

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Многочисленные контакты с представителями зарубежных стран стали повседневной практикой.

Довольно часто общение лиц, участвующих в международных коммерческих переговорах, может протекать без участия переводчиков, особенно если требуется использование языков, имеющих мировое распространение, - английского, французского, немецкого.

Однако когда от простого общения надо перейти к тщательной проработке каждого пункта договора, где неточное слово или выражение может привести к непредвиденным убыткам одной или обеих сторон, к неправильному или даже незаконному получению или использованию прибыли и другим неприятностям, лучше не рисковать и прибегнуть к услугам переводчика.

Кроме того, необходимость использования таких языков, как арабский, финский, китайский, корейский, также, как правило, требует работы переводчиков, так как эти языки менее популярны в мире.

Как правило, каждая из сторон, участвующих в переговорах, включает в состав группы своего переводчика, а может быть, и нескольких.

В деловых встречах и переговорах переводчик находится в своеобразном положении. С одной стороны, его услуги необходимы, а следовательно, он - обязательный участник переговоров. Но своеобразие его положения в том и состоит, что, с другой стороны, при всей своей необходимости его не должно быть заметно, он должен быть «невидимкой». Это не самостоятельный участник деловых переговоров, это «инструмент», с помощью которого процесс деловых международных переговоров протекает наиболее эффективно.

Используя услуги переводчика, участник переговоров во время перевода предыдущей фразы имеет дополнительное время на обдумывание высказанных им

идей и предложений, поскольку время, затрачиваемое переводчиком на перевод предыдущей фразы, для участника переговоров - пауза, позволяющая лучше обдумать будущие слова, сконцентрировать свое внимание на смысле и содержании своих будущих фраз.

Переводчик не имеет возможности высказывать собственные мысли, это только посредник, однако он обязан абсолютно точно передавать на двух языках не только смысл высказываний, но и их эмоциональную окраску, стиль речи говорящего, даже темп речи и интонационный строй, по возможности, конечно. Такое «вживание» в образ того, чью речь приходится переводить, требует от переводчика большого физического и эмоционального напряжения.

Принципы делового этикета

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере Р.Н. Ботавина «Этика деловых отношений».. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является **регламентированность**, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Известны "писанные" и "неписанные" нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется **деловым этикетом**. Его основная функция - формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность. Современный отечественный служебный этикет имеет интернациональные признаки, потому что его основы фактически были заложены в 1720 году "Генеральным регламентом" Петра I, в котором были заимствованы зарубежные идеи.

Деловой этикет включает в себя две группы правил:

- нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
- наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные) А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова «Этика деловых

отношений»..

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило бесппроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- Обсуждение интересующей проблемы;
- Решение проблемы.
- Завершение контакта (выход из него).

Деловой этикет

Определение этикета как установленного порядка проведения где-либо дает наиболее общее представление о нем. *Деловой этикет* богаче по своему содержанию, поскольку относится к данной категории как особенное к общему. Деловой этикет -- важнейшая сторона морали профессионального поведения предпринимателя. У отечественных начинающих бизнесменов срывается множество выгодных сделок, особенно с иносфирмами, из-за того, что они не знают правил делового этикета. А еще чаще их "подставляют" различные консультанты и секретарши. У многих "новых русских" дурной вкус заметен в одежде, манерах поведения А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова «Этика деловых отношений»..

В результате "новые русские", их консультанты и секретарши становятся предметом молчаливой и нелюбезной критики со стороны партнеров. Уважающие себя и честь своей фирмы предприниматели после первой же встречи прекращают все переговоры. А причиной тому -- поведение "новых русских",

оценить которое можно словами из знаменитой сказки про старуху, которая "ни ступить, ни молвить не умеет".

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, и отечественным бизнесменам надо ввести наказание для тех, кто выставляет на посмешище не только себя, но и тень на российское предпринимательство. Может быть, ввести даже экзамен на знание делового этикета.

Итак, знание делового этикета -- основа предпринимательского успеха.

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

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 Александрович!», тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчеркивает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймет, вы цените его, да и звучание собственного имени -- прият 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 личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное положение. Такое приветствие говорит о культуре человека и создает ему репутацию деликатного, воспитанного, тактичного 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.

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.

Но кроме правил этикета для всех существует также *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. От новичка они 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.

Деловой этикет -- результат длительного отбора правил 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 это?" Можно следовать и данному принципу. Однако если хотите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета просто обязательно.

Культура поведения в деловом общении немислима 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", "сударь" и "сударыни". Среди других социальных групп подобные обращения пока широко не прививаются, и мы часто наблюдаем, как 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 унижительные фразы: "Эй, мужчина, подвиньтесь", "Женщина, пробейте билет" и т. д.

Среди деловых людей обращение "господин" 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 нашими 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 Р.Н. Ботавина «Этика деловых отношений»..

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой вопрос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно несколько раз: "Как дела?", всегда необходимо помнить о чувстве меры. Не ответить ничего или 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 ответить примерно следующее: "Спасибо, нормально", "Спасибо, жаловаться грех" и т. п., интересуясь, в свою очередь: "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".

Речевое общение

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", "О, кей" и т. п.

Но следует избегать таких явно язвительных пожеланий, как "Вашему теленку злого волка съесть".

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют к о м п л и м е н т ы -- приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности в бизнесе, подчеркивающие вкус в одежде, внешности, сбалансированность поступков партнера, т. е. оценка ума делового партнера. Не напрасно героиня популярного когда-то фильма "Старшая сестра" говорила, что 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 вы имеете дело с партнером-женщиной, -- 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 да, к примеру, потерпевшим на первых порах неудачу. Не случайно в японских фирмах запрещена открытая критика своих работников: фирме это невыгодно, так как трудовая активность и инициатива снижаются.

Имидж делового человека

Важно также соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида. Совсем не обязательно надевать сверхмодный костюм. Важно, чтобы к был в приличном состоянии, не висел на вас мешком, а брюки не должны напоминать засаленную старую гармошку. 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, глаженной, 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 всюду окружают люди, которые с той или иной степенью пристрастности изучают вас.

Этикет делового телефонного разговора

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 многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Очень часто первым шагом на пути к заключению делового договора является телефонный разговор.

У телефонного разговора по сравнению с письмом одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией независимо от расстояния. к деловому т е л е ф о н н о м у р а з г о в о р у надо тоже тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводит к значительным потерям рабочего времени (до 20--30%). Так утверждает американский менеджер А.Маккензи. Среди 15 главных причин потерь 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 речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова «Этика деловых отношений»..

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 в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Еще 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.

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. Поэтому можно сделать выводы о том, что эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения. 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 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 принять мотивы его поведения. Постарайтесь коротко и ясно изложить ему свои аргументы. Ваши доводы должны быть правильными по существу и грамотно изложены по форме. В разговоре постарайтесь не допустить выражений типа: «идет», «лады», «пока» и т.п. В телефонном разговоре также лучше не употреблять специфические, профессиональные выражения, которые могут быть непонятны собеседнику.

Список используемой литературы

- 1. Жутовская Н.М. "Мир истории". №5, 2000.
- 2. Р.Н. Ботавина «Этика деловых отношений».
- 3. А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова «Этика деловых отношений».
- 4. Емышева Е. «Некоторые особенности ведения переговоров с представителями разных стран».