипломатичних зустрічах, раутах, переговорах).

Особливого значення набуває розуміння природи дипломатичного етикету, його співвідношення з правовими та іншими соціально-регулятивними нормами. Вирішення питання про природу міжнародного етикету дозволяє вирішити завдання оптимізації нормативного регулювання міжнародних відносин, можливості взаємності норм етикету у середу договірних чи конвенційних норм.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження, які стосуються етикету, представлені в низці праць українських та іноземних авторів, таких як: С. Сидоренко [8], яка розглядає етикет бізнесу, як відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації; Л. Овсянкін [6], пов'язує міжнародний етикет з таким поняттям, як міжнародна ввічливість; І. Осечинська [8], підкреслює, що етикет визначає місце людини у громадській ієрархії, тобто його соціальний статус, і накладає відповідні обов'язки по відношенню до інших членів товариства; Т. Чмут, Г. Чайка [10], визначають діловий етикет як комунікативні установки особистості на спілкування. Американський вчений Р. Вольф [7], вважає, що спілкування – невід'ємний елемент культури, що відповідає фундаментальними потребами людини.

**Формулювання мети статті.** Метою дослідження є розгляд специфіки міжнародного етикету у системі ділових комунікацій, його співвідношення з правовими та іншими соціально-регулятивними нормами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Кожна людина індивідуальна, ніж, власне, і цікава. Разом з тим самим людина неспроможна існувати поза суспільством. Тільки в колективі собі подібних вона утверджує себе як особистість. Правила людського гуртожитку припускають культивування універсальних форм поведінки, полегшують спілкування людей, демонструючи максимальну миролюбність, повагу один до одного.

Дотримання цих норм набуває особливого сенсу в міжнародному спілкуванні, оскільки будь-яка держава ще й сама по собі індивідуальна в своєму історичному розвитку, соціально-економічному укладі, національно-культурних традиціях.

Сьогодні міжнародне спілкування перестало бути прерогативою лише професійних дипломатів. Багаторазово збільшилися контакти з закордонними партнерами по лінії «народної дипломатії» (між підприємствами та установами, підприємницькими структурами, громадськими, культурними організаціями та спілками, місцевими органами влади тощо), що призвело до актуалізації проблеми культури міжнародного спілкування.

До того ж необхідність використання у роботі із зарубіжними партнерами загальноприйнятих міжнародних норм та правил поведінки об'єктивно сприяє їх укоріненню і у практику взаємовідносин між нашими співвітчизниками. У суспільстві не повинно бути подвійних стандартів поведінки: для внутрішнього користування та «для закордону».

Умовно, в даний час, можна говорити про існування в науці міжнародного права декілька основних підходів до розуміння міжнародного етикету.

Представники першого підходу пов'язують міжнародний етикет з таким поняттям, як міжнародна ввічливість. В даному випадку, говорячи про співвідношення міжнародного етикету та міжнародної ввічливості, можна констатувати факт підміни понять, оскільки ввічливість у рамках такого співвідношення розглядається швидше не формально-юридичному, а загально-соціальному значенні. При розгляді зазначеної проблеми з такої позиції, безперечно, точне слідування вимогам міжнародного етикету може призвести до підтримки ввічливого та довірчого діалогу між країнами.

Тим часом слід зазначити, що застосування міжнародного етикету не залежить від бажання чи небажання держави зміцнити добросусідські, дружні відносини іншими державами, а скоріше є елементарною необхідністю в силу звичності таких дій у міжнародних відносинах. Порушення правил міжнародного етикету може спричинити дії у відповідь не тільки з боку держави, до якої вони не були реалізовані, але й від третіх держав, що відзначають недипломатичний характер дій держави, яка порушила міжнародний етикет. У випадку порушення правил міжнародної ввічливості відповідна реакція можлива лише зі сторони держави, до якої не

було реалізовано принцип дипломатичної ввічливості.

Представники другого підходу розглядають міжнародний етикет як різновид міжнародного звичаю. Дане твердження здається не дуже коректним, оскільки міжнародний звичай (usage), як «не володіння юридичною силою міжнародних норм, що складаються безпосередньо в відносинах держав в результаті підтвердження практикою» [6], пов'язане із узвичаєним, постійним, одноманітним повторенням протягом тривалого часу фактичного відношення.

Підставою його використання є: по-перше, початкова раціональність даного варіанта поведінки; по-друге, його багаторазове повторення.

Авторитет звичаю, як і звичаю, зрештою, спирається на формулу: так поступали всі і завжди, тому не слід відступати від того, що всіма дотримується. Відповідно, у суб'єктів міжнародного права спонукальні мотиви застосовувати міжнародні звичаї служить тривалість і однаковість застосування того чи іншого стереотипізованого правила поведінки.

Враховуючи той факт, що використання міжнародного етикету у міжнародному спілкуванні стало традиційним, можна погодитися з тим, що правила міжнародного етикету мають певні подібності з міжнародними традиціями по формі їх закріплення та вираження.

Водночас міжнародний етикет істотно відрізняється від інших форм міжнародних звичаїв тим, що має істотно менший ступінь формалізації, пов'язану із закріпленням у яких – небудь стійких формах, і більший морально-етичний аспект. Тобто етикет і звичай мають різну природу.

Міжнародний етикет, як негласний стандарт спілкування, прийнятий людьми та є певним еталоном дій у реальних ситуаціях, формується на морально-етичних підставах, а міжнародний звичай – на звичності поведінки. Таким чином, з точки зору змісту міжнародний етикет, швидше морально-етичне, ніж звичайне правило поведінки.

Представники третього підходу розглядають міжнародний етикет як складову частину дипломатичного протоколу. Розу-

міння міжнародного етикету як елемента дипломатичного протоколу, на наш погляд, безпідставно. По-перше, скоріше дипломатичний протокол, як сублімована системна сукупність правил міжнародної ввічливості, знаходить свої початки в міжнародному етикеті, обставляючи їх конкретними формалізованими діями, правилами та ритуалами (принаймні, про це свідчить історія виникнення дипломатичного протоколу з придворного етикету). По-друге, норми міжнародного етикету виходять за рамки протоколу і реалізуються, в тому числі, і поза протокольних заходів.

Представники четвертого підходу ототожнюють етикет із ритуалом. Такий підхід, на наш погляд, навряд чи можна визнати справедливим, оскільки етикет і ритуал мають суттєві відмінності. Співвіднесення етикету з ритуалом дуже складно. Ритуал є скоріше формою реалізації окремих норм етикету (вітання, зустріч посла і тощо), проте, як і дипломатичний протокол, не реалізує у собі весь обсяг норм етикету. Крім того, норма етикету може бути пов'язана і з бездіяльністю (уміння слухати того, хто говорить, уважність), в той час як ритуал передбачає обов'язкову активну діяльність суб'єктів, причому має детально нормований період і зумовлену протяжність у часу. У такому разі ототожнення міжнародного етикету та ритуалу є некоректним.

Представники п'ятого підходу ототожнюють етикет з мораллю. У такому разі етикетна норма подається як елементарна (проста) моральна норма або як одна з підсистем моралі.

Як видається, дана позиція також не зовсім коректна. Незважаючи на те, що норми міжнародного етикету, як правило, не порушують норм моралі, від міжнародного етикету не чекають безумовного збігу з діючими моральними нормами.

Більше того, значною мірою нейтральність по відношенню до моралі виявляється необхідною у процесі реалізації норм міжнародного етикету. Так, наприклад, спілкування та поважне обходження з послом іноземної держави, яка перебуває у стані війни з приймаючою державою, з точки зору норм моралі не є до кінця виправданим, вод-

ночас норми міжнародного етикету вимагають звернення до нього з рівною пошаною, як і до послів інших, дружніх держав. Тобто, мета застосування міжнародного етикету полягає насамперед у визнанні самостійної цінності дипломата та держави, яка його направила до країни перебування.

Сказане вище дає нам основу стверджувати, що однозначно з жодним з запропонованих підходів до розуміння міжнародного етикету погодитись не можна. І однією з причин цього є унікальна природа міжнародного етикету. Етикет (у тому числі міжнародний) у своєму складі має два елементи: морально-етичний та естетичний. При цьому, моральні цінності становлять сутність етикету, вони визначають етикетну норму, яка виступає естетичною виразницею цього змісту, задаючи параметри етикетної поведінки.

Виходячи з такого розуміння природи міжнародного етикету, можна погодитися з думкою, що в цілому структуру етикетного регулювання можна висловити як поєднання моральних цінностей (моралі); етикетних норм; етикетної оцінки поведінки певних осіб; спеціального суб'єкта етикетної поведінки та етикетної оцінки. Слід зазначити, що особливістю реалізації етикету взагалі і міжнародного етикету зокрема є те, що він може реалізовуватись виключно в рамках комунікативної взаємодії. Етикетна ситуація завжди комунікативна. Етикет – це діалог, навіть у тому випадку, якщо учасники цього діалогу розділені між собою простором або простором та часом. Тому існують різні форми етикетної комунікації (у тому числі в рамках міжнародного етикету): епістолярний або письмовий етикет; мовний етикет; поведінковий етикет. В умовах етикетної комунікації визначаються не тільки перші ролі (в залежності від статі, віку, соціального становища), але і ступінь дистанції ближче – далі (від ступеня знайомства). Специфіка спілкування та конкретна ситуація (дипломатичний прийом, ділові переговори, домашнє застілля тощо) визначають вибір етикетної поведінки. В той же час кожна форма етикетної комунікації має не лише загальні, а й специфічні правила, застосовувані залежно від конкретної її форми: письмового, мовного або поведінкового етикету.

Відповідність поведінки суб'єкта дипломатичного спілкування етикетним нормам, як правило, оцінюється іншими учасниками дипломатичної практики. Мірою їх реагування при цьому, як правило, виявляється офіційна заява про неналежну поведінку того чи іншого представника дипломатичного корпусу. Найбільшою мірою відповідальності вважатиметься висилка дипломата з країни перебування та оголошення його персоною нон грата.

Аналізуючи історичну ретроспективу виникнення міжнародного етикету, можна констатувати факт, що даний етикет ґрунтується на нормах придворного етикету, оскільки саме при королівських дворах відбувалися прийоми іноземних посольств. Тобто, по суті, міжнародний етикет є регулятором, заснованим на правилах поведінки, що містилися спочатку в іншій сфері соціальної життєдіяльності.

Так, у ранньому Середньовіччі на церемоніал міжнародного спілкування в Європі вирішальний вплив надавали урочисті та пишні ритуали Візантійської імперії, які мали на меті переконувати в могутності своєї країни, демонструвати її багатства, силу та перевагу. Пізніше, коли питання першості стали грати при дворі найважливішу роль, виникла необхідність чітко визначити місце кожного дипломата та відповідно його країни у загальному церемоніалі.

Дипломат, представляючи не стільки себе, скільки свою країну, повинен був найбільш суворо дотримуватися правил придворного етикету. Поступово, щоб уникнути конфліктів, які могли спалахнути із-за дійсних або уявних образ, форми офіційних контактів між представниками різних держав становляться дедалі більше регламентованими і залишаються такими й у наш час.

Така паралель між міжнародним і придворним етикетом досить показова з точки зору розуміння генезису норм сучасного міжнародного етикету. Вона робить зрозумілою існування в даний час окремих правил етикету, які навряд чи можна вважати повністю виправданими з раціональної точки зору. Так, наприклад, ділова зустріч у Франції проходить швидше за обідом, ніж за вечерею. Про бізнес заговорять не раніше, ніж пода-

дуть каву або десерт, а до цього можна поговорити про культуру чи мистецтво, цілком допустимо торкатися проблем особистого життя.

Французькі ділові люди готуються до майбутніх переговорів ґрунтовно, досконально вивчають усі аспекти та пропозиції, що надходять. При цьому вони дуже обережні. Багато французів розмовляють англійською, але якщо Ви вивчите кілька французьких фраз і скажете їх, це буде непоганим внеском у розвиток Ваші стосунки. Французи орієнтуються на підтримку відносин у майбутньому, тому намагатимуться «потоварищувати» зі своїми партнерами.

Під час ведення бізнесу в Німеччині вкрай враховується пунктуальність. Навіть невелике запізнення на 10–15 хвилин може бути перешкодою у налагодженні ділових відносин. Якщо запізнення неминуче, потрібно обов'язково зателефонувати та попередити вашого потенційного партнера. Понад те, необхідно пояснити поважну причину запізнення. Слід уникати призначення зустрічей на п'ятницю після 14.00–15.00 годин – багато компаній у цей час вже не працюють. Компліменти в німецькому бізнесі не прийнятні, і особливо від малознайомих людей будуть сприйняті з підозрою.

Додому до себе ділових партнерів запрошують нечасто. Якщо таке станеться, неодмінно принесіть господині квіти. Можуть запросити до ресторану, але майте на увазі, що рахунки в ресторані часто оплачуються окремо, келихи піднімають після того, як господарі скажуть вітання. Ділові подарунки не мають великого розповсюдження. Можливі сувеніри, пов'язані з вашою фірмою.

Можна зробити висновок, що особливості ділового етикету у різних народів істотно впливають на характер відносин між людьми, що виникають у процесі їхнього спільного проведення часу.

Незнання національних особливостей ділового етикету може справити на партнерів небажане враження, ускладнити взаємодію як на стадії переговорного процесу, так і під час реалізації тих чи інших спільних проєктів. Дуже важливо не «зачепити» почуття співрозмовника або ввести його в здивування. Розуміння значення ділового етикету

дуже важливо у розвиток міжкультурних і міжнаціональних ділових комунікацій.

Важливо також відзначити, що міжнародний етикет на відміну від інших форм етикету, поширених у сучасному суспільстві, має окремі (локалізовані) формальні аспекти. Так, стаття 14 Віденської конвенції 1961 «Про дипломатичні відносини» передбачає, що порядок старшинства, дотриманий при прийомі глав дипломатичних представництв, повинен бути однаковим щодо голів дипломатичних представників незалежно від їх класу. Більше того, стаття 14, підкреслюючи, що інакше як у відносинах щодо старшинства та етикету не повинно проводитися жодної різниці між главами представництв внаслідок їх приналежності до того чи іншого класу, підтверджує традиційне значення єдності дипломатичного корпусу. У такому разі норми міжнародного етикету, традиційно не виражені в який-небудь письмовій формі, набувають нормативного значення. По суті, в даному випадку можна говорити про те, що міжнародний етикет може бути спеціально санкціонований у міжнародному договорі чи конвенції міжнародної урядової організації. У такому разі етикетна норма набуває особливої захищеності зі сторони суб'єктів міжнародних відносин (держав, міжнародних організацій), хоча, за великим рахунком, і не потребує цього. Встановлення таких санкцій служить метою реалізації не самих етикетних норм, а норм конвенційних, пов'язаних з етикетними.

Введення механізму відповідальності когось-небудь за порушення норм міжнародного етикету також не є необхідним. Найбільш значущі правила поведінки, пов'язані з організацією взаємодії дипломатичного корпусу (і засновані, в тому числі, на міжнародному етикеті), давно (з початку XIX ст.) стали частиною дипломатичного протоколу, що має свої особливості та апробовану практикою налагоджену систему санкцій.

Формальне закріплення неприйнятне етикетній нормі, оскільки суперечить його природі формування морально-етичної моделі поведінки, що служить для підтримки міжнародної ввічливості та яка проявляється в реальності як повторення деяких дій (або бездіяльності), що увійшли у звичку завдяки

тривалого періоду їх використання. Дипломат, порушуючи правила дипломатичного етикету, карає сам себе, суттєво знижуючи ефективність власної професійної діяльності.

Таким чином, аналізуючи наведені підходи до розуміння розглянутого явища, ми повинні відзначити, що виходячи зі структурно-змістовної характеристики поняття «міжнародний етикет» можна припустити, що за своєю формою висловлювання та закріплення він є особливим різновидом міжнародного звичаю. За своїм змістовним складом він найбільш близький морально-етичним нормам, оскільки етикет, по суті, є зовнішнім проявом того, що ми відносимо до хороших манер. Він заснований на правилах моралі та етики, взаємній стійкості.

Отже, під міжнародним етикетом слід розуміти сукупність правил поведінки суб'єктів міжнародного дипломатичного спілкування, які не мають юридичної сили та безумовно обов'язкового характеру, які ґрунтуються на традиційних, звичних формах міжнародного спілкування та морально-етичних імперативах, з метою реалізації принципу міжнародної ввічливості та представлені у формі дій чи бездіяльності офіційних осіб держави. Таке розуміння показує проміжний звичайно – моральний характер міжнародного етикету, який є важливим елементом змістовного наповнення таких явищ, як дипломатичний протокол і церемоніал, і чинить суттєвий вплив на розвиток договірних та конвенційних норм.

### Література

1. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник. Львів: «Магнолія, 2006». 2009. 312 с.
2. Галицька Е.В., Семіколенова С.В. Статистичне забезпечення проведення вибіркового обстеження на підприємствах готельного господарства. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*. 2008. Вип. 3. С. 268-277.
3. Галицька Е.В. Використання статистичних класифікацій в аналізі економічних явищ і процесів. *Економіка: проблема теорії та практики*. 2003. Вип. 178. С. 231-238.
4. Мос Д. Пропущена ланка між теорією доброчесності та етикою бізнесу. *Філософська думка*. 2005. № 5. С. 61-78

5. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій. К.: Кондор, 2003. 218 с.
6. Овсянкіна Л. Моральні критерії підприємницької діяльності. *Людина і політика*. 2002. № 3. С. 138-143.
7. Орбан-Лембрик Л.Є. Соціальна психологія. К.: Академвидав, 2003. 446 с.
8. Сидоренко С.В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу. *Гуманітарний вісник ЗДІА. Філософія*. 2009. Вип. 39 (8). С. 91-106.
9. Смолінська О.Є. Комунікативні процеси у навчанні: навч. пос. Львів: Сполом, 2010. 254 с.
10. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: навч. пос. 6-те вид., випр. і доп. К.: Знання, 2007. 230 с.
11. Чмут Т.К. Культура спілкування: навч. пос. для студентів і викладачів вищих навчальних закладів. Хмельницький: «ХІРУП», 1999. 358 с.
12. Юр'єва О.Ю. Особливості невербальної передачі інформації у процесі міжкультурної комунікації. URL: <http://naub.org.ua/?p=270>.

### References

1. Voronkova, V.H., Belichenko, A.H., Melnyk, V.V., & Azhazha, M.A. (2009). *Etyka dilovoho spilkuvannia*. Lviv: «Mahnoliia, 2006».
2. Halytska, E.V., & Siemikolenova, S.V. (2008). *Statystychnе zabezpechennia provedennia vybirkovykh obstezhen na pidpryyemstvakh hotelnoho hospodarstva. Prykladna statystyka: problemy teorii ta praktyky*, Issue 3, 268-277.
3. Halytska, E.V. (2003). *Vykorystannia statystychnykh klasyfikatsiy v analizi ekonomichnykh yavysch i protsesiv*. *Ekonomika: problema teorii ta praktyka*, Issue 178, 231-238.
4. Mos, D. (2005). *Propushchena lanka mizh teoriieiu dobrochesnosti ta etykoiu biznesu*. *Filosofska dumka*, (5), 61-78.
5. Osovska, H.V. (2003). *Komunikatsii v menedzhmenti*. Kyiv: Kondor.
6. Ovsiankina, L. (2002). *Moralni kryterii pidpryyemnytskoi diialnosti*. *Liudyna i polityka*, (3), 138-143.
7. Orban-Lembryk, L.Ye. (2003). *Sotsialna psyholohiia*. Kyiv: Akademvydav.
8. Sydorenko, S. (2009). *Teoretyko-metodolohichni zasady analizu etyky biznesu*. *Humanitarnyy visnyk ZDIA. Filosofiya*, Issue 39(8), 91-106.
9. Smolinska, O.Ye. (2010). *Komunikatyvni protsesy u navchanni*. Lviv: Spolom.
10. Chmut, T.K., & Chaika, H.L. (2007). *Etyka dilovoho spilkuvannia*. (6-th ed., rev.). Kyiv: Znannia.
11. Chmut, T.K. (1999). *Kultura spilkuvannia*. Khmelnytskyi: «KHIRUP».
12. Yourieva, O. (2009). *Osoblyvosti neverbalnoyi peredachi informatsii u protsesi mizhkulturnoyi komunikatsiyi*. Retrieved from <http://naub.org.ua/?p=270>.

FEATURES OF INTERNATIONAL ETIQUETTE IN THE BUSINESS  
COMMUNICATION SYSTEM

*L. I. Yurchyshina, Senior Lecturer, T. M. Kalyuzhna, Ph. D. (Pedagogy),  
Associate Professor, Dnipro University of Technology*

**Methods.** The results were obtained with the application of the following methods: abstraction – when determining the specifics of existing approaches to understanding international etiquette; analysis and synthesis – to identify connections between the implementation of international etiquette in the system of business communications in different countries; comparative method – to clarify the specificity and commonality of implementation of etiquette situations in intercultural and international communications; induction – to generalize the obtained results.

**Results.** The legal nature of international etiquette and the specifics of existing approaches to the understanding of international etiquette are analyzed, and their compliance with the current level of development of international legal regulation is determined. It is emphasized that international communication and the norms of its observance are important not only for professional diplomats, but also for business communication between enterprises and institutions, entrepreneurial structures, public, cultural organizations, etc. Conclusions are made about the understanding of the importance of international etiquette for the development of intercultural and international communication.

**Novelty.** The structural and substantive characteristics of the concept of «international etiquette» have been established, which, by its form of expression and consolidation, is a special type of international custom. In terms of content, international etiquette is closest to moral and ethical norms, since etiquette is, in fact, an external manifestation of what we consider good manners. It is based on the rules of morality and ethics, mutual stability.

**Practical value.** Promising directions are proposed, the implementation of which would ensure the development of international etiquette as a regulator of international relations in the system of business communications. The study of the ethics of international business communication and the norms of its observance are important not only for professional diplomats, but also for business communication between enterprises and institutions, entrepreneurial structures, public and cultural organizations.

**Keywords:** international etiquette, business etiquette, normative regulation, international communication, intercultural communication.

*Надійшла до редакції 07.11.22 р.*