

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Нравственные отношения людей в трудовой сфере регулирует профессиональная этика. Профессиональная этика - это совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу. В современном обществе личностные качества индивида начинаются с его деловой характеристики, отношения к труду, уровня профессиональной пригодности. Все это определяет исключительную актуальность вопросов, составляющих содержание профессиональной этики.

Подлинный профессионализм опирается на такие моральные нормы как долг, честность, требовательность к себе и своим коллегам, ответственность за результаты своего труда. В последнее время для характеристики всего комплекса вопросов, связанных с профессиональным поведением людей в деловой обстановке используют термин "этика делового общения".

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

Новые экономические и социальные условия побудили к коммерческой и организаторской деятельности широкие массы населения. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимость повышения лингвистической компетентности лиц, вступающих в социально-правовые отношения, руководящих действиями людей.

Тема данной работы - этика делового общения - актуальна тем, что проблеме этике общения в бизнесе в последнее время уделяется большое внимание, возникла даже отдельная отрасль науки с таким названием, которая определяет себя, как

междисциплинарную, опирающуюся на теорию морали, менеджмент, экономику и психологию. Целью написания настоящей работы является подробное рассмотрение темы: «Этика делового общения». Для раскрытия темы поставлены следующие задачи: дать определение понятия этики делового общения; рассмотреть структуру и функции; общие этические принципы; проанализировать практическое применение этики общения в организациях, путем изучения правил оформления деловых бумаг, а также проведения совещаний, переговоров.

1. Определение понятия деловое общение

Этика - учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель (384-322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные нравственные поступки.

Мораль - это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль - важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни - семье, быту, политике, науке, труде и т.д.

Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «справедливость», «благо», «ответственность», «долг», «совесть» и т.д.

Общение - процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от «недоразвитых в нравственном смысле существ» и от «сверхчеловека». Поэтому «тот кто не способен вступить в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством».¹

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 самодавящего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений – это прежде всего получение максимальной прибыли.

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений между 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 вообще их 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.²

С учетом всего вышесказанного 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 вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

2. Общие этические принципы делового общения

Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях: В отношениях между предприятием и социальной средой, между предприятиями, внутри одного предприятия – между руководителем и подчиненными, между подчиненным и руководителем, между людьми одного статуса. 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.

Общий нравственный принцип человеческого общения содержится в категорическом императиве И.Канта: «Поступай так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также и силу принципа всеобщего законодательства.» 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 максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон.³

Таким образом, в основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация, интересов. Естественно если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этически правильный выбор и принять индивидуальное решение часто дело совсем непростое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решений, порождают комплекс моральных дилемм, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

Несмотря на всю проблематичность и трудность выбора нравственной позиции, в общении имеется ряд таких положений, следуя которым можно в значительной степени облегчить деловое общение, повысить его эффективность, избежать промахов в процессе взаимодействия с другими в бизнесе.⁴ Необходимо уяснить, что в морали нет абсолютной истины и высшего судьи среди людей. Когда идет речь об этических промах других, не следует делать из «моральных мух» «моральных слонов». Когда речь идет о промахах своих следует поступать наоборот.

В морали следует хвалить других, а предъявлять претензии к себе.

Нравственное отношение окружающих к нам зависит в конечном счете только от нас самих. Когда речь идет о практическом утверждении норм морали, основной императив поведения – «начни с себя».

Особое внимание следует обратить на золотое правило этики общения: «Относитесь к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам». В отрицательной форме в формулировке Конфуция оно гласит: «Чего не пожелаешь себе, того не делай другим». Это правило применимо и к деловому общению, но по отношению к отдельным его видам: «сверху-вниз» (руководитель-подчиненный),

«снизу-вверх» (подчиненный-руководитель), «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник) требует конкретизации.

2.1. 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.⁵

- 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.

2.2. 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».⁶

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.

2.3. 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:⁷

- 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 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.

3. Практическое применение этики делового общения в организациях

Существуют различные виды и формы делового общения, применяемые в деятельности организаций, в содержании которых соблюдение этических норм и принципов просто необходимы для формирования позитивного имиджа предприятия. Так выделяют, вербальное (групповое и диалоговое –беседы, совещания, переговоры) общение и невербальное (деловая переписка, общение по телефону).

3.1. Телефонные переговоры

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:

- 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.
- Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.
- Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.
- 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.
- Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.
- Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.

3.2. Подготовка деловых бумаг по правилам этики

Бланк

Одна из первых деловых бумаг, с которыми сталкивается клиент или заказчик,- это бланк фирмы. Бланк фирмы во многом характеризует ее, по нему может сложиться первое впечатление о деловых партнерах. Поэтому по возможности не стоит экономить на фирменных бланках - следует использовать лучшую бумагу, прибегнуть к услугам хорошей типографии.

На бланке должны присутствовать название фирмы, ее регистрационный номер и дата регистрации, адрес, телефон и факс. Иногда указывают имена директоров фирмы (обычно это делается в нижнем колонтитуле). В последнее время на бланке все чаще ставится адрес электронной почты, сайта.

Не рекомендуется указывать на бланке фирмы банковские реквизиты- лучше при необходимостипечатать их в конце письма соответствующего содержания. На бланке может находиться логотип фирмы, что будет выгодно при необходимостипечатать их в конце письма соответствующего содержания. На бланке может находиться логотип фирмы, что будет выгодно отличать его от других. При этом важно соблюсти соразмерность и сбалансированность рисунка и текста. Логотип должен быть простым, легко узнаваемым и выполненным на профессиональном уровне. В дополнение к бланку хорошо воспринимается выполненным в том же стиле конверт с логотипом фирмы.

Цвет шрифта имеет большое значение, например, темно-коричневые или темно-серые буквы на кремовой форе выглядят традиционно, а черные на белом- очень по-деловому. Используя цветную бумагу, следует учитывать, что ее цвет может менять цвет краски и чернил, которым выполнен текст, -так, темно-синяя краска потеряет свою синеву на желтом фоне. Если бизнес имеет динамичный и энергичный имидж, то можно использовать желтый и красный цвет, а если бизнес «успокаивающий», то можно включить консервативные цвета типа темно-синего или серого.

К особому виду деловых бумаг относятся благодарственные открытки с тисненым шрифтом, которые заказываются фирмой вместе с бланками, визитными карточками, конвертами и пр. Их отправляют в ответ на различные рода поздравления, получаемые должностными лицами от незнакомых людей в честь победы на выборах, по случаю присвоения почетных званий и назначения на государственные должности.

Визитная карточка

Визитные карточки также способствуют созданию положительного имиджа, как личного, так и фирмы. Визитная карточка- это то, что остается у знакомого, собеседника, делового партнера после очной или заочной встречи с человеком. Карточка должна не только содержать те сведения, которые он хотел бы о себе оставить, но и содействовать сохранению у партнера того имиджа, к созданию которого человек стремится. Обычно визитная карточка-это небольшой

прямоугольник белого полуплотного картона хорошего качества с текстом, отпечатанным типографским способом. Четких правил в отношении размеров визитных карточек нет. Что касается шрифта карточки, то он должен быть легко читаемым. Имя обычно выделяется полужирным шрифтом чуть большего размера. Визитная карточка может печататься на языке страны, где живет или пребывает в настоящее время владелец, либо на английском языке. В стране, где два официальных языка, целесообразно иметь отдельные визитные карточки на каждом языке.

Деловые визитные карточки являются неотъемлемым атрибутом современного делового общения. Отправляясь на деловую встречу, необходимо заранее запастись соответствующим количеством визитных карточек. Первое представление, как правило, начинается с обмена ими. Деловая визитная карточка без указания адреса не соответствует нормам этикета.

Особую роль играют визитные карточки при заочном представлении. В этом случае посылка визитной карточки приравнивается к визиту. Более корректно оставлять визитные карточки для своего знакомого лично- при этом следует загнуть один из верхних углов карточки или всю карточку с левого или правого края. Нормы этикета требуют, чтобы лицо, получившее карточку, отослало ответную визитную карточку в течение суток.

Деловые письма

Деловые письма пишут на фирменных бланках. Внешний вид бланка является своеобразной визитной карточкой фирмы, поэтому к его оформлению следует отнестись со всей серьезностью. Чем официальнее бланк, тем официальнее должен быть стиль письма.

Общепринята следующая структура письма: с правой стороны и чуть ниже реквизитов фирмы-отправителя указывается дата отправления с указанием месяца буквами. Само письмо необходимо начинать с точного повторения в левом верхнем углу адреса, написанного на конверте. Еще ниже, без абзаца, сразу у поля с левой стороны пишут традиционное вежливое обращение:

- Дорогой г-н (или г-жа)+ фамилия;
- Дорогой доктор +фамилия;
- Господа;

- Уважаемые господа;

- Уважаемый г-н + фамилия (Слова «господин» и «госпожа» всегда сокращаются, если стоят рядом с именем).

После вступительного обращения ставится запятая, а не восклицательный знак. В официальных письмах не допустимо обращение на «ты». Следующей строкой после обращения принято обозначать тему письма сокращением Re, в русском варианте - «касательно» или «Касс». Если письмо связано только с одной темой, то ее можно обозначить и до обращения, сразу после адреса. Когда же переписка с партнером ведется по нескольким контрактам, то в таком случае имеет смысл непосредственно после обращения обозначить темы письма и этим разбить письмо на соответствующее число блоков. Завершать официальное деловое письмо следует словами: «С уважением», «С наилучшими пожеланиями» и т.п. Подписывая деловое письмо, следует употребить ту же форму имени, которую использовали в обращении к получателю.

3.3. Проведение деловых бесед, переговоров, встреч и совещаний

Наряду с диалоговым общением, существуют различные формы группового обсуждения деловых (служебных) вопросов. Наиболее распространенными формами являются совещания и собрания. Теория менеджмента предлагает такую наиболее общую классификацию собраний и совещаний по их назначению:

Информативное собеседование. Каждый участник кратко докладывает о положении дел начальнику, что позволяет избежать подачи письменных отчетов и дает возможность каждому участнику получить представление о состоянии дел в учреждении.

Совещание с целью принятия решения. Координация мнений участников, представляющих разные отделы, подразделения организации, для принятия решения по конкретной проблеме. Творческое совещание. Использование новых идей, разработка перспективных направлений деятельности. Существует и ряд других классификаций совещаний, в том числе по сфере применения: в науке - конференции, семинары, симпозиумы, заседания ученых советов; в политике - съезды партий, пленумы, митинги. По тематике различают совещания технические, кадровые, административные, финансовые и т.д.

Исходя из этико-организационных подходов, американские исследователи выделяют совещания диктаторские, автократические, сегрегативные, дискуссионные и свободные. На диктаторском совещании руководитель обычно сообщает присутствующим свое решение по определенным вопросам или знакомит с позицией или распоряжением вышестоящей организации. Дискуссии не проводятся. Участники только задают вопросы. Автократическое совещание - разновидность диктаторского. Руководитель задает поочередно вопросы участникам и выслушивает их ответы. Приглашенные не имеют права высказывать мнения относительно позиций других участников.

Сегрегативное совещание (сегрегация - лат. отделение, удаление) состоит из доклада руководителя или назначенного им лица. Участники выступают в прениях по указанию (выбору) председательствующего. Демократический характер имеет дискуссионное совещание. Происходит свободный обмен мнениями, после которого решение принимается общим голосованием с последующим утверждением руководителем или принимается руководителем без голосования, с учетом высказанных мнений и предложений. Свободные заседания проводятся без четко сформулированной повестки дня.

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.). Основные элементы подготовки к переговорам: определение предмета (проблем) переговоров, поиск партнеров для их решения, уяснение своих интересов и интересов партнеров, разработка плана и программы переговоров, подбор специалистов в состав делегации, решение организационных вопросов и оформление необходимых материалов - документов, чертежей, таблиц, диаграмм, образцов предлагаемых изделий 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 налаживания отношений между партнерами на предварительных переговорах и рекомендации по их реализации, предлагаемые американскими специалистами. Эти правила, кстати, сохраняют свое значение и в ходе ведения переговоров.

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

Успех переговоров во многом определяется умением задавать вопросы и получать исчерпывающие ответы на них. Вопросы служат для управления ходом переговоров и выяснения точки зрения оппонента. Правильная постановка вопросов способствует принятию нужного вам решения. Существуют следующие виды вопросов:

- Информационные вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о чем-либо.

- Контрольные вопросы важно использовать во время любого разговора, чтобы выяснить, понимает ли вас партнер. Примеры контрольных вопросов: «Что вы об этом думаете?», «Считаете ли вы также, как и я?». Направляющие вопросы необходимы тогда, когда вы не хотите позволить собеседнику навязать вам нежелательное направление беседы. С помощью таких вопросов вы можете взять в свои руки управление ходом переговоров и направить их в необходимое вам русло.

- Провокационные вопросы позволяют установить, чего в действительности хочет ваш партнер и верно ли он понимает положение дел. Провоцировать - значит бросать вызов, подстрекать. Эти вопросы можно начинать так: «Вы уверены, что

сможете ...?», «Вы действительно считаете, что...?»

- Альтернативные вопросы представляют собеседнику возможность выбора. Число вариантов, однако, не должно превышать трех. Такие вопросы предполагают быстрый ответ. При этом слово «или» чаще всего является основным компонентом вопроса: «Какой срок обсуждения подходит вам больше всего - понедельник, среда или четверг?».

- Подтверждающие вопросы задают, чтобы выйти на взаимопонимание. Если ваш партнер пять раз согласился с вами, то на решающий шестой вопрос он также даст положительный ответ. Примеры: «Вы придерживаетесь того же мнения, что ...?», «Наверняка вы рады тому, что...?»

- Встречные вопросы направлены на постепенное сужение разговора и подводят партнера по переговорам к окончательному решению. Считается невежливым отвечать вопросом на вопрос, однако встречный вопрос является искусным психологическим приемом, правильное использование которого может дать значительные преимущества.

- Ознакомительные вопросы предназначены для выявления мнения собеседника по рассматриваемому вопросу. Это открытые вопросы, требующие развернутого ответа. Например: «На какой эффект вы рассчитываете при принятии этого решения?».

- Вопросы для ориентации задаются, чтобы установить, продолжает ли ваш партнер придерживаться высказанного ранее мнения. Например: «Каково ваше мнение по этому пункту?», «К каким выводам вы при этом пришли?».

- Однополюсные вопросы - подразумевают повторение собеседником вашего вопроса в знак того, что он понял, о чем идет речь. При этом вы убеждаетесь, что вопрос понят правильно, а отвечающий получает время для обдумывания ответа.

- Вопросы, открывающие переговоры, весьма важны для эффективного и заинтересованного обсуждения. У партнеров по переговорам сразу же возникает состояние положительного ожидания. Например: «Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему, ничем при этом не рискуя, заинтересует вас это?».

- Заключающие вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один-два подтверждающих

вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: «Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?», «Убедились ли вы, насколько просто все решается?». А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: «Какое время реализации этого предложения вас больше устраивает - май или июнь?»

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

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

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

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

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

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

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

3.4. Способы повышения этического уровня организации

Как правило, в условиях прогрессирующей конкурентной борьбы организации в последнюю очередь анализируют межличностное общение сотрудников, чаще ограничиваясь лишь контролем исполнения общепринятых правил поведения работника прописанных в уставе предприятия, либо должностной инструкции. Но для успешной продуктивной деятельности необходимо значительное внимание уделять этическим проблемам, возникающим у сотрудников на рабочем месте.

В целях повышения этичности поведения руководителей и рядовых сотрудников можно разработать и использовать следующие мероприятия и методы:

1. Этические кодексы описывают систему общих ценностей и правил этики, которых, по мнению организации, должны бы придерживаться ее работники. Этические нормативы разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этической атмосферы и определения этических рекомендаций в процессе принятия решений. Обычно организации доводят этические нормативы до своих работников в виде печатных материалов;
2. «Карты этики» — набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс корпорации для каждого сотрудника компании. Они содержат также имя и телефон консультанта компании по этическим вопросам. Данный метод активно применяется в японских компаниях;
3. Комитеты по этике. Одни организации создают постоянные комитеты по этике для оценки повседневной практики с точки зрения этики, почти все члены таких комитетов — руководители высшего уровня; другие не создают таких комитетов, но нанимают специалиста по этике бизнеса, называемого адвокатом по этике. Роль такого адвоката — выработка суждения по этическим вопросам, связанным с действиями организации, а также выполнение функции «социальной совести» организации;
4. Социальные ревизии предложены для оценки и составления отчетов о социальном влиянии действий и программ организации. Сторонники социальной ревизии полагают, что отчеты такого типа могут свидетельствовать об уровне социальной ответственности организации;
5. Обучение этическому поведению. Еще один подход, используемый организациями для повышения показателей этичности поведения, — обучение этическому поведению руководителей и рядовых сотрудников. При этом работники знакомятся с этикой бизнеса, что повышает их восприимчивость к этическим проблемам,

которые могут перед ними возникнуть. Встраивание этики как предмета в курсы обучения управления персоналом и государственному управлению является еще одной формой обучения этичному поведению, благодаря чему обучающиеся начинают лучше понимать эти проблемы;

6. Этическая экспертиза представляет собой всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации (или конкретного проекта), которая вызывает беспокойство высшего руководства, персонала или общественности и может повлиять на имидж и перспективы организации. Результатом такой экспертизы становится система предложений, направленных на улучшение морального климата и моральной респектабельности организации, а также внесение коррективов в практику деятельности организации (или ее конкретных проектов);

7. Этическое консультирование проводится тогда, когда проблемы организации не могут быть решены силами самой организации (или в ней отсутствуют соответствующие структуры) из-за сложности и противоречивости ситуации, связанной с конкретными моральными дилеммами, для чего приглашаются компетентные независимые специалисты по этике бизнеса со стороны.

Заключение

В заключение данной работы, исходя из поставленной в ней цели и задач, можно сделать краткие выводы:

- 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 ее является стиль общения, функциональная грамотность.

- В содержание делового этикета может входить деловой этикет офиса, т.е. его сотрудников, подготовка деловых бумаг по правилам этикета, проведение деловых переговоров, встреч и совещаний по правилам делового этикета.

Список используемой литературы

1. Аристотель. Соч. в 4-х т. Т.4 – М., Мысль, 1983.
2. Браим И.Н. Этика делового общения. – Минск: Жизнь, 1996.
3. Волгин Б.В. Деловые совещания. – М.: Деловая мысль, 1998.
4. Дебольский М.С. Психология делового общения. – М.: ПРИОР, 1992.
5. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – Киев: КБФ, 1989.
6. Кожина М. Н. Стилистика русского языка: Учеб. для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 «Рус. яз. и лит.». — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Просвещение, 1993.
7. Козловски П. Принципы этической экономики. – СПб.: Экономическая школа, 1999
8. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992
9. Нравственные основы предпринимательской деятельности. Отв. Ред. В.П. Фетисов. Межвуз. сб. научн. трудов. – Воронеж: Истоки, 1995
10. Першин Г.В., Альбов А.С., Левтов В.Е. Телефонный разговор с иностранным партнером. Справочное пособие для успешного делового общения. – С.-Петербург: Нева, 1996.
11. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. – М.: Дело, 2000
12. Сухарев В.А. Быть деловым человеком. – Симферополь: Маяк, 1996.
13. Теория морали и этика бизнеса. Курс лекций. Под ред. В.А. Гвозданного. – М.: Росс. Экон. акад., 1995
14. Широкова И.Г., Этика. М.: ПРИОР, 2000.
15. Честара Дж. Деловой этикет. – М.: САНК, 2000.