

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Деловое общение – форма общения, опирающаяся на принципы делового этикета, направленная на взаимодействие с лицами или группой лиц (организации) для осуществления взаимовыгодных результатов.

Деловое общение — это необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своими подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы. Какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении. Он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.

В связи с развитием технологий мы не рассматриваем в этой работе правила этикета работы с факсом и простыми письмами, первое уже не актуально, а большинство писем уже должны отвечать юридическим требованиям, иметь текст-оферту, или маркетинговым, краткое и ясное изложение предмета, чтобы с первых четырех слов, партнер был по крайней мере заинтересован дочитать до конца документ.

Этика делового общения

Этика — учение о морали нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные

поступки.

Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как должно себя вести. Мораль всегда предполагает наличие определенного нравственного идеала, образца для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т.е. в различные исторические эпохи и у разных народов. Однако в морали должное далеко не всегда совпадает с сущим, с реально существующей нравственной реальностью, фактическими нормами поведения людей. Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

В этом противоречии между должным и сущим заключена и противоречивая сущность мотивации общения (в том числе и делового общения и поведения человека). С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно должным образом, а с другой — ему необходимо удовлетворить свои потребности, реализация которых очень часто связана с нарушением нравственных норм. Этот внутренний конфликт между возвышенным идеалом и практическим расчетом, нравственным долгом и непосредственным желанием существует всегда и во всех сферах жизни. Но особенно напряженно он проявляется в этике делового общения, потому что именно в этом виде общения основной предмет, по поводу которого оно образуется, является внешним для индивидов.

Общение — процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности.

Чтобы общение происходило беспрепятственно, оно должно состоять из следующих этапов:

1. Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
2. Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
3. Обсуждение интересующей проблемы;
4. Решение проблемы.

5. Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта — оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений — это, прежде всего получение максимальной прибыли.

Следовательно, этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности для извлечения прибыли, материальных, социальных и других благ.

Требования этикета не являются абсолютными: соблюдение их зависит от места, времени и обстоятельств.

Этика делового общения представляет собой частный случай этики вообще и содержит ее основные характеристики.

В социально-философском плане этика делового общения определяется общественно-экономическим строем общества, структурой его социальной организации и господствующим типом общественного сознания.

Этикет—явление историческое. Правила общения людей изменялись с изменениями условий жизни, 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.

Нормы этикета, в отличие от норм морали являются условными, они носят как бы характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил и взаимоотношений.

Особым видом профессиональной этики выступает экономическая этика ("деловая этика", "этика бизнеса"). Экономическая этика - это совокупность норм поведения предпринимателя, требования предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику. Это - адаптированные к практическим нуждам бизнесмена сведения об этических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и облику делового человека. Это - этика ведения переговоров с партнерами, этика составления документации, использование этических методов конкуренции и другие сферы проявления профессиональной этики.

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 иностранными фирмами, из-за того, что они не знают правил делового этикета.

Деловой этикет - это нормы, регламентирующие стиль работ, манеру общения между фирмами, имидж бизнесмена и т.д. Этика предпринимательства не может возникнуть по субъективному желанию. Условиями её формирования являются: политическая и экономическая свобода, сильная исполнительная власть, стабильность законодательства, пропаганда, право,

Основными постулатами этического кодекса предпринимателя являются следующие:

- он убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества в целом;
- исходит из того, что люди, окружающие его хотят и умеют работать;

- верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество;
- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- уважает любую собственность, общественные движения, уважает профессионализм и компетентность, законы, ценит образование, науку и технику.

Эти основные принципы этики делового человека могут быть конкретизированы применительно к различным сферам его профессиональной деятельности.

Для России проблемы экономической этики приобретают большое значение. Это объясняется стремительным формированием рыночных отношений в нашей стране.

Профессиональная этика общества не может представлять абсолютную и окончательную истину в поведении людей. Каждое поколение должно решать их вновь и вновь самостоятельно. Но новые разработки должны опираться на моральный запас, созданный предшествующими поколениями.

В настоящее время возрастает значение профессиональной этики в регулировании различных видов трудовой деятельности. Это связано со стремлением постоянно совершенствовать профессиональные нормы применительно к изменяющимся общественным отношениям.

Правила этикета

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, Сергей 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 — 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 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. 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.

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 составляет этикет делового общения. Вот одно из определений этикета деловых отношений — это свод поведения в бизнесе, который представляет внешнюю сторону делового общения.

Правила делового этикета помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. 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 индивидуальности. Социальная роль, которую играет, тот или иной человек, не должна быть самодовлеющей, 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, но только в том случае, если научиться верить в порядочность людей. Нельзя при первой встрече обнаружить даже признак того, что вы представляете его как «темную лошадку», стремящуюся вас обязательно обойти, а говоря проще — обмануть. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: деловой партнер — хороший человек! Если, конечно, он не доказал своими поступками обратного.

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». 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.

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.

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.

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. оценка ума делового партнера. 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.

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. Справедлива поговорка «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.

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

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.

Дейл Карнеги еще в 30-е годы заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах, даже в технической сфере или инженерном деле, процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди personal public relation (весьма приближенно можно перевести как "деловой этикет"). Джен Ягер в книге "Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса" выделяет шесть следующих принципов:

1. Пунктуальность (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 процентов к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.

2. Конфиденциальность (не болтайте лишнего). Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет также необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.

3. Любезность, доброжелательность и приветливость. В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.

4. Внимание к окружающим (думайте о других, а не только о себе). Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.

5. Внешний облик (одевайтесь как положено). Главный подход - вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения - в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Важное значение имеют тщательно подобранные аксессуары.

6. Грамотность (говорите и пишете хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

Этические нормы общения по телефону

Главные требования культуры общения по телефону - краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Телефон налагает на того, кто им пользуется, и ряд иных требований. Ваш собеседник не может оценить, ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы и ее продолжительность; молчание; интонация, выражающая энтузиазм и согласие или обратные реакции. Много значит, как быстро человек снимает трубку - это позволяет судить о том насколько он занят, до какой степени заинтересован, чтобы ему позвонили.

Джен Ягер выделяет такие наиболее важные принципы этики общения по телефону:

1. Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка.
2. Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.

3. Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.
4. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.
5. Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.
6. Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.
7. Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника по какому номеру перезвонить и кого позвать.

Правила по проведению телефонных переговоров. Руководители многих компаний передают большое значение обучению персонала ведению деловых переговоров по телефону. Разрабатываются правила, проводится массовое обучение, тренировка и тестирование сотрудников. Все эти мероприятия направлены к тотальному управлению качеством обслуживания клиентов.

Ниже приводится перечень общепринятых правил по проведению телефонных переговоров, разработанный администрацией Коммерческий Банк "ГРАН" (г..Екатеренбург) для своих сотрудников.

Если звонят Вам:

1. Поднимайте трубку до четвертого звонка телефона.
2. Ни в коем случае не ведите разговор через установку громкой связи, не предупредив.
3. Говорите: "Здравствуйте, (название организации), (название отдела или должность сотрудника, имя)"
4. Категорически исключайте из употребления обращения: "Алло...", "Я Вас слушаю..." и подобные обращения в безличной форме.
5. Спрашивайте: "Чем я могу Вам помочь?".

6. Концентрируйте внимание на одной беседе и внимательно слушайте собеседника. (Не пытайтесь вести два разговора сразу. При одновременном проведении телефонных переговоров и наличии клиента, необходимо выбрать приоритетный вариант и попросить вторую сторону подождать, но не затягивать время ожидания более 30 секунд. В случае превышения данного периода, либо оставить номер телефона клиента, с обязательством перезвонить через определенное время, либо попросить другого свободного сотрудника закончить Вашу работу на Вашем рабочем месте; не заставляйте клиента ждать и бегать.)
7. Ответы должны быть четкими, лаконичными.
8. Если на линии плохая слышимость, не следует повышать голос по собственной инициативе, т.к. вполне возможно, что собеседник слышит Вас прекрасно, просто попросите его говорить погромче, и спросите при этом как он слышит Вас.
9. Не давайте выхода отрицательным эмоциям. (В тысячу раз предпочтительнее, если Вы переключите сложного клиента на другого сотрудника, компетентного в его вопросе, чем внесете напряженность в его отношения с Организацией своей несдержанностью.)
10. Следите за своей дикцией, говорите внятно.
11. Содержательно отвечайте на все вопросы.
12. Предложите перезвонить, если это требуется для выяснения деталей.
13. Используйте бланки для заметок для фиксации содержания переговоров.
14. Если клиент высказывает по телефону жалобу, дайте ему выговориться до конца; выразите сочувствие; если виноваты Вы, извинитесь, запишите его имя и телефон и попытайтесь решить его проблему.
15. "Вытягивая" из клиента информацию, используйте вопросы: "что?", "когда?", "где?", "как?", избегая вопроса "почему?".
16. После окончания беседы необходимо попрощаться с клиентом и подождать пока он первым положит трубку. (Кто первым начал разговор, кто позвонил, тот и должен заканчивать.)

При телефонных разговорах следует избегать следующих выражений:

1. “Я не знаю...” Лучше сказать: “Хороший вопрос... Разрешите я уточню это для Вас.”
2. “Вы должны...” Лучше сказать: “Для Вас имеет смысл...”, или “Лучше всего было бы...”.
3. “Подождите секунду, я скоро вернусь...” Лучше сказать: “Для того, чтобы найти нужную информацию, может потребоваться две-три минуты. Вы можете подождать?”
4. “Нет”. Лучше сказать: “Мы не в состоянии сделать то-то, но готовы предложить следующее....”

Если звоните Вы:

1. Четко сформулируйте себе, с какой целью собираетесь звонить и каково должно быть содержание будущего разговора. (Для особо сложных переговоров лучше составить перечень вопросов, которые Вы собираетесь задавать на бумаге, так Вам будет проще проследить за полнотой и непротиворечивостью ответов.)
2. Оптимальное время для телефонного звонка определяется по трем признакам:
 - а) Когда, по Вашему предположению, Ваш звонок будет удобнее для абонента;
 - б) Когда к нему проще дозвониться;
 - в) Когда Вам будет удобнее позвонить.
3. После соединения представьтесь: “Здравствуйте, ресторан “Брю Баррель”, вас беспокоит официант Александр”, и здесь уже задавайте подготовленные Вами вопросы.

Этика и психология групповых форм делового общения, деловых бесед и переговоров.

Этика групповых форм делового общения

Наряду с диалоговым общением, существуют различные формы группового обсуждения деловых (служебных) вопросов. Наиболее распространенными формами являются совещания и собрания.

К совещаниям предъявляется ряд этических требований, регулирующих взаимоотношения как между начальниками и подчиненными, так и между его участниками. Так, этически оправданным со стороны начальника будет приглашение участников на совещание, на котором планируется рассмотрение важного вопроса, не по телефону через секретаря, а письменно или в личном общении. Уважение к аудитории проявляется в создании хотя бы минимума комфорта (подбор помещения в соответствии с количеством участников, необходимое освещение, проветриваемость помещения, обеспечение возможности записать необходимую информацию и т.д.). Основным элементом собрания или совещания - дискуссия по решаемым вопросам, главная цель которой - поиск истины. Дискуссия эффективна только в том случае, если она проводится с соблюдением этически ориентированных норм поведения людей в процессе делового общения. Так, И. Браим отмечает, что:

- В дискуссии необходимо уважительное отношение к чужому мнению, даже если оно на первый взгляд кажется абсурдным. Для того, чтобы понять чужое мнение, в первую очередь, необходимо набраться терпения, мобилизовать внимание и выслушать его;
- Необходимо придерживаться одного предмета спора. Не допускать ситуации, выраженной в поговорке: "Один про Фому, другой про Ерему";
- Нельзя превращать дискуссию в конфликт. В споре нужно искать точки сближения мнений и суждений, стремиться к поиску общих решений. Это не означает отказа от своего мнения при уверенности в своей правоте, однако, подвергать сомнению правоту своей позиции полезно;
- В любой самой острой дискуссии нельзя использовать бранные слова и запугивающие заявления (это неверно, это ерунда, глупости говорите и т.д.), а ирония и сарказм, хотя и допускаются, но должны употребляться, не оскорбляя и не унижая оппонентов;
- Главное оружие в дискуссии - факты и их добросовестная интерпретация;
- Признавайте свою неправоту; - проявляйте благородство: если оппоненты потерпели поражение в дискуссии, дайте им возможность спасти свою репутацию, не злорадствуйте по поводу их поражения.

Деловые беседы и переговоры осуществляется в вербальной форме (англ. verbal - словесный, устный), а это требует от участников общения не только грамотности,

но и следования этике речевого общения.

Деловая беседа включает обмен мнениями и информацией и не предполагает заключения договоров или выработку обязательных для исполнения решений. Она может иметь самостоятельный характер, предварять переговоры или быть их составной частью.

Переговоры имеют более официальный, конкретный характер и, как правило, предусматривают подписание документов, определяющих взаимные обязательства сторон (договоров, контрактов и т.д.).

Ход переговоров укладывается в следующую схему: начало беседы - обмен информацией - аргументация и контраргументация - выработка и принятие решений - завершение переговоров.

Первым этапом переговорного процесса может быть ознакомительная встреча (беседа), в процессе которой уточняется предмет переговоров, решаются организационные вопросы, или встреча экспертов, предваряющая переговоры с участием руководителей и членов делегаций. Успех переговоров в целом во многом зависит от результатов таких предварительных контактов.

Заслуживают внимания шесть основных правил (этических норм) отношений между партнерами на переговорах и рекомендации по их реализации, предлагаемые американскими специалистами:

1. Рациональность. Необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.
2. Понимание. Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.
3. Общение. Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.
4. Достоверность. Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.
5. Избегайте менторского тона. Недопустимо поучать партнера. Основной метод - убеждение.

6. Принятие. Постарайтесь принять другую сторону и будьте открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

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.

И последнее, 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.

Организация. Необходимо строго соблюдать заранее согласованные договоренности о месте, времени и составе участников встречи (кто, где и когда будет встречаться). Только при настоятельной необходимости можно вносить изменения в заранее утвержденный план. Так, если вы намерены встретиться с кем-то с глазу на глаз, а приглашенный звонит вам и объявляет, что он намерен явиться со своим секретарем и кем-то еще, вы должны решить, отвечает ли встреча в подобном составе вашим интересам и стоит ли ее действительно

проводить.

Когда вы заинтересованы в беседе, можно подчеркнуть свое уважение к человеку, назначив место встречи поближе к месту его работы.

Визитные карты и электронная почта

Визитные карточки. В настоящее время визитные карточки широко используются в деловых отношениях. Обмен визитными карточками ведётся строго по ранжиру, начиная с самых высокопоставленных членов делегации. Если партнёры находятся на одном должностном уровне, первым вручает визитную карточку младший по возрасту. Если Вы встречаетесь в Вашем офисе, этикет обязывает Вас первым вручить визитную карточку, так как хозяева делают это первыми. Вручая визитную карточку, произнесите свою фамилию вслух, чтобы партнёр мог без ошибок её произносить. Принимая визитную карточку, прочитайте вслух имя партнёра и усвойте его должность.

Во время переговоров следует положить карточки перед собой, расположив их в том же порядке, в каком сидят партнёры.

Ни в коем случае нельзя мять чужие визитные карточки, делать на них пометки, вертеть в руках на глазах хозяина. Это воспринимается как знак неуважения.

Если Вы не застали партнёра в офисе, оставьте свою визитную карточку у секретаря, загнув верхний правый угол, а затем расправив его. Загиб свидетельствует, что Вы лично оставили визитную карточку, а это воспринимается как знак наибольшего уважения и почтения. Карточка может быть передана и с шофёром или курьером, но в этом случае она не погибает. Считается грубым нарушением этикета, если загнутую карточку поручают завести курьеру или шофёру. На полученные по почте или завезённые визитные карточки следует отвечать также визитными карточками в течение 24 часов.

Электронная почта

Сейчас у топ-менеджеров до 60% своих контактов с партнерами совершается по электронной почте. Учитывая такое количество контактов, наиболее важным проявлением своей культуры, становится работа с почтой.

Игорь Манн выделил несколько правил:

1. Всегда отвечайте на письмо в той же теме. Не разрывайте цепочку писем.
2. Всегда отвечайте на письмо, если оно написано лично вам.
3. Можете не читать письма по рассылке.
4. Всегда пишите тему письма.
5. Проверяйте текст письма в словаре.
6. Не сокращайте слова.
7. Подписывайте и оставляйте контакт. Чтобы ваш партнер знал каким способом удобным для вас он мог связаться.

Заключение

В заключение данной работы можно сделать краткие выводы:

Этика делового общения представляет собой частный случай этики вообще и содержит ее основные характеристики.

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.

Этика делового общения – это учение о проявлении морали и нравственности в деловом общении, взаимоотношениях деловых партнеров.

Основные принципы деловых отношений дают конкретному сотруднику в любой организации этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий и т.п.

Принципы этики деловых отношений служат основанием для выработки каждым сотрудником любой фирмы собственной личной этической системы.

Культура устной и письменной речи часто бывает сердцевинной профессиональной этики. Важными показателями является стиль общения, функциональная грамотность.

В результате написания настоящей работы можно подвести итоги и сделать следующие выводы: овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей: менеджеров, экономистов и других.

Противоречие между этикой и бизнесом, весьма остро проявляется в деловом общении, причем на самых разных его уровнях: как между организацией и социальной средой, так и внутри самой организации. Между управляющими, предпринимателями и вообще деловыми людьми по отношению к указанному противоречию существуют две основные позиции.

Считающие себя прагматиками полагают, что в деловом общении и вообще в бизнесе этика сама по себе не нужна. Единственная обязанность управляющего корпорацией, работающего по найму у владельца бизнеса, любыми доступными средствами максимизировать прибыль, «делать как можно больше денег», всячески приспосабливаясь к нормам общества, воплощенным в законах и этических традициях.

С этой позиции, которую можно назвать «деловой макиавелизм», этические нормы и сам язык этики рассматриваются как помеха в деловом общении. В нем стараются избегать разговоров о морали, этических идеалах, долге и социальных обязанностях, поскольку в результате появляются «излишние», «не относящиеся к делу» проблемы, касающиеся моральной и социальной ответственности.

Крайним случаем не этического поведения бизнесменов, руководителей предприятий является нарушение закона. Но не этическим поведением следует также считать различного рода действия компаний, не предпринимающих различных мер для устранения дефектов в своей продукции, которые могут привести к вредным последствиям для населения. Поэтому в понятие этики делового общения входит и забота руководителей предприятий о качестве своей продукции, ответственность за тот вред, который она может нанести населению.

Вторая позиция по отношению к противоречию между этикой и бизнесом состоит в том, что соблюдение этических норм в деловом общении признается важным не только с точки зрения ответственности бизнесменов перед обществом и самими собой, но и необходимым для эффективности производства. В этом случае этика рассматривается не только как необходимый нравственный императив поведения, но и как средство, помогающее увеличить рентабельность, способствующее укреплению деловых связей и улучшению делового общения.

Думается, что этот подход является более цивилизованным и в конце концов более эффективным, так как предприятие – компонент общества, и утверждая этические нормы общения у себя, оно в то же самое время способствует их распространению и в социуме, окружающей социальной среде. А чем более благополучной

становится этическая атмосфера в обществе, тем более благоприятная обстановка создается для бизнеса. Вместе с тем неэтичное поведение и общение рано или поздно обернется, если и не прямыми экономическими убытками, то во всяком случае социальными и нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды.

Также

«И самое главное, когда разговариваете по телефону с деловым партнером, улыбайтесь! Он это чувствует». Игорь Манн.

Список использованной литературы

1. Игорь Манн. Курс (Тренинг) «Номер 1».
2. Браим М. Н. Этика делового общения. – Минск, 1996
3. Вихлянский С. С., Наумов А. И. Менеджмент.-М: ВШ, 1994.
4. Дебольский М. Психология делового общения. – М., 1991
5. Данкел Жаклин. Деловой этикет. Ростов-на-дону, Феникс. 1997.
6. Деловые отношения в предпринимательской деятельности. Курс деловой этики. – Симферополь, 1996
7. Честара Дж. Деловой этикет. – М., 1997.