Оглавление

|  |  |
| --- | --- |
| Введение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 3. |
| I. Правила этикета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 6. |
| II. Правила вербального этикета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 9. |
| III. Правила общения по телефону \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 17. |
| Заключение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 22. |
| Список использованной литературы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 24. |

Введение

Этикет (от франц. etiquette) означает установленный порядок поведения где-либо. Это наиболее общее определение этикета.

Деловой этикет – важнейшая сторона морали профессио­нального поведения делового человека, предпринимателя. Зна­ние его – необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать. Почти 70% выгодных для отечественных деловых людей 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 ведущих специалистов фирм.

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: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.п., для закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета, выпол­нения его 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.

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.

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.

I. Правила этикета

Правила этикета, облаченные в конкретные формы поведе­ния, указывают на единство двух его сторон: морально-этической и эстетической. Первая сторона – это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, уважения, защиты и т.д. Вторая сторона – эстетическая – свидетельствует о красоте, изяществе форм поведения. Приведем некоторые советы и рекомендации.

Например, для приветствия пользуйтесь не только вербаль­ным (речевым) средством «Здравствуйте!», «Добрый день», но и невербальными жестами: поклоном, кивком, взмахом руки и т.п.

Можно равнодушно сказать «Здравствуйте», кивнуть головой и пройти мимо. Но лучше поступить иначе — сказать, например, «Здравствуйте, Иван Иванович!», тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчерки­вает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймет, что вы цените его, да и звучание собственного имени – приятная ме­лодия для любого человека.

Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед по лестничной площадке или попутчик в общественном транспорте. Обращение по име­ни, а еще лучше – по имени и отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное располо­жение. Такое приветствие говорит о культуре человека. Конеч­но, с подобными качествами люди не рождаются. Эти качества воспитываются, а потом входят в привычку. Чем раньше начнет­ся такое воспитание, тем лучше: скорее войдет в привычку. Осо­бенно тяжело дается формирование хороших привычек интел­лигента бизнесменам первого поколения, так как приходится большей частью идти путем проб и ошибок. Недаром англичане говорят, чтобы стать джентльменом, надо иметь в семье три университетских диплома: деда, отца и сына.

Но кроме правил культурного поведения существует еще и профессиональный этикет. В жизни всегда были и останутся от­ношения, которые обеспечивают наивысшую эффективность в выполнении профессиональных функций. Участники какого-либо взаимодействия всегда стараются сохранить наиболее оп­тимальные формы этого взаимодействия и правила поведения. Например, в организации от новичка станут требовать неукос­нительного соблюдения отработанных и проверенных правил делового общения, так как они облегчают выполнение профессиональных функций, способствуют достижению поставленных целей. В том или ином коллективе, группе работников, сотруд­ников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов и составляют этикет данной группы, общности.

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стан­дартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих си­туаций и вырабатывают формы и правила поведения. Этот набор правил и составляет этикет делового общения. Этикет деловых отношений определяется, в частности, как свод правил поведе­ния в бизнесе, который представляет внешнюю сторону дело­вого общения.

Деловой этикет – результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способство­вало успеху в деловых отношениях.Не всегда легко давалось освоение этих правил, поэтому предприниматели «от сохи» не­редко отзывались о них не очень лестно: «Зачем мне все это?».

Можно следовать и данному принципу. Однако если вы хо­тите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета зарубежных стран про­сто обязательно.

Можно напомнить, как устанавливались торговые связи со средневековой Японией, которая до известной эпохи Мэйдзи (до 1868 г.) была почти наглухо закрыта от остального мира. Коммерсант, купец, прибывший в страну восходящего солнца для установления деловых связей, представлялся императору. Процедура представления была столь унизительной, что не каж­дому зарубежному гостю она была под силу. Иноземец должен был от двери по приемной залы ползти на коленях к отведенно­му ему месту, а после приема таким же образом, пятясь как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью.

Но как и в те давние времена, так и сейчас, правила делового этикета, культура поведения помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Для многих прибыль была и остается выше всех различий националь­ного характера, вероисповедания, социального положения, психо­логических особенностей. Эти различия подчинялись этикету интересующей бизнесмена страны. Подчинение правилам игры определяющей стороны создавало основу для успеха сделки.

Какие же правила поведения надо знать предпринимателю? Прежде всего следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая пред­полагает в первую очередь глубокое уважение человеческой лич­ности. Социальная роль, которую играет тот или иной человек, не должна быть самодавлеющей, не должна она оказывать и гипнотического влияния на делового партнера. Культурный предприниматель будет в равной степени уважительно относить­ся и к министру, и к рядовому техническому работнику мини­стерства, президенту компании, фирмы и уборщице офиса, т.е. всем показывать искреннее уважение. Это искреннее уважение должно стать составной частью натуры бизнесмена. Ему надо научиться верить в порядочность людей. Нельзя при первой встрече обнаружить даже признак того, что вы представляете его как «темную лошадку», стремящуюся вас обязательно обойти на прямой или вираже, а говоря проще – обмануть. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: деловой партнер – хороший человек! Если, конечно, он не доказал своими поступками обратного.

II. Правила вербального этикета

Культура поведения в деловом общении немыслима без со­блюдения правил вербального (словесного, речевого) этикета, связанного с формами и манерами речи, словарным запасом, т.е. со всем стилем речи, принятым в общении данного круга дело­вых людей. Существуют исторически наработанные стереотипы речевого общения. Ими пользовались ранее русские купцы, предприниматели, а сейчас их используют культурные россий­ские и зарубежные деловые люди. Это слова: «дамы», «господа», «судари» и «сударыни». Среди других социальных групп подоб­ные обращения пока широко не прививаются, и часто люди испытывают чувство внутреннего дискомфорта на встречах, соб­раниях, поскольку не знают, как обратиться друг к другу: слово «товарищ» как бы принижает их достоинство из-за определен­ного отношения к этому слову, сложившегося под влиянием средств массовой информации. А с другой стороны, многие до «господ» явно не доросли из-за своего нищенского существова­ния. Поэтому очень часто в транспорте, в магазине, на улице мы слышим унизительные фразы: «Эй, мужчина, подвиньтесь», «Женщина, пробейте билет» и т.д.

Среди деловых людей обращение «господин» имеет право на жизнь. Это слово подчеркивает, что данные граждане, социальная группа свободны и независимы в своих действиях более, чем какая-либо другая социальная группа в современной России. Кроме того, эта форма обращения не заимствована сле­по где-либо на Западе или Востоке. Бездумные заимствования, запускаемые в оборот чаще всего не очень культурными теле- и радиожурналистами, репортерами, как правило, режут слух и подчеркивают убогость и претенциозность подобных заимство­ваний, например: «состоялась презентация», «формируется но­вый менталитет русских» или «спонсоры вернисажа» и т.п. «Господин» - исконно русское слово. Оно имеет самое распро­страненное значение как форма вежливого обращения к группе лиц и отдельному лицу, употреблявшаяся в привилегированных слоях общества.

Кроме того, в другом его значении – «хозяин имущества» есть и уважительное отношение к человеку.

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой во­прос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно по несколько раз «Как дела?», всегда необходимо помнить о чувстве меры. Ничего не ответить невежливо; буркнуть «нормально» и пройти мимо тоже невежливо, если не грубо; пуститься в долгие рассу­ждения о своих делах – прослыть занудой. В таких случаях де­ловой этикет предписывает отвечать примерно следующее:

«Спасибо, нормально», «Спасибо, пока жаловаться грех», и в свою очередь поинтересоваться: «Надеюсь, что и у Вас все об­стоит нормально?». Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех, следуют сложившимся в России нормам: «Не сглазь, когда дела идут хорошо».

Однако у чехов, словаков, поляков и югославов на вопрос «Как дела?» правилами делового этикета не возбраняется кратко рассказать о трудностях, пожаловаться, например, на дороговиз­ну. Но говорят об этом бодро, подчеркивая, что деловой человек преодолевает трудности – их немало в его деле, но он знает как с ними справиться, и гордится этим. А без трудностей и забот живет только бездельник.

В вербальном (словесном, речевом) общении деловой этикет предполагает применение различных психологических приемов. Один из них – «формула поглаживания». Это словесные обороты типа: «Удачи Вам!», «Желаю успеха», известные фразы:

«Большому кораблю – большое плавание», «Ни пуха, ни пера!» и т.п., произносимые с различными оттенками. Широко приме­няются такие речевые знаки расположения, как «Салют», «Нет проблем», «0'кей» и т.п.

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплименты – приятные слова, выражающие одобрение, поло­жительную оценку деятельности в бизнесе, подчеркивающие вкус в одежде, внешности, сбалансированность поступков парт­нера, т.е. оценку ума делового партнера. Как говорила героиня популярного в 60-е годы фильма «Старшая сестра», ласковое слово и кошке приятно. С этой точки зрения комплимент – не механизм лести. Лесть, особенно грубая, - это маска, за кото­рой чаще всего скрывается меркантильный интерес. Компли­мент, тем более, если партнер – женщина, - необходимая часть речевого этикета. Во время делового общения всегда есть реаль­ная возможность для комплиментов. Они воодушевляют вашего делового партнера, придают ему уверенность, одобряют. Осо­бенно важно помнить о комплименте, если вы имеете дело с новичком, к тому же потерпевшем на первых порах неудачу. Неслучайно в японских фирмах запрещена открытая критика своих работников: фирме это невыгодно, так как трудовая активность и инициатива снижаются.

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах правил поведения страны – партнера по бизне­су. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями.Все это результат многовекового жизненного опыта, быта предшествующих поко­лений того или иного народа. Какие бы ни были традиции, пра­вила поведения, - их приходится выполнять, если, конечно, вы хотите добиться успеха. Здесь особенно справедлива пословица: «В чужой монастырь со своим уставом не ходят». Нередко надо соблюдать все правила даже в том случае, если они вам не по душе. Интересы дела выше ваших вкусов и пристрастий.

Можно привести немало примеров особенностей правил по­ведения бизнесменов различных стран. Если, например, амери­канцы, подчеркивая свое расположение, дружески хлопают вас по плечу и охотно принимают такой же жест от вас, то, похло­пав по плечу японца или попытавшись дружески обнять китайца или вьетнамца, вы можете сорвать свою сделку.

Во время деловой беседы с итальянцами постарайтесь не де­монстрировать своего неприятия их громкой, чрезмерно ожив­ленной речи, горячности обсуждения даже несущественного вопроса, а при общении с японцами не удивляйтесь употребле­нию ими сверхвежливых оборотов речи. Сверхвежливость по отношению к партнеру и «приниженность» собственного «Я» (например, «Я, недостойный, и моя ничтожная жена приглаша­ем Вас, Высокочтимого и благородного, к нам в гости») не ме­шают, а помогают японцам прекрасно вести свои дела. Трудно найти другого делового партнера, который бы заранее с такой скрупулезностью просчитал самые невероятные варианты пред­стоящей сделки и расставил столько различных (финансовых, юридических и других) ловушек своему партнеру по перегово­рам, как японец. Японская сверхвежливость – своего рода нар­котик, усыпляющий бдительность партнера по переговорам. В любой финансовой, технической и другой деловой сделке япон­цы, как правило, обводят вокруг пальца наших излишне под­дающихся на банальные комплименты и лесть отечественных бизнесменов.

Существуют правила этикета, которые должен соблюдать каждый человек, чтобы достичь уважения и успеха:

- Не следует вступать в контакт, когда собеседник занят теми или иными делами.

- Начинать разговор надо со слов «Вам не кажется…» или «Вы не могли бы…», а не со слов «я», «мне».

- Слишком быстрая многословная речь создает впечатление о человеке как о недостаточно надежном, основательном.

- Слишком медленная речь вызывает раздражение, заставляет подумать о замедленности реакций этого человека, неоперативности в деловых отношениях. Вовлечь собеседника в активное обсуждение вопроса, когда у него нет особого желания – это создать непринужденную атмосферу общения. Конечно, это своего рода искусство. Можно уместно использовать шутку, (но надо помнить, что одно шутливое замечание может полностью разрушить даже тщательно построенную аргументацию), или сослаться на авторитет (достаточно упоминания одного известного имени).

- Повысить эмоциональный тонус собеседника – это присвоить собеседнику желательное качество: «Зная Вашу старательность…», «Вы такой настойчивый…», «Ваш опыт крайне интересен для нас в решении этой проблемы». Можно использовать «обратные связи»: «Я правильно понял, что…», «Вы, значит, думаете, что…» Такие фразы дают возможность собеседнику еще яснее и более четко сформулировать свои мысли.   
— При выборе слов надо стараться употреблять простые, общеизвестные и всем понятные слова. Но одновременно эти слова должны наиболее точно выражать вашу мысль. Нередко умную, хорошую речь портят слова-паразиты, а также, хотя и любимые вами, но от неоднократного повторения в одном разговоре теряющие свою привлекательность пословицы, поговорки, тем более если они употребляются не к месту.

- Во время обращения к собеседнику старайтесь правильно запомнить его имя и отчество. Запомнив имя и непринужденно употребляя его, вы делаете человеку тонкий комплимент. Но стоит забыть его имя или неправильно написать его, и вы поставите себя в весьма невыгодное положение.

- Во время переговоров и в деловом общении следует обращаться с таким именем, под каким его вам представили.

- Будьте внимательны и предупредительны к собеседнику, цените его аргументы, даже если они слабы. Ничто так отрицательно не влияет на атмосферу деловой беседы, как презрительный жест, означающий, что одна сторона отбрасывает аргументы другой без малейших усилий вникнуть в их содержание. Немцы надувают щеки – пуфф, англичане отводят назад голову и чуть округляют глаза, французы постукивают пальцами по столу, русские держат руки в карманах.

- Будьте вежливы, дружески настроены, дипломатичны и тактичны. Конечно, вежливость не должна перерастать в дешевую лесть. Мера необходима во всем. Не забывайте также о том, что женщину никогда нельзя обезоружить комплиментом, а мужчину всегда можно.

- Кто ясно мыслит, тот ясно излагает. Чем доходчивее, понятнее собеседнику ваша речь, тем больше вероятность того, что вы найдете общий язык. Облегчает процесс общения умение слушать и умение говорить.

Также очень важно уметь слушать и уметь говорить со своим собеседником. Существуют правила для слушающих:

а) если кто-либо обратился к вам с речью, необходимо прерваться и выслушать, о чем он говорит. Этикет гласит: отдай предпочтение слушанию перед всеми видами деятельности;

б) имейте такт, терпение выслушать все внимательно до конца. В крайнем случае тактично перенесите время беседы или попросите его обратиться к другому сотруднику;

в) никогда не перебивайте собеседника, даже если у вас возникло гениальное решение вопроса или замечательная мысль, не перебивайте и не отвлекайтесь, если монолог затянулся;

г) если говорящий выражает свою мысль недостаточно ясно, можно сказать: «Что вы имеете в виду?» «К сожалению, я вас не понял». «Не могли бы вы повторить»;

д) заинтересованность подчеркивается взглядом, мимикой, жестами;

е) во время слушания необходимо определиться (согласен или нет) и быть готовым дать ответ.

Ошибки слушающих: они используют промежутки речи для побочных мыслей и теряют нить изложения; они все силы направляют на запоминание первых пунктов, оставляя без внимания последующую информацию (если пунктов много, их записывают в блокнот); они «выключаются», когда собеседник говорит «заумно».

Правила для говорящего:

а) избегать прямых негативных оценок личности собеседника;

б) снимать категоричность в речи;

в) не ставить в центр собственное «я», не навязывать собственных мнений и оценок;

г) уметь встать на точку зрения партнера;

д) смотреть на слушающего, повышая его степень заинтересованности;

е) начинать разговор с легкой темы, устанавливая желательный контакт, продумать переход к основному вопросу;

ж) следить за логикой. Недаром в народе говорят: «Начал за здравие, а кончил за упокой»;

з) использовать паузы, т.к. концентрация внимания: от 45 секунд до 1,5 минуты;

и) исходить из того, что собеседник – не противник в споре, не оппонент, а партнер.

Деловой этикет требует особого поведения в общении с кли­ентами*.* В каждом виде услуг, оказываемых клиентам, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Но всегда надо помнить, что определяет отношения с клиентами самый главный принцип: клиент – самый дорогой и желанный человек в вашем офисе (магазине, предприятии). Если клиентов много, то обыч­но стараются в первую очередь обслуживать женщин и преста­релых. Но в любом случае в работе с клиентами надо быть хо­рошим психологом.

Важно также соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида. Сверхмодный костюм совсем необяза­телен. Важно, чтобы он был в приличном состоянии, не висел мешком, а брюки не должны напоминать засаленную старую гармошку. Но костюм должен быть к месту и ко времени. Если переговоры с партнерами назначены на дневное время, подойдет светлый костюм. Брюки и пиджак могут быть различных цветов. Но если переговоры идут вечером, костюм должен быть темным, рубашка – обязательно свежей, глаженой, галстук – не крича­щим, ботинки – вычищенными. Элегантность делового челове­ка определяют рубашка, галстук и ботинки, а не количество костюмов, которые он привез с собой.

Для поездки за границу достаточно иметь три комплекта одежды: темный и светлый костюмы, приличную куртку и сви­тер для прогулок. Если маршрут вашей поездки проходит через страны Востока, то помните, что женщинам не следует надевать брюки, они не должны появляться на улице, в общественных местах без чулок или колготок (особенно в странах, исповедую­щих ислам), а мужчины в ярких галстуках.

Необходимо помнить, что в деловых отношениях мелочей нет. Для бизнеса этикет значит очень много. Одежда, поведение предпринимателя, менеджера – это его ви­зитная карточка. О госте начинают составлять представление заранее, собирая о нем информацию. Источниками информации служит поведение бизнесмена в пути к месту деловой встречи, поведение в гостинице, во время самой встречи. Помните, вас повсюду окружают люди, которые с той или иной степенью пристрастности изучают вас.

Соблюдение важнейших правил поведения с незнакомыми людьми – признак вашей респектабельности, воспитанности, уверенности в себе. Существует целый ряд правил поведения в различных видах транспорта*,* самолете, поезде, автомобиле. Долгое путешествие располагает к неторопливой беседе. Надо уметь вести ее. Прежде всего, не следует злоупотреблять внима­нием попутчиков, не стремиться как можно быстрее завладеть всеми сторонами беседы, не быть излишне говорливым: болтли­вость – признак дурного тона. Другая крайность – замкнутость, мрачный вид, нелюдимость. Следует также помнить, что разго­воры во время полета или поездки об авариях, катастрофах на транспорте не создадут вам благоприятного имиджа, не способ­ствуют установлению дружеских или деловых контактов с окру­жающими. После приземления самолета в знак признательности не спешите вручить стюардессе чаевые, она их не возьмет. Можно поблагодарить экипаж корабля аплодисментами за мас­терство, культуру обслуживания.

III. Правила общения по телефону

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Благодаря ему многократно повышается оператив­ность решения множества вопросов и проблем, отпадает необхо­димость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Очень часто первым шагом на пути к заключению делового до­говора является телефонный разговор.

Человечество пользуется телефоном уже более века. Казалось бы, времени вполне достаточно для того, чтобы научиться ра­зумно пользоваться этим техническим средством... Но умение говорить по телефону по наследству не передается. Искусством общения при помощи этого аппарата овладевает не каждый. Хорошо, если есть толковые наставники или удачные объекты для подражания, у которых можно научиться правильному раз­говору по телефону. Соответствующие курсы, различные мето­дические пособия по этой теме широко распространены в раз­личных странах мира.

У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусто­ронний обмен информацией независимо от расстояния. Но к деловому телефонному разговору надо тоже тщательно готовить­ся. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лако­нично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значи­тельным потерям рабочего времени (до 20-30%). Так утвержда­ет американский менеджер А.Маккензи. Среди 15 главных при­чин потерь рабочего времени бизнесменом, менеджером он по­ставил на первое место телефонные разговоры. Психологи от­мечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора.

Известно также, что при телефонном разговоре наблюдается такое явление, как пресыщение общением*.* Оно может явиться источником напряженности между сторонами. Поэтому во вре­мя разговора надо соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недоволь­ства партнером, раздражительность, обидчивость и т.п. Следует вовремя выйти из контакта с партнером, чтобы сохранить дело­вые отношения. Кроме того, ведя длительные телефонные раз­говоры, вы можете получить репутацию зануды или пустомели. Подобная репутация подорвет интерес к вам и к вашим деловым предложениям. Чтобы восстановить доброе имя фирмы и свое реноме, придется затратить значительно больше усилий, чем при установлении первого делового контакта.

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. В японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

Основа успешного проведения делового телефонного разго­вора – компетентность, тактичность, доброжелательность, вла­дение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эф­фективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Еще английский философ XVII в. Ф.Бэкон отмечал, что вести разговор в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и располагать их в правильном по­рядке. Во время делового телефонного разговора необходимо создать атмосферу взаимного доверия.

Эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения.

По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рацио­нальному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нару­шению логических связей в словах, аргументации, создают усло­вия для неверной оценки партнера, его предложений. Сущест­венное значение имеет также умелое проявление экспрессии. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он гово­рит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых про­блем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь вам поможет правильное использование ме­тодов внушения и убеждения. Как это сделать, при помощи ка­ких средств? Голос, тон, тембр, интонации внимательному слу­шателю говорят очень много. По данным психологов, тон, ин­тонация могут нести до 40% информации. Нужно только обра­щать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника.

Если ваш собеседник проявляет склонность к спорам, выска­зывает в резкой форме несправедливые упреки, в его тоне зву­чит самомнение, то наберитесь терпения и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, переведите разго­вор на спокойный тон, частично признайте его правоту, постарайтесь понять мотивы его поведения. По­старайтесь кратко и ясно изложить свои аргументы. Ваши дово­ды должны быть правильными по существу и грамотно изложе­ны по форме. В разговоре старайтесь не допускать выражения типа: «идет», «добро», «лады», «пока» и т.п. В телефонном разговоре также лучше не употреблять специфические, профес­сиональные выражения, которые могут быть непонятны собе­седнику.

Надо помнить, что телефон усугубляет недостатки речи; бы­строе или замедленное произношение слов затрудняет воспри­ятие. Особенно следите за произношением чисел, имен собст­венных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, поселков, имена собственные, фамилии и т.п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по сло­гам или даже передавать по буквам.

Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например:

- Как Вы меня слышите ?

- Не могли бы Вы повторить... ?

- Извините, очень плохо слышно.

- Простите, я не расслышал, что Вы сказали, и т.п.

Прежде чем позвонить кому-либо, вспомните: длительное воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе (поэтому сами старайтесь снимать с аппарата трубку, как только услышите звонок), ненужные телефонные разговоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных вопросов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокой­ных условиях, т.е. мешают работать тем, кто находится рядом.

Звонок но домашнему телефону деловому партнеру, сослу­живцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили – начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не полу­чено предварительное согласие на этот звонок.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30-40% за­нимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лиш­ние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тща­тельно готовиться: заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса органи­заций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п.

До того как вы решили набрать номер, следует точно опре­делить цель разговора и свою тактику его ведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте поря­док постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих от­ношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргу­менты собеседника и свои ответы ему. Если обговариваете не­сколько вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С помощью стан­дартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого. На­пример:

- Итак, по этому вопросу мы договорились?!

- Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?

- Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?

- Таким образом, две машины Вы поставите нам не позже пер­вого квартала?

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопро­сом, требующим однозначного ответа.

При подготовке к деловой беседе по телефону постарайтесь от­ветить себе на следующие вопросы:

1) какую главную цель вы ставите перед собой в предстоя­щем телефонном разговоре;

2) можете ли вы вообще обойтись без этого разговора;

3) готов ли к обсуждению предлагаемой темы собеседник;

4) уверены ли вы в благополучном исходе разговора;

5) какие вопросы вы должны задать;

6) какие вопросы может задать вам собеседник;

7) какой исход переговоров устроит (или не устроит) вас, его;

8) какие приемы воздействия на собеседника вы можете ис­пользовать во время разговора;

9) как вы будете вести себя, если ваш собеседник:

• решительно возразит, перейдет на повышенный тон;

• не отреагирует на ваши доводы;

• проявит недоверие к вашим словам, информации.

Для подготовки к деловому разговору по телефону, в особен­ности междугородному и международному, лучше подготовить специальный бланк, в котором будущий разговор записывается с учетом прогнозируемых ответов.

Заключение

Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких этических норм и принципов, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность.

Точность. Одна из важнейших этических норм, присущих деловому человеку. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

Честность. Включает не только верность принятым обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

Корректность и такт. Не исключает настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний и т.д.

Умение выслушать. Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

Конкретность. Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной, и включать факты, цифровые данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнерам. Речь должна подкрепляться схемами и документами.

Негативный исход деловой беседы или переговоров не является основанием для резкости или холодности при завершении переговорного процесса. Прощание должно быть таким, чтобы в расчете на будущее позволило сохранить контакт и деловые связи.

Сложившиеся нормы нравственности являются результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные отношения, ибо нельзя существовать не уважая друг друга, не налагая на себя определенных ограничений.

Правила этикета выработаны столетиями и направлены в частности на предотвращение конфликтов и улучшение отношений между людьми.

Деловой человек, действующий по правилам этикета, производит наилучшее впечатление на окружающих, не прикладывая к этому дополнительных усилий и сохраняя при этом собственное достоинство.

Список использованной литературы

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.

2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. – М., 2001.

3. Кузнецов И.Н. Деловое общение: деловой этикет. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

4. Охотский Е.В. Государственная служба: культура поведения и деловой этикет. Учебное пособие. М.: РАГС, 2006.