

## Содержание:

image not found or type unknown



## ВВЕДЕНИЕ

Рассматривая образ жизни человека, мы замечаем, что в нем выделяются две стороны: контакты с природой и контакты с живыми существами. Первый тип контактов называют деятельностью, второй тип контактов характеризуется тем, что взаимодействующие друг с другом стороны обмениваются информацией. Этот тип контактов называют общением.

Общение - сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности; включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнера. Поэтому общение осуществляется не только в межличностных контактах, но и в социальных группах. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности.

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. 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.

При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты поведения людей. Эти стандарты прежде всего основаны на нормах морали и нравственности – деловой этике.

С учетом всего сказанного этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих

поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности. Она представляет собой частный случай этики. Соблюдение этики деловых отношений является одним из главных критериев оценки профессионализма, как отдельного сотрудника, так и организации в целом. Выполнение сотрудниками какой-либо организации норм и правил этики деловых отношений становится ее «визитной карточкой» и определяет во многих случаях тот факт, будет ли внешний партнер или клиент иметь дело с данной организацией в дальнейшем и насколько эффективно будут строиться их взаимоотношения.

Поэтому работодатели в последнее время все больше внимание вопросам этики деловых и личностных взаимоотношений в коллективе при выполнении сотрудниками своей профессиональной роли.

Особенно важно этическое отношение руководителей: очень важно то, что они говорят, но еще важнее то, что они делают. Потому что этика отношений в организации во многом определяется этикой поведения ее руководителей. Так, например, если руководители используют средства организации в своих личных целях, то это может стать неписаной нормой поведения и для других сотрудников организации.

## **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ Этикет, как внешняя сторона делового общения**

В деловом общении помимо соблюдения этических норм важное значение имеет деловой этикет.

Наиболее общее определение этикета: это установленный порядок поведения где-либо. Этикет, принимаемый как культура поведения, правила хорошего тона, социально одобряемые манеры, предписывает нормы поведения на работе, в гостях, на деловых встречах и т.д.

Этикет – это в большей степени не внутренняя психологическая, а внешняя сторона делового общения. Деловой этикет обуславливает наиболее целесообразное поведение, способствующее успеху в деловых отношениях.

Этикет имеет исторический характер. Представляя собой, явление общественной культуры, этикет возник в период зарождения абсолютных монархий и выполнял роль возвеличивания царственных особ: императоров, королей, герцогов и т.п., и

для закрепления, подчеркивания социальных различий между чинами, сословиями, званиями, в имущественном положении.

В России во времена царствования Петра Первого стал насаждаться западный этикет. Бояре и дворяне по приказам царя должны были менять одежду, манеры и внешние формы поведения. В дальнейшем в России формировался этикет, который отвечал требованиям и особенностям национальной культуры.

В современном обществе число людей, посещающих разные страны, велико и все время растет, происходит сближение обычаев, нравов и этикетов. Если раньше для дворянства ориентирами хорошего поведения были испанский, а затем французские этикеты, то сегодня нормы поведения европейских народов настолько сблизились, что можно говорить о существовании общеевропейского кодекса хорошего тона. Этот кодекс практически не отличается от американского или русского кодексов хорошего тона. Здесь действуют основные правила и нормы хорошего поведения: вежливость, простота, достоинство, хорошее воспитание.

Перечисленные характеристики находят выражение в манерах поведения человека, его внешнем облике, речи, демонстрации отношения к другим людям.

Роль одежды в деловом общении очень значительна. Одежда несет многомерную информацию о своем обладателе:

- о его экономических возможностях;
- об эстетическом вкусе;
- о принадлежности к определенной социальной группе, профессии;
- об отношении к окружающим людям;

Психологически значимо:

- умение подобрать одежду;
- умение ее носить;
- умение пользоваться разнообразными аксессуарами.

Существуют рекомендации в отношении одежды.

**Для мужчин:**

Рубашка должна быть светлее костюма, а галстук темнее рубашки.

Галстук в завязанном виде достает пряжку ремня, не слишком яркий и броский.

Ширина галстука должна гармонировать с шириной лацкана пиджака.

Воротник рубашки - без морщинок и складочек, манжет ниже запястья, на 1см высовывается из-под рукава пиджака.

Белые и однотонные рубашки – свидетельство вашего вкуса и авторитета; хороши также пастельные тона, но чем бледнее тем лучше.

Не носите в деловой обстановке; красную, серую, желтую, зеленую рубашку, с коротким рукавом.

Наиболее распространенный костюм – темно-синий или темно-серый. Для каждого дня не рекомендуется черный костюм.

В целом мужчина должен выглядеть солидным и уверенным в себе, деловым и привлекательным, внушающим доверие, не без претензий на изящество и элегантность.

### **Для женщин:**

Самое авторитетное деловое платье – серое в мелкую полоску (рукав длинный).

Лучшие цвета – темно-синий, ржаво-коричневый, темно-коричневый, серый в разных оттенках.

Предпочтительна однотонная ткань, а также разные варианты полосок и клеток.

Придает авторитетность платье с жакетом в тон.

Наименее подходящие цвета: оранжевый, зеленый, желтый, нежно-голубой, бледно-розовый.

Не надевают в деловой обстановке босоножки.

Предпочтительны туфли-лодочки темного цвета с каблуками не более 4 см.

Обязательны чулки натурального цвета.

Деловая женщина не должна позволять индустрии мод целиком определять выбор своей одежды и позволять своему социальному происхождению влиять на манеру

одеваться.

Что касается аксессуаров, то само это слово подразумевает нечто второстепенное. Но часто именно второстепенные предметы создают весь облик делового человека.

При использовании аксессуаров необходимо чувство меры. В деловой обстановке женщина носит не более двух предметов, а у мужчин чем меньше украшений, тем лучше. Ремень может быть любым, но без вычурных пряжек. Бумажник, ручка, часы, зажигалка должны находиться в соответствии между собой по цене.

Если при общении с деловыми партнерами будут учитываться все выше перечисленные рекомендации, будут соблюдаться правила и нормы хорошего поведения, этики - ваше деловое общение принесет только положительный результат.

## **Этические требования к выступлению**

Публичное выступление – это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная и торговая речь.

Подготовка к любому ораторскому монологу начинается с определения его темы и цели. Тему определяет либо сам оратор, либо те, кто приглашает его произнести речь. Название выступления должно быть ясным, четким, по возможности кратким. Оно должно отражать содержание речи и привлекать внимание слушателей. При разработке повестки для совещаний необходимо особое внимание обращать на формулировку тем докладов и сообщений.

Приступая к разработке текста, необходимо определить цель выступления. Говорящий должен ясно представлять, какой реакции он добивается. Основные цели публичного монолога – сообщение и воздействие.

Важно оценить состав будущей аудитории, заранее настроиться на своих слушателей, учитывая такие факторы: образовательный уровень, направление образования, познавательные интересы, пол, возраст, отношение к теме и к оратору.

Обращаясь к молодежи, нельзя заигрывать, льстить, поучать, упрекать в незнании, некомпетентности, подчеркивать свое превосходство, уклоняться от острых проблем и вопросов. Перед слушателями с высоким уровнем профессиональной или научной подготовки нельзя выступать, если нет новых взглядов, подходов к решению проблемы, нельзя допускать повторы, тривиальные суждения, демонстрировать свое превосходство, злоупотреблять цифрами, цитатами, уклоняться от существа проблемы.

В неоднородной аудитории произносить речь труднее. Надо, по возможности, адресовать какой-то фрагмент каждой группе. Заранее продумать о том, что сказать отдельным, особо авторитетным, важным персонам, если вы знаете, что они придут.

Необходимо также выяснить численность аудитории. Чем больше аудитория, тем проще, нагляднее следует говорить. Большим количеством слушателей сложнее управлять.

Знание своих слушателей, «прицельная» подготовка речи приобретают особое значение при обсуждении какого-то трудного вопроса в узком кругу специалистов, деловых людей.

Надо выяснить также после каких других речей планируется ваше выступление. Ведь каждая последующая речь должна быть интереснее по содержанию и форме, чем предыдущая.

Следует помнить, что «живой» опыт всегда хорошо воспринимается слушателями, он убедителен и ему верят.

Насыщенность речи тем или другим типом материала зависит от жанра. Так, в отчетном докладе требуется приводить множество фактов, чтобы доказать положения и убедить слушателей. Материал выступления должен быть достоверным. Предварительно проверяют точность информации, цифр, дат, цитат, имен.

Репетиция представляет собой произнесение текста мысленно либо вслух, лучше перед зеркалом. Надо найти такую позу, в которой вы чувствуете себя легко и удобно, и постараться ее запомнить; изучить лицо – расправить нахмуренные брови, мимические морщины; продумать жесты, приемы установления контакта.

Иногда на совещаниях, заседаниях, собраниях, встречах приходится выступать экспромтом. При этом требуется большая мобилизация памяти, энергии, воли. Импровизация возможна только на базе больших знаний, владения риторическими навыками.

После выступления говорящий часто отвечает на вопросы слушателей, что требует от оратора быстрой реакции, доброжелательности, владения юмором. Ответ выступающего предназначен всем присутствующим.

Методика ораторского искусства рекомендует не торопиться с ответом, а сначала убедиться, что вопрос правильно понят; отвечать лаконично, ясно и по существу, не давать необоснованных или сомнительных ответов; иметь под рукой справочный материал для тех, кто хочет получить более подробное обоснование ваших предположений.

Как бы не интересна была тема, внимание аудитории со временем притупляется. Его необходимо поддерживать с помощью следующих ораторских приемов:

Вопросно-ответный прием. Оратор ставит вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам.

Переход от монолога к диалогу (полемике) позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать их интерес.

Прием новизны информации, гипотез заставляет аудиторию предполагать, размышлять.

Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.

Показ практической значимости информации.

Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.

Краткое отступление от темы дает возможность слушателям «отдохнуть».

Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления.

Перечисленные языковые средства контакта помогают преодолеть «барьер», служат объединению говорящего со слушателями.

## **Этика делового общения в организации**

Анализируя межличностное общение сотрудников внутри организации, чаще ограничиваются лишь контролем исполнения общепринятых правил поведения работника прописанных в уставе предприятия, либо должностной инструкцией. Однако, между сторонами того или иного вида делового общения, существует своя специфика. Задача и состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые не только соответствовали любому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

Особое внимание следует обратить на золотое правило этики общения: «Относитесь к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам». Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать следующим образом: в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступай так, чтобы твоя воля была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон.

Поэтому современные организации учитывают этику делового общения не только в отношениях между предприятием и социальной средой, между предприятиями, но и внутри одного предприятия – между руководителем и подчиненными, между подчиненным и руководителем, между людьми одного статуса. То есть общение классифицируют по отношению статуса субъектов, по видам: «сверху-вниз» (руководитель-подчиненный), «снизу-вверх» (подчиненный-руководитель), «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник).

### **Этика делового общения «сверху-вниз»**

В деловом общении «сверху-вниз», т.е. в отношении руководителя к подчиненному золотое правило этики можно сформулировать следующим образом: «Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель». Искусство и успех делового общения во многом определяются теми этическими нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчиненным. Под нормами и принципами имеется в виду то, какое поведение на

службе является этически приемлемо, а какое – нет. Эти нормы касаются прежде всего того, как и на основе чего отдаются распоряжения в процессе управления, в чем выражается служебная дисциплина, определяющая деловое общение. Без соблюдения этики делового общения между руководителем и подчиненным большинство людей чувствуют себя в коллективе дискомфортно, нравственно незащищенными. Отношение руководителя подчиненным влияет на весь характер делового общения, во многом определяет его нравственно - психологический климат. Именно на этом уровне формируются в первую очередь нравственные эталоны и образцы поведения. Отметим некоторые из них:

- стремитесь превратить вашу организацию в сплоченный коллектив с высокими моральными нормами общения. Приобщите сотрудников к целям организации. Человек будет только тогда чувствовать себя нравственно и психологически комфортно, когда произойдет его идентификация коллективом. Вместе с тем каждый хочет остаться индивидуальностью и хочет, чтобы его уважали таким, каким он есть.

- при возникновении проблем и трудностей, связанных с недобросовестностью, руководителю следует выяснить ее причины. Если речь идет о невежестве, то не следует бесконечно попрекать подчиненного его слабостями, недостатками. Подумайте, что вы можете сделать, чтобы помочь ему преодолеть их. Опирайтесь при этом на сильные стороны его личности.

- если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провел вас. Более того, если руководитель не сделал подчиненному соответствующего замечания, то он просто не выполняет своих обязанностей и поступает неэтично.

- замечание сотруднику должно соответствовать этическим нормам. Соберите всю информацию по данному случаю. Выберите правильную форму общения. Вначале попросите объяснить причину невыполнения задания самого сотрудника, возможно он приведет неизвестные вам факты. Делайте ваши замечания один на один - необходимо уважать достоинства и чувства человека. - критикуйте действия и поступки, а не личность человека. Тогда, когда это уместно, используйте прием «бутерброда» – спрячьте критику между двумя комплиментами. Закончите разговор на дружеской ноте и вскоре найдите время поговорить с человеком, чтобы показать ему, что вы не держите зла.

- никогда не советуйте подчиненному, как поступать в личных делах. Если совет поможет, вас скорее всего не поблагодарят. Если не поможет – на вас ляжет вся ответственность.
- не обрастайте любимчиками. Относитесь к сотрудникам как к равноправным членам и ко всем с одинаковыми мерками.
- никогда не давайте возможность заметить, что вы не владеете ситуацией, если вы хотите сохранить их уважение.
- соблюдайте принцип распределительной справедливости – чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.
- поощряйте свой коллектив даже в том случае, если успех достигнут главным образом благодаря успехам самого руководителя.
- укрепляйте у подчиненного чувство собственного достоинства. Хорошо выполненная работа, заслуживает не только материального, но и морального поощрения. Не ленитесь лишний раз похвалить сотрудника.
- привилегии, которые вы делаете себе, должны распространяться и на других членов коллектива.
- доверяйте сотрудникам и признавайте собственные ошибки в работе. Члены коллектива все равно так или иначе узнают о них. Но утаивание ошибок – проявление слабости и непорядочности.
- защищайте своих подчиненных и будьте им преданными. Они ответят вам тем же.
- выбирайте правильную форму распоряжения, учитывая прежде всего два фактора: 1) ситуацию, наличие времени для нюансов, 2) личность подчиненного – кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник или человек, которого нужно подталкивать на каждом шагу. В зависимости от этого следует выбирать и этически наиболее приемлемые нормы поведения и формы распоряжения. Формами распоряжения могут быть: приказ, просьба, запрос и так называемый «доброволец». Приказ, чаще всего следует использовать в чрезвычайной ситуации, а так же в отношении недобросовестных сотрудников. Просьба, используется в том случае, если ситуация рядовая, а отношение между руководителем и подчиненным основано на доверии и доброжелательности. Такая форма позволяет сотруднику высказать свое мнение на проблему в том случае, если она по каким-либо причинам не может быть решена. А если соответствующим

образом произнести фразу, то у сотрудника не возникнет никакого сомнения, что это приказ. Вопрос, «Есть ли смысл заняться этим?», «Как мы должны это сделать?». Лучше применять в тех случаях, когда вы хотите вызвать обсуждение, как лучше сделать работу или подтолкнуть сотрудника к тому, чтобы он взял инициативу на себя. При этом сотрудники должны быть добровольными и достаточно квалифицированными. В противном случае некоторые могут воспринять ваш вопрос как проявление слабости и некомпетентности. «Доброволец»: «Кто хочет это сделать?», подходит для такой ситуации, когда работу не хочет делать никто, но тем не менее она должна быть сделана. В этом случае доброволец надеется, что его энтузиазм будет соответствующим образом оценен в дальнейшей работе.

## **Этика делового общения «снизу-вверх»**

В деловом общении «снизу-вверх», т.е. в отношении подчиненного к своему начальнику, общее этическое правило поведения можно сформулировать следующим образом: «Относитесь к своему руководителю так, как вы хотели бы, чтобы к вам относились ваши подчиненные».

Знать, как следует обращаться и относиться к своему руководителю, не менее важно, чем то, какие нравственные требования следует предъявлять к своим подчиненным. Без этого трудно найти «общий язык» и с начальником, и с подчиненными. Используя те или иные этические нормы, можно привлечь руководителя на свою сторону, сделать своим союзником, но можно настроить его и против себя, сделать своим недоброжелателем.

Вот несколько необходимых этических норм и принципов, которые можно использовать в общении с руководителем:

- старайтесь помогать руководителю в создании в коллективе доброжелательной атмосферы, упрочению справедливых отношений. Помните, что ваш руководитель нуждается в этом в первую очередь.
- не пытайтесь навязывать руководителю свою точку зрения или командовать им. Высказывайте ваши предложения или замечания тактично и вежливо. Вы не можете прямо ему что-то приказывать.

- если в коллективе надвигается или уже случилось какое-либо радостное или, напротив, неприятное событие, то об этом следует сообщить руководителю. В случае неприятностей старайтесь помочь облегчить выход из этой ситуации, предложить свое решение.

- не разговаривайте с начальником категорическим тоном, не говорите всегда только «да» или только «нет». Вечно поддакивающий сотрудник надоедает и производит впечатление льстеца. Человек, который всегда говорит «нет», служит постоянным раздражителем.

- будьте преданы и надежны, но не будьте подхалимом. Имейте свой характер и принципы. На человека, который не имеет устойчивого характера и твердых принципов, нельзя положиться, его поступки нельзя предвидеть.

- не стоит обращаться за помощью, советом, предложением и т.д. «через голову», сразу к руководителю вашего руководителя, за исключением экстренных случаев. В противном случае ваше поведение может быть расценено как неуважение или пренебрежение к мнению начальника или как сомнение в его компетентности. В любом случае ваш непосредственный руководитель в этом случае теряет авторитет и достоинство.

- если вас наделили ответственностью, деликатно поднимите вопрос и о ваших правах. Помните, что ответственность не может быть реализована без соответствующей степени свободы действий.

## **Этика делового общения «по горизонтали»**

Общий этический принцип общения «по горизонтали», т.е. между коллегами (руководителями или рядовыми членами группы), можно сформулировать следующим образом: «В деловом общении относитесь к своему коллеге так, как вы хотели бы, чтобы он относился к вам». Если вы затрудняетесь, как вести себя в той или иной ситуации, поставьте себя на место вашего коллеги.

Применительно к коллегам-управляющим следует иметь в виду, что найти верный тон и приемлемые нормы делового общения с равными по статусу сотрудниками из других подразделений – дело весьма непростое. Особенно если речь идет об общении и отношениях внутри одного предприятия. В этом случае они нередко являются соперниками в борьбе за успех и продвижении по службе. В то же самое

время это люди, которые вместе с вами принадлежат к команде общего управляющего. В рассматриваемом случае участники делового общения должны чувствовать себя равными по отношению друг к другу.

Вот несколько принципов этики делового общения между коллегами:

- не требуйте к себе какого-либо особого отношения или особенных привилегий со стороны другого.

- попытайтесь достичь четкого разделения прав и ответственности в выполнении общей работы.

- если круг ваших обязанностей пересекается с вашими коллегами, это весьма опасная ситуация. Если управляющий не разграничивает ваши обязанности и ответственность от других, попытайтесь сделать это сами.

- в отношениях между коллегами из других отделов вам следует отвечать самому за свой отдел, а не сваливать вину на своих подчиненных.

- если вас просят временно перевести в другой отдел вашего сотрудника, не посылайте туда недобросовестных и неквалифицированных – ведь по нему там будут судить о вас и вашем отделе в целом. Помните, может случиться, что с вами поступят таким же безнравственным образом.

- не относитесь с предвзятостью к своим коллегам. Насколько возможно отбрасывайте предрассудки и сплетни в общении с ними.

- называйте своих собеседников по имени и старайтесь делать это почаще.

- улыбайтесь, будьте дружелюбны и используйте все многообразие приемов и средств, чтобы показать доброе отношение к собеседнику. Помните – что посеешь, то пожнешь.

- не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Не преувеличивайте свою значимость и деловые возможности. Если они не оправдаются, вам будет не удобно, даже если на это были объективные причины.

- не следует «лезть человеку в душу». На работе не принято спрашивать о личных делах, а тем более проблемах.

- старайтесь слушать не себя, а другого.

- не старайтесь показаться лучше, умнее, интереснее, чем вы есть на самом деле. Рано или поздно все равно выплывет наружу и встанет на свои места.

- рассматривайте вашего коллегу как личность, которую нужно уважать саму по себе, а не как средство для достижения ваших собственных целей.

### Этика делового общения по телефону

Телефонные средства связи прочно вошли в нашу жизнь и, прежде всего, в деловую сферу. Разговаривать по телефону - это искусство, которым должен обладать деловой человек. Один телефонный звонок может сделать больше, чем несколько представительных бесед. Очень важно правильно общаться по телефону, используя это эффективное средство связи людей.

При отсутствии визуального контакта нельзя оценить одежду, внешний облик и выражение лица, поэтому можно воспользоваться следующими уловками:

- интонация голоса (по ней можно определить в каком настроении находится собеседник)

- усиленный или ослабленный шумовой фон (подскажет о рабочей обстановки собеседника)

- по тому как быстро человек снял трубку (после короткого гудка), можно судить о том, насколько он занят и до какой степени заинтересован, чтобы ему звонили.

Телефонный разговор зачастую становится началом деловых отношений.

Телефон служит эффективным средством передачи информации служебного значения при невозможности личных встреч. Секретарь выступает в роли связного между должностными лицами одного или нескольких учреждений, от имени или по поручению должностного лица передавая устные распоряжения, информируя и получая справки, соединяя абонентов, обеспечивая вызов руководству, принимая сообщения. Поэтому существуют навыки ведения разговоров по телефону. Прежде всего они должны быть предельно вежливыми, информацию следует передавать кратко, отвечать на вопросы полно, чтобы не вызвать потока новых вопросов.

Любой служебный разговор по телефону состоит из следующих частей:

- момент установления связи

- введение в курс дела

- постановка вопроса
- обсуждение ситуации
- ответ
- заключительное слово, означающее, что разговор закончен.

Обычно в момент установления связи секретарь сообщает, что он ведет служебный разговор по поручению должностного лица.

В отличие от письменной, устная речь имеет ряд особенностей. Для нее характерны незаконченность фраз, наличие реплик, множество интонаций, использование пауз. Собеседник через определенные промежутки времени должен подтвердить, что информация воспринята: Совершенно верно ; Разве не так? ; Все понятно и т. д. Разговор по телефону не должен переходить в монолог. Вы хотите узнать, правильно ли вас поняли? Сделайте паузу.

Большую роль здесь играет речь. Из всех возможных способов передачи информации (с помощью жестов, мимики, пантомимы, зрительного контакта) речь - самое универсальное средство, так как она позволяет передать смысл общения.

Необходимо следить за интонацией, произношением, громкостью, точнее подбирайте слова. Многословие вредит имиджу. Будьте лаконичны, вежливы и доброжелательны. Говорите четко, спокойным голосом, не кричите. Если у вас высокий голос, используйте самую низкую часть вашего регистра. Телефон искажает голос, и это надо учитывать. Говорите любезно, избегайте сухого и властного тона. Попробуйте придать своему голосу приятную интонацию. Чаще улыбайся, собеседник этого не видит, но чувствует. Знайте, что улыбку слышно по телефону. Абоненту будет приятно слышать слова, если они произнесены с радостью, так, будто вы ждали его звонка. Избегайте монотонности, меняйте интонацию и темп разговора. Не говорите слишком быстро или медленно, попробуйте подстроиться под темп разговора. Избегайте жаргона. Если собеседник вас не понимает, не раздражайтесь, не повторяйте сказанное теми же словами, найдите новые. Помните, манера разговора по телефону, как и при личной встрече, является частью вашего имиджа.

Акустическая особенность телефонного разговора- эффект зеркальности: если на одном конце провода говорят тихо, то и отвечать будут тоже вполголоса, а если громко, то ответ будет дан повышенным тоном, поскольку у разговаривающих

создается впечатление, что их плохо слышат.

Правила этикета телефонного разговора сложились почти сразу после введения телефонной связи в 80-х г.г 19 века, основное их требование – КРАТКОСТЬ, потому что, вступая в разговор с собеседником, мы лишаем его возможности контакта с другими абонентами.

## **Если звонят вам ...**

Помните, что начало разговора определяет его ход и его завершение.

Отвечайте на все телефонные звонки. Никогда нельзя знать заранее, какой по счету звонок принесет вам выгодный контракт или ценную информацию. Кроме того, звонящий все равно будет повторять попытку связаться с вами снова.

Отвечать на телефонные звонки необходимо быстро. Ожидание только нервирует собеседника.

Рядом с телефоном всегда держи ручку и бумагу.

Убедись в том, что правильно держите трубку.

Отвечайте обстоятельно, но кратко, избегайте монотонного перечисления. Звонящие, особенно издалека, терпеть не могут продолжительного приветствия.

Запишите сразу фамилию звонившего и его проблему.

Если позвонивший не представился, попросите его об этом. Узнайте, как зовут человека, и используйте в разговоре его имя или (еще лучше) имя и отчество. Прочтите следующие варианты вслух и обратите внимание на то, как по-разному они воспринимаются: У меня был хороший день и Марина, у меня был хороший день. Слыша свое имя, люди осознают свою значимость, чувствуют вашу заинтересованность.

Если вы не можете сразу ответить на вопрос, то передайте содержание разговора человеку, знающему данную проблему, или спросите, может ли собеседник подождать. Если для этого потребуется много времени, то сообщите об этом собеседнику и спросите, может ли он еще подождать или перезвонить попозже.

Выяснив вопрос, поблагодарите и извинитесь за то, что заставили его ждать.

Когда звонит телефон не следует:

- долго не поднимать трубку
- говорить: привет, да, говорите, слушаю, у телефона, на проводе
- использовать форму ответа на телефонный звонок: Алло
- спрашивать: Чем я могу вам помочь?
- вести 2 беседы сразу
- оставлять телефон без присмотра, хотя бы ненадолго
- использовать для заметок клочки бумаги и листки календаря
- передавать трубку много раз
- говорить: Все обедают, Никого нет, пожалуйста, перезвоните

В конце телефонного разговора следует:

- поблагодарить абонента за звонок
- разговаривать так, чтобы у абонента осталось приятное чувство.

По окончании разговора употребить одну из следующих фраз:

- Я рада, что мы могли вам помочь.
- До свидания, спасибо за звонок.
- Очень приятно было поговорить с вами.
- Если у вас возникнут вопросы, пожалуйста, звоните.

Следует запомнить, что первым вешает трубку абонент: во-первых, это норма вежливости; во-вторых, вы даете ему возможность что-то добавить.

## **Если звоните вы...**

Планируйте телефонные разговоры. Прежде чем набрать номер телефона, сформулируйте в нескольких предложениях причину вашего звонка. Составляйте

список лиц, с которыми нужно связаться.

Делать звонки рекомендуется в первой половине дня, так как в этом случае больше вероятность застать нужного вам человека на месте.

Считается совершенно недопустимо начинать телефонный разговор с вопросов:

- Кто это?

- Я куда попал (а)?

Набрав номер и услышав ответ, начните разговор с приветствия:

- Здравствуйте

Далее сделайте паузу, чтобы собеседник мог ответить на ваше приветствие.

Затем представьтесь . В начале разговора уместно поинтересоваться, имеет ли ваш абонент время и возможность разговаривать с вами, не отвлекается ли он от дел. Если абонент занят, договоритесь о времени разговора, удобном для обеих сторон. Не прерывайте его.

Не воспринимайте как пренебрежение фразу абонента:

- Я сейчас очень занят. Прошу перезвонить через 20-25 минут.

Вы выбрали для звонка удобное для вас время, а у вашего собеседника в данный момент вполне могут быть срочные дела.

Во время разговора записывайте наиболее существенные моменты. Это надежнее, чем держать информацию в памяти.

Самый большой недостаток при телефонном общении- равнодушие. Кто не заинтересован, тот не может убедительно разговаривать по телефону.

## **Особенности разговора по мобильному телефону...**

Настало время обратить внимание на изобретение конца 20 века- мобильный телефон. Оно принесло с собой и свой собственный этикет.

- Если вам звонят по мобильному телефону, прежде всего назовите себя.

- Если вы звоните кому-либо по его мобильному телефону, то назовите себя и спросите, удобно ли ему разговаривать с вами в данный момент.

- Если в приемной или в зале заседаний идет совещание или вы общаетесь с посетителями, необходимо уменьшить звук либо вообще на время отключить телефон. Оставить его включенным можно лишь в том случае, если вы ожидаете срочный звонок. Считается неэтичным громко разговаривать по мобильному телефону в присутствии окружающих.

- По мобильному телефону обсуждайте только неотложные дела.

- Остальные звонки делайте из офиса.

Помните, что несоблюдение правил ведения служебных телефонных разговоров – серьезный пробел в профессиональной подготовке не только секретаря, но и руководителя, так как может привести к потере времени и ненужным конфликтам.

## **Особенности национальных стилей этики делового общения**

Этика делового общения определяется тем, насколько успешно учитываются особенности национально-психологических типов, которые сохранились в коллективных представлениях о стране, народе, во фразеологических выражениях, содержащих обобщенные черты образа.

Знание национальных и психологических типов разных народов, их традиций, уникальности историко-культурного наследия, их языка, нравов, обычаев, особенностей темперамента, чувств, природы нации, душевного склада необходимо деловому человеку независимо от рода занятий, профессиональной деятельности, поскольку оно способствует эффективному общению, воспитанию уважения культур других народов, преодолению национального эгоизма. Сравнивая национально-психологические типы других народов с типами собственного народа, мы познаем себя, легче общаемся друг с другом. Национальные характеры изменяются, как и люди, но такое своеобразие делает характер отдельных личностей, народы, страны привлекательными для делового взаимодействия.

Например, представления о таких странах, как:

Россия - связываются с понятиями: "загадочная русская душа", богатство русского языка, русское искусство, литература.

**Англия** - "страна туманного Альбиона", английский этикет, порядочность, любовь к дому, понимание свободы, спартанское воспитание детей, сознательное самоограничение материальных потребностей.

Деловой этикет британцев изначально достаточно формален, протокольные правила соблюдаются неукоснительно, но по мере продвижения диалога формализм может напрочь исчезнуть, и после двух-трех встреч они снимают пиджаки, закатывают рукава, обращаются по именам и продолжают так вести себя и дальше.

С южными англичанами уместно подчеркивать свою цивилизованность и образованность; общаясь же с более практичными северными англичанами, а также с шотландцами и уэльсцами, следует большее значение придавать искренности, прямоте и более простой процедуре переговоров. К переговорам британцы подходят с большой долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера лучшее решение может быть найдено уже на первой встрече. Они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны, демонстрируя благоразумие и готовность к компромиссу.

Британцы редко выражают свое несогласие, традиционным для них было и есть умение избегать острых углов во время переговоров.

Используя обаяние, неопределенность и сдержанность в высказываниях, юмор и явное благоразумие, британцы могут смеяться на переговорах, но довольно долго оставаться жесткими. Почти всегда они занимают оборонительную позицию, которую скрывают как можно дольше. Они не любят спешить и даже при отсутствии разногласий редко принимают окончательное решение в процессе переговоров.

**Франция** - одна из старейших наций в Европе, ораторское искусство, остроумие, французская мода, шарм парижанок.

Это страна где пунктуальность рассматривается как высшая форма вежливости. Бизнесмены, как правило, отличаются консервативностью и соблюдают всевозможные формальности. Деловая встреча считается официальным событием, что, прежде всего, находит отражение в одежде, а также в подчеркнутой официальности поведения и соблюдении протокола. Обращение - исключительно

по фамилии. Не принято обсуждение личных или семейных дел. Вежливость и официальность будут поддерживаться во время переговоров, если французы "руководят" ими.

Французские бизнесмены тщательно готовятся к предстоящим переговорам. Они любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений. К обсуждению они относятся как к интеллектуальному процессу, во время которого знакомятся с другой стороной и, возможно, обнаруживают ее слабости. В их аргументах преобладает логика, и они быстро будут "привязываться" к любому нелогичному высказыванию противоположной стороны. Это приводит также к пространному анализу всех обсуждаемых вопросов. Они часто уклоняются от повестки дня и подолгу говорят по ряду вопросов в произвольном порядке. Поэтому встреча может быть продолжительной и многословной.

Французы достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют запасной позиции, зачастую им свойственен конфронтационный тип взаимодействия, впрочем, поведение может кардинальным образом меняться в зависимости от того, с кем они обсуждают проблемы.

Они не предъявляют своих требований в начале встречи, но подводят к ним с помощью тщательно сконструированных логических обоснований. Они гордятся своей быстротой мышления, но не любят, когда их торопят в принятии решений. При этом важные решения редко принимаются во время переговоров. Часто тот, кто отвечает за их принятие, отсутствует на встрече.

Следует учитывать, что французам свойственна обидчивость которая может проявиться, если они не чувствуют должного уважения или если не соблюдается протокол.

**Германия** - "страна броккенских великанов", германских рыцарей культуры, учености и романтизма.

Немцы питают огромное уважение к имуществу и собственности. Солидным зданиям, мебели, автомобилям и хорошей одежде они придают большое значение. Уважают звания и титулы. Немецкая пунктуальность является эталоном.

Основными характеристиками немецкой деловой культуры являются: монохромное отношение ко времени, т.е. стремление завершить одну цепь действий, прежде чем перейти к другой; твердая убежденность немцев в том, что они на переговорах ведут себя честно и прямо; склонность к резкому и открытому выражению своего

несогласия, а не к любезностям или дипломатии.

Немцы обладают собственным, особым стилем проведения встреч и переговоров, процедуры переговоров с крупными немецкими компаниями намного более формализованы, чем в других странах.

Немцы предпочитают те переговоры, в которых они с достаточной очевидностью видят возможность нахождения решения. Обычно участники очень тщательно прорабатывают свою позицию. В ходе переговоров они предпочитают обсуждать вопросы последовательно один за другим и не любят, когда их торопят. Они рассчитывают на принятые решения в рамках встречи, но всегда соблюдают осторожность.

Немцы стремятся к поиску общей платформы, считая это лучшим способом добиться прогресса, но в то же время нелегко отказываются от своих аргументов.

Немцы аккуратны и щепетильны в соблюдении условий и сроков договоренностей.

### **Финляндия.**

Современная финская деловая этика отличается надежностью, четкостью, корректностью и честностью в отношениях и не уступает немецкой в пунктуальности и педантичности. Молчание не расценивается, как неумение общаться, а является общей частью социального взаимодействия. Они предпочитают молчать, но время от времени высказываются и всегда говорят то, что думают (и это может быть окончательным словом).

После того как вы высказали свое мнение, не ждите немедленной реакции. Они обдумывают сказанное вами. Они думают и говорят не одновременно, но когда они приходят к какому-то мнению, маловероятно, чтобы вам удалось его изменить. При работе с финнами следует стараться ставить четкие цели, определять задачи и взывать к внутренним ресурсам личности, для того чтобы эти задачи решались ими собственными усилиями и чтобы они несли полную ответственность за свои действия. Финны любят продемонстрировать свое упорство в решении задач. Наконец, помните о том, что они очень бесстрастны.

### **Швеция.**

Шведы известны своей глубоко укоренившейся лютеранской деловой этикой, которая наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К ее характерным чертам относятся пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность,

порядочность и надежность в отношениях.

Уровень квалификации шведских бизнесменов очень высок, поэтому в своих партнерах они особенно ценят профессионализм

Шведы любят планировать дела заранее, поэтому и о деловых встречах лучше договариваться заблаговременно, а не в последнюю минуту. На переговоры являются в точно назначенное время.

Традиционно переговоры начинаются с беседы о погоде, спорт достопримечательностях и т.д. К этой части переговоров нужно заранее подготовиться.

Шведы сдержанны и обычно не выражают своих эмоций. Они предварительно всесторонне изучают полученные предложения, любят рассматривать все вопросы в мельчайших деталях, поэтому, если вы хотите достичь успеха, на переговоры нужно приходить тщательно подготовленными.

Дружеские связи и отношения играют особую роль в развитии бизнеса.

Цена, назначенная шведами, может оказаться неизменной, так как они считают ее справедливой. Молчание в Швеции не обязательно означает отрицательное отношение, просто шведы задумчивы.

**Италия** страна музыки зодчества и карнавала. Итальянские бизнесмены придают большое значение тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире или обществе.

Итальянцы никуда не приходят вовремя. На встречах они так строго придерживаются повестки дня, как северяне, перескакивают на пункты, которые должны быть рассмотрены позже, и вновь возвращаются к тем вопросам, которые, как, казалось, уже решены. Они разговаривают громко, возбужденно и подолгу. Часто говорят сразу несколько человек, и может оказаться, что одновременно проходят сразу две-три встречи. Они не любят, когда молчат больше 5 секунд.

К переговорам с итальянцами следует подходить, имея для этого достаточный запас времени и огромное терпение. Итальянец может вспылить при обсуждении какого-нибудь пункта, а через минуту превратиться в самого дружелюбного партнера. Итальянцы могут ссориться друг с другом за столом переговоров, а по прошествии нескольких минут перед вами уже сплоченная команда. Они нередко изменяют правила, нарушают или "обходят" законы и очень часто вольно

интерпретируют остальные соглашения, нормы и в становления. Итальянцы весьма гибки. Их стартовая цена может быть высокой, но они готовы к ее снижению в процессе переговоров. При торговых сделках свою начальную цену следует устанавливать с некоторым запасом, чтобы была возможность ее снижения позднее. Итальянцы надеются на это. Они должны после заключения сделки чувствовать себя победителями людьми, которые чего-то добились. Каждый член их команды должен быть удовлетворен результатами переговоров. К переговорам с итальянцами лучше всего относиться как к интересной игре, которую нужно вести по многочисленным итальянским правилам, но которая приводит к серьезному и выгодному для обеих сторон результату.

**Португалия** - страна с развитой бюрократической системой поэтому успех сделки здесь в значительной степени зависит хороших личных взаимоотношений и доверия. Основой взаимоотношений португальцев с клиентами является дружелюбие. У них настолько жизнерадостная и непринужденная манера общения, что им ничего не стоит создать атмосферу взаимного доверия уже на начальной стадии переговоров. Если же дружеские отношения не сложатся, то маловероятно, что они останутся партнерами.

Португальцы быстры, восприимчивы и умеют воспользоваться благоприятной ситуацией. На переговорах они проявляют максимум гибкости. Обсуждение обычно начинают с высоких цен, оставляя себе, возможность для последующих маневров, но быстро перестраиваются, если почувствуют напряженность.

В процессе переговоров они стараются заявить о своих реальных целях как можно позже.

**Испания** - "страна созвучия, гордости и любви".

Испанские бизнесмены большое значение придают переговорам между людьми, занимающими равное положение. Так как они любят поговорить, то регламент встреч зачастую может быть нарушен. Одежда на переговорах состоит из классического костюма, белой рубашки, непременно начищенной обуви.

Проявление уважения к их общественному положению, личности и душе, подчеркнуто уважительное отношение к их испанскому достоинству и доблести являются ключом к сотрудничеству.

Испанцы - люди чести. Не следует забывать, что они обидчивы и чувствительны.

Принятие решения на Востоке - длительный процесс, попытка "подтолкнуть" восточного человека может стать роковой.

Бизнесмены с Востока не любят, когда им устанавливают окончательные сроки. Азиаты следят прежде всего за сохранением всеобщей гармонии между участниками встречи. Она достигается учтивостью и почтительностью, тихим голосом, намеками, помогающими избежать конфронтации, а также всевозможными реверансами и комплиментами, которые позволяют сторонам "сохранить свое лицо". Такое образцовое, по их мнению, поведение способствует достижению полного консенсуса и заключению долгосрочных сделок.

**Индия** - "страна чудес", слияние души человека с природой. Что касается стиля ведения переговоров, то здесь индийцам нет равных. Несмотря на высокоразвитый коллективизм в местных группах, они действуют индивидуально и талантливо, когда выступают от своего имени на переговорах с зарубежными партнерами. Они ловко и покупают, и продают. Окончательная цена устанавливается позже, когда будут определены все выгоды от данной покупки или сделки. Для того чтобы подойти к вопросу о цене, индийцы используют все свое коммуникативное умение

**Китай** "жители Поднебесной", страны национальной гордости, культа предков, умения рассчитывать, фанатизма и церемоний.

Китайцы весьма чувствительны к чинам и званиям. Они все время ведут себя вежливо, стараются избегать конфронтации и "потери своего лица" (для обеих сторон), однако это далеко не всегда результат искреннего выражения симпатии. Они редко говорят "нет" и в трудных ситуациях только намекают на это.

Китайцы предпочитают держаться на встречах официально, хотя одеваются обычно просто. За столом переговоров рассаживаются в соответствии со служебной иерархией, обмениваются визитными карточками. К старшему в группе следует постоянно проявлять большое уважение и внимание, даже если он и не принимает активного участия в переговорах. Решения часто принимает заместитель или вице-председатель. Причем окончательные решения принимаются не на встречах, а дома, встречи служат главным образом для сбора информации.

Стиль ведения переговоров отличается длительностью - от нескольких дней до нескольких месяцев. Во время деловых встреч китайцы очень внимательны к двум вещам:

сбору информации относительно предмета обсуждения, а также партнеров по переговорам;

формированию духа дружбы - китайцы его отождествляют с хорошими личными отношениями партнеров.

Не следует ожидать, что партнер откроет свои карты первым, особенно если переговоры проходят на китайской территории, китайцы могут сослаться на то, что согласно их традициям "гость говорит первым".

Уступки китайская сторона может сделать только в конце переговоров, причем в момент, когда, кажется, что они зашли в тупик.

Ошибки же, допущенные в ходе переговоров другой стороной, китайцы умело используют. Духовные ценности и принципы ставят выше денег и сиюминутной выгоды.

Несколько золотых правил, которыми следует воспользоваться при сотрудничестве с китайцами:

будьте всегда крайне почтительны;

сочетайте вежливость с жесткостью;

со смирением и уважением относитесь к возрасту и рангу собеседника;

не переборщите с логикой;

тщательно готовьтесь к вашим встречам;

не говорите громко и не торопите их;

познакомьтесь с историей Китая;

всегда сохраняйте спокойствие и помните о том, что терпение и предоставление собеседнику достаточного времени для обдумывания ответа являются ключом к достижению прогресса.

**Япония** - "Страна восходящего солнца", символ прекрасного - цветущая сакура. Большое значение придается пунктуальности. Переговоры начинаются с обсуждения вопросов, не имеющих никакого отношения к предмету встречи. Японцы всячески стараются избегать категорического "нет", считая, что это слово

может разрушить гармонию отношений, создать у партнера впечатление, что к нему относятся враждебно. Они ценят доброжелательный тон общения.

На переговорах японцы неизменно вежливы, с пониманием относятся к проблемам других людей и умеют слушать. Их раздражает прямолинейная манера европейцев, их стремление поскорее уяснить дело. Сами они предпочитают сглаживать острые углы, продвигаясь к сути постепенно. Японская деловая этика предписывает избегать излишней напряженности при обсуждении даже самых сложных вопросов, поэтому следует отказаться от открытого давления на собеседника.

Японцы готовы изучать одну и ту же информацию неоднократно, чтобы избежать в дальнейшем недоразумений и добиться ясности. Они осторожны, искусно используют тактику затягивания и не спешат. Им нужно время, чтобы достичь согласия внутри своей команды и создать соответствующую атмосферу для облегчения процесса принятия главного решения, когда все второстепенные вопросы будут улажены к взаимному удовлетворению сторон. Поэтому ни одно решение не будет принято на первой, а может быть, и на второй встрече. Если они видят, что к ним относятся с большим уважением и предъявляют очень разумные требования, то могут пойти на значительные изменения своих требований.

**Корея** - "Страна утренней свежести".

Традиционная мораль высоко ставит личное общение, личный контакт, без которых в Корее невозможно решить ни одной проблемы.

Во время переговоров корейцы, в отличие от японцев, не склонны, долго обсуждать второстепенные моменты и не переносят разговора в общем, а готовы обсуждать возможность партнерства при наличии конкретной, детально разработанной программы. И сами корейцы в ясных и четких выражениях излагают проблемы и предлагают пути их решения. Если лицо, прибывшее на переговоры с ними, не полномочно принимать решения, брать на себя ответственность, корейцев это сильно охлаждает. Они не любят заглядывать далеко вперед, как правило, их больше интересует конкретный результат их усилий.

Своего несогласия с партнером корейцы открыто не выражают и не доказывают его неправоту. Но если решение принято, корейская сторона выражает готовность к немедленным действиям.

**Америка** - нация деловых людей, американский деловой стиль, американская культура.

На Восточном побережье на назначенную встречу необходимо приходить в точно назначенное время, опоздания недопустимы. На западе страны к этому относятся гораздо терпимее.

Американцы не придают особого значения протоколу. Они сразу же начинают вести себя неформально (обращение по имени, снятие пиджаков, обсуждение личной жизни и т.п.). Хорошо реагируют на шутки, стараются проявлять дружелюбие и открытость. Их отличает убежденность в безусловном превосходстве "американских ценностей", конформизм, уверенность в себе, предусмотрительность, демонстративная решительность и напористость в общении, умение приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам.

Американские бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире. Их основная цель - заработать как можно больше и как можно быстрее.

Они с самого начала "раскрывают свои карты", а затем продолжают беседу на основе предложений и контрпредложений и часто испытывают затруднения, если противоположная сторона не раскрывает своих намерений.

Американцы, как правило, демонстрируют сильную позицию на переговорах, что сказывается на технологии их ведения: они довольно настойчиво пытаются реализовать свои цели, могут и любят торговаться. Большое значение придают пакетным решениям и часто сами предлагают пакеты к рассмотрению.

Обычно американцы концентрируют свое внимание на проблеме, подлежащей обсуждению, причем стремятся выявить и обсудить не только возможные подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей.

Американцы относятся к переговорам как к процессу решения проблемы путем взаимных уступок с учетом соотношения сил. Они не любят, когда противоположная сторона предлагает только один вариант решения.

Им важно получить принципиальное согласие, а детали они будут разрабатывать потом, однако в этих деталях они могут быть очень жесткими и все проверяют, даже то, что кажется очевидным.

Большинство предложений американские бизнесмены рассматривают по принципу "инвестиции - прибыль" или "инвестиции - временной масштаб". Для них время -

всегда деньги.

Они часто нетерпеливы, порой выдвигают провокационные или раздражающие партнеров предложения, для того чтобы сдвинуть дело с места. Они не любят пауз или молчания во время переговоров и обычно очень быстро принимают решения.

Если они не согласны с партнером, открыто об этом говорят. Если же говорят: "По рукам", то редко меняют свое решение.

Конкретная сделка интересует их больше, чем долгосрочное сотрудничество. Американцы ведут себя жестко и ловко, но бывают, наивны, поэтому в переговорах с ними следует постоянно "переключать каналы", половину времени разговаривая на "американской волне", а другую половину - "на собственной". Американцы от этого испытывают замешательство, желая следовать заранее составленному плану или сценарию, как они часто называют его.

**Египет** - "страна голубого Нила".

Для арабов одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Они также предпочитают предварительную проработку деталей обсуждаемых на переговорах вопросов. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции.

Арабское понимание этикета запрещает во время беседы прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным. Арабские собеседники избегают суетливости, поспешности, всегда стремятся "сохранить лицо" и свое, и собеседника. Считается необходимым оставить возможность для последующих контактов. Отказ от сделки выражается в максимально смягченном, завуалированном виде, сопровождается оговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения.

На переговорах вместо логических доводов арабы прибегают к личным аргументам, призывам и настойчивым убеждениям.

Арабы ценят искренность в переговорах и рассчитывают на взаимное уважение.

Деловые переговоры с ними следует строить исключительно на личностных взаимоотношениях.

Деловые встречи у них не имеют обычно точного времени начала и окончания. Однако являться на деловые и светские мероприятия положено вовремя.

Любезность и обходительность - залог успеха в бизнесе. После дежурного приветствия следует поинтересоваться здоровьем вашего собеседника и членов его семьи. Немаловажным условием успеха в арабских странах является соблюдение и уважение местных традиций.

**Австралия** - "народы Южного океана".

В общении с австралийскими партнерами избегайте крайностей - чрезмерной суетливости или излишней педантичности, ведите себя спокойно, без спешки.

По мнению австралийцев, главным является честная игра, основанная на здравом смысле, равенстве и равном пренебрежении к власти и идеологии. Чины и регалии значения не имеют.

Пунктуальны австралийцы до такой степени, что конкурировать с ними могут разве что немцы. В остальном они держатся просто и не цепляются за формальности. Иметь с ними дело легко и приятно. Однако не следует абсолютизировать характер людей отдельных национальностей: ведь большинство его черт, таких как патриотизм, мужество, целеустремленность, трудолюбие и др., являются универсальными, общечеловеческими.

В процессе этой деятельности - делового общения происходит воспитание личности, приобретаются соответствующие навыки и привычки, ответственность за порученное дело, формируется опыт высококонкретного поведения, обеспечивающий надежность в словах и делах. Тогда можно говорить, что становление имиджа руководителя зависят от достижений только собственной деятельности, от реализации своих способностей, которые в дальнейшем приносят успехи коллективу, под его руководством.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Как видно из реферата этика делового общения многогранна: начиная от искусства выглядеть, выступать, общаться с коллегами и партнерами, учитывая при этом национальные особенности или особенности разных социальных групп. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией и повышением уровня этической грамотности.

Однако, желание использовать нормы и правила этики деловых отношений воспринимается окружающими благожелательно в любом случае, даже если

человек не обладает достаточно отработанными навыками применения правил этики. Эффект восприятия усиливается многократно, если этическое поведение становится естественным. Это происходит тогда, когда правила этики являются внутренней психологической потребностью человека, а также отработаны в процессе систематического применения.

Например, изучив правила проведения деловой беседы или телефонных переговоров, можно использовать любую беседу в качестве практики. При всем многообразии форм делового общения деловая беседа по телефону является наиболее распространенной и чаще всего применяемой. Деловая беседа является наиболее благоприятной, зачастую единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он согласился и поддержал ее. Для установления приятных и полезных деловых взаимоотношений необходимо уметь заинтересовать человека своими четкими и в то же время образными высказываниями, вниманием к сущности вопроса.

Этические нормативы делового общения и поведения в организации должны описывать общую систему и правила, которых, по мнению руководителя, должны придерживаться ее работники. Эти нормативы разрабатываются с целью улучшить деловое общение на различных уровнях и в разных сферах деятельности организации. Цель их создания - установление нормальной нравственной атмосферы и определение этических рекомендаций при принятии решений. Каждое предприятие, если оно дорожит своей репутацией, будет стремиться к тому, чтобы утвердить у себя высшие стандарты этики делового общения, являющиеся важнейшим компонентом бизнеса

Итак, практически все направления деловой этики имеют правила, применимые этикой поведения в широком смысле. Кроме того, все без исключения направления деловой этики базируются на основополагающих нормах этики. К ним можно отнести уважение чувства собственного достоинства и личного статуса другого человека, понимание интересов и мотивов поведения окружающих, социальную ответственность за их психологическую защищенность.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Щёкин Г. В. Практическая психология менеджмента. Как делать карьеру. Как строить организацию. Киев, 1994.С. 72.

2. Энциклопедия делового этикета / Сост.О.И. Максименко. - М.: ООО " Из-во АСТ": ООО " Из-во Астрель", 2001
3. Честара Дж. Деловой этикет. - М.: САНК, 2000.
4. Карнеги Д." Как завоевать друзей..." - М.: "Прогресс", 1989
5. Маркичева Т.Б., Ножин Е.А. Деловое общение: практические рекомендации. - М.: Из-во РАГС, 1997
6. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред.В.Н. Лавриненко. - 3-е изд., пер. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001
7. Титова А.Г. Деловое общение. М. 2008.
8. Смирнов Г.Н. Этика деловых отношений. М. 2008.
9. Информация была получена с использованием поисковой системы Яндекс, адрес в Интернете [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)