

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Деловое общение — это неотъемлемая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления добра и зла, справедливости и несправедливости, правильных или неверных поступков людей. Следовательно, общаясь в деловом сотрудничестве со своими сотрудниками, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или на подсознательном уровне берёт за основу накопленные представления и собственные понятия. Но в зависимости от того, какие моральные нормы заложены в человеке, как он их понимает и каким образом использует, он может либо облегчить себе деловое общение, усовершенствовать его, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, либо усложнить его или даже перевести его в степень невозможного.

Основная часть

1. Этика делового общения

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

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

Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как необходимо себя вести. Мораль всегда предполагает наличие определенной нравственной константы, идеала, образца

для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т.е. в различные временные и исторические эпохи и у разных народов. Однако в морали необходимое, должное далеко не всегда совпадает с фактом, с действительно существующей нравственной и моральной реальностью, фактическими нормами поведения людей. Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

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

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

Общение выступает как способ существования и развития общества и человека. В общении ценно то, что в его процессе происходит социализация и самореализация личности, расширение кругозора и знаний (если общение направлено в правильное созидательное русло), приумножение компетенций в каких-либо областях и самоутверждение.

По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от «недоразвитых в нравственном смысле существ» и от «сверхчеловека». ¹

Оттого «тот, кто не способен вступать в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством».

Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо

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

Следовательно, этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности.

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

В социально-философском плане этика делового общения определяется строем общества (общественным, экономическим), структурой социальной организации и господствующим типом общественного сознания. В традиционном обществе по Э. Дюркгейму, основанном на общности социальной жизни, коллективных предпочтениях, мифологическом сознании и межличностных отношениях, основным механизмом делового общения являются традиции, обычаи и ежедневные ритуалы, которые действуют в отдельно рассматриваемом обществе. Именно этому и должна и соответствует этика делового общения. Она, как лакмусовая бумажка общества, в котором существует личность.

В этом типе общности еще нет места разрыву между этическими нормами делового общения и общими представлениями о нравственной жизни. Это, как правило характерно для общества с развитыми рыночными отношениями. Общие нормы морали являются здесь и нормами делового общения. По большей части они еще не отделяются друг от друга и не противопоставляются друг другу, подобно тому, как деловая жизнь не противопоставляется личной жизни. Но и тогда, когда в рамках традиционного общества возникают частные и корпоративные интересы, общие нормы нравственности все еще продолжают играть главную роль.

В условиях отсутствия «товарного фетишизма» и всеобщего отчуждения хорошее выполнение самого дела рассматривается как нравственный долг и служит основным способом самоутверждения личности.

Человек традиционного общества еще не выработал в себе холуйскую психологию и не гнет спину, стараясь во всем угодить своему начальнику, ибо этические ценности имеют здесь самодовлеющее значение.

Такие понятия, как справедливость, честь, достоинство, свобода, ответственность, имеют здесь экзистенциальный, жизненно важный для человеческого существования смысл и наполнены не абстрактным, а реальным жизненным содержанием. За утверждение этих ценностей люди часто жертвовали своей жизнью. Пафосом этого типа общения могут служить слова Мартина Лютера:

«На том стою и не могу иначе!».

Такой характер этики делового общения мы обнаруживаем уже в Древней Индии. Все человеческое поведение и общение, в том числе и в деловой сфере, подчинено здесь высшим (религиозным) ценностям.

Человек этого общества должен «не обращать внимания на то, что другие люди скажут или подумают о нас, или сделают: идти на работу так же, как солдаты идут на сражение, не заботясь о последствиях; расценивать хорошую репутацию, честь, имя, удобные обстоятельства, комфорт, людские привязанности как ничто, если религиозное обязательство потребует пожертвовать ими».²

Этикет обладает большим нравственным смыслом. С его помощью можно выразить признание значимости человека, с которым вступают в контакт, уважение к нему. Если человек является представителем государства или определенной фирмы, то этикетом выражается отношение к его рангу и его государству, его фирме и т.д. В этом случае этикет заключает в себе политический смысл. Этикет обязывает признавать установленные государством значимости, такие, как ранг, титул, чин и т. д. Военный этикет состоит в поддержании дисциплины, организованности, порядка, выражении готовности беспрекословно выполнять приказы старших по званию.

Определение этикета как установленного порядка проведения где-либо дает наиболее общее представление о нем.

Деловой этикет богаче по своему содержанию, поскольку относится к данной категории как особенное к общему. Деловой этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения предпринимателя. У отечественных начинающих бизнесменов срывается множество выгодных сделок, особенно с инофирмами, из-за того, что они не знают правил делового этикета.

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

Для приветствия пользуйтесь не только вербальным (речевым) средством «Здравствуйте!», «Добрый день», но и невербальными жестами: поклоном, кивком, взмахом руки и т.п. Можно равнодушно сказать: «Здравствуйте», кивнуть головой и пройти мимо. Но лучше поступить иначе — сказать, например: «Здравствуйте, Иван Александрович!», тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчеркивает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймет, вы цените его, да и звучание собственного имени — прият мелодия для любого человека.

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

Этикет—явление историческое. Правила везения людей изменялись с изменениями условий жизни вещества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царственных особ: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.п. для закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета и выполнения его правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Так было в Древнем Египте, Китае, Риме, Золотой Орде. Нарушение этикета приводило к вражде между племенами, народами и даже к войнам.

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

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих ситуаций и вырабатывают формы и правила поведения. Этот набор правил составляет *этикет делового общения*. Вот одно из определений этикета деловых отношений — это свод поведения в бизнесе, который представляет внешнюю сторону делового общения.

Деловой этикет — результат длительного отбора правил форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Не всегда легко давалось освоение этих правил, поэтому предприниматели «от сохи» нередко отзывались о них не очень лестно: «Зачем мне это?» Можно следовать и данному принципу. Однако если хотите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета просто обязательно.

Правила делового этикета помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Прибыль была и остается выше всех различий национального характера, вероисповедания, социального положения, психологических особенностей. Эти различия подчинялись этикету интересующей бизнесмена страны. Подчинение правилам игры определяющей стороны создавало основу для успеха сделки.

Какие же правила поведения надо знать предпринимателю? Прежде всего, следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение человеческой индивидуальности. Социальная роль, которую играет, тот или иной человек, не должна быть самодовлеющей, не должна она оказывать и гипнотического влияния на делового партнера. Культурный предприниматель

будет в равной степени уважительно относиться и к министру, и к рядовому техническому работнику министерства, президенту компании, фирмы и уборщице офиса, т.е. всем показывать искреннее уважение. Это искреннее уважение должно стать составной частью натуры, .но только в том случае, если научиться верить в порядочность людей. Нельзя при первой встрече обнаружить даже признак того, что вы представляете его как «темную лошадку», стремящуюся вас обязательно обойти на прямой или вираже, а говоря проще — обмануть. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: деловой партнер — хороший человек! Если, конечно, он не доказал своими поступками обратного.

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

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

имущества» есть и уважительное отношение к человеку.³

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой вопрос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно несколько раз: «Как дела?», всегда необходимо помнить о чувстве меры. Не ответить ничего или невежливо; буркнуть «Нормально» и пройти мимо, тоже невежливо, если не грубо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах — прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает ответить примерно следующее: «Спасибо, нормально», «Спасибо, жаловаться грех» и т. п., интересуясь, в свою очередь: «Надеюсь, что и у Вас все обстоит нормально?». Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех, следуют сложившимся в России нормам: «Не сглазь, когда дела идут хорошо».

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

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

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

В Деловых отношениях мелочей нет. Для бизнеса этикет значит очень много. Одежда, поведение предпринимателя, менеджера — это его визитная карточка. О госте начинают составлять представление заранее, собирая о нем информацию. Источниками информации служит поведение бизнесмена в пути к месту деловой встречи, поведение в гостинице, во время самой встречи. Помните, вас всюду окружают люди, которые с той или иной степенью пристрастности изучают вас.⁴

Заключение

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

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах правил поведения страны—партнера по бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями.

Применимости этики деловых отношений, в области ее активного исследования и практического применения находятся следующие вопросы: нормы и правила построения взаимоотношений в деловой сфере; правила, рекомендации и оптимальные алгоритмы поведения и общения в конкретных деловых ситуациях: переговорах, конструктивной критике, телефонных переговорах, в конфликтных ситуациях; деловой этикет и т.п.

Список литературы

1. Андреева И.В. Этика деловых отношений. – СПб.: Вектор, 2005.-160с.
2. Зарецкая Е. Н. Деловое общение. В 2-х т. М.: Дело, 2002. – 695с.
3. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие.-5-е изд. перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2006. – 320с.

4. Зельдович Б.З. Деловое общение. - М.: Альфа-Пресс, 2007. - 456с.
5. Леонтьев А. А. Психология общения. - М., 2007. - 368с.
6. Психология и этика делового общения / Под ред. В. Н. Лавриненко. - М., 2007. - 415с.

1 Андреева И.В. Этика деловых отношений. - СПб.: Вектор, 2005. - с. 81.

2 Андреева И.В. Этика деловых отношений. - СПб.: Вектор, 2005.- с. 84.

3 Зарецкая Е. Н. Деловое общение. В 2-х т. М.: Дело, 2002. - с. 410.

4 Психология и этика делового общения / Под ред. В. Н. Лавриненко. - М., 2007. - с. 362.