

Содержание:

image not found or type unknown



Введение.

Этикет беседы относится, по своей сущности к этике- науке о морали и нравственности.

В современном мире, когда в деловой сфере, быту, правительственных кругах, на производстве, в международных отношениях, возникают конфликты, все чаще разрешение их ведется путем деловой беседы, переговоров.

Сущность конфликтов, причины их возникновения в деловых сферах и пути улаживания конфликтов относятся к науке управления - менеджменту.

Менеджеры даже провели классификацию конфликтов: « конфликты цели, конфликты

познания, чувственный конфликт (эмоций)» и разработали методы их разрешения.

Основой разрешения несогласий и конфликтов являются методы переговоров,

которые по стратегии разделяются на три типа : мягкий, ; жесткий и

принципиальный. Мягкий метод заключается в стратегии уступок, жесткий- в

состязании воли, принципиальный- объединяет и то и другое и решает проблемы

по их сути, давая возможность достичь цели в рамках приличия.

На результаты переговоров, а также споров влияет много факторов: восприятие,

эмоции, позиции разных сторон и другие.

Для решения различных споров очень важным бывает выяснение образа мысли, мышление оппонентов, что очень способствует успешному ведению переговоров.

Важным моментом в ведении переговоров имеют также эмоции, которые необходимо

подавлять так называемым методом «выпуска пара», что позволяет освободиться от чувства гнева, страха возникающих в спорах. Кроме того, враждебную ситуацию снимают извинения, выражения сожаления, обмен рукопожатиями, недорогие подарки.

Поведение принципиальных переговоров включает в себя два вопроса: как разработать объективные критерии? Как их применять в спорах.

Объективные критерии должны быть законными и практичными, независимо от желания сторон.

Этика – философская дисциплина, объектом изучения которой является мораль. Мораль – важнейшая составляющая культуры, один из основных способов регуляции поведения человека. Поэтому, по мнению многих мыслителей, этика является важнейшей частью философии. Она рассматривает те нравственные проблемы, которые неизбежно встают перед каждым человеком: в чем смысл жизни и смерти; в чем сущность добра и зла и каковы критерии их разграничения; как относиться к страданиям; можно ли совместить выполнение нравственного долга и достижение счастья; как оценивать поступки людей – по намерениям или по результатам; каковы критерии справедливости; каково место любви в жизни человека; почему альтруизм предпочтительнее эгоизма; совместимы ли добро и польза и т.д.

Этика не только описывает реально существующие отношения между людьми, но и стремится создать идеал этих отношений, т.е. не только анализирует сущее, но и намечает очертания должного. Этические представления – это реализация потребности человека в идеалах и ценностях.

Этика стремится к рациональному обоснованию моральных ценностей, хотя их рационализация неизбежно сталкивается с трудностями, поскольку эти ценности сопряжены не только с рассудком человека, но и с его чувствами, убеждениями,

нравственной верой. Каждая историческая эпоха, каждый мыслитель обогащает этические вопросы своими духовными поисками, своим опытом, раскрывает их новые аспекты. Поэтому изучать этику необходимо через рассмотрение многообразных теоретических и жизненных позиций. Затронув проблемы этики, мы знакомимся с этической нормой, то есть постулатами профессиональной этики предпринимателя. Такие постулаты лежат в основе того, что можно определить как этический кодекс предпринимателя.

Цивилизованный предприниматель:

- убежден, в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества, для государства;
- исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать, стремятся реализовать себя вместе с предпринимателем;
- верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество, относится к бизнесу как к искусству;
- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- уважает себя как личность, а любую личность - как себя;
- уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения, социальный порядок, законы;
- доверяет себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;
- ценит образование, науку и технику, информатику, культуру, уважает экологию;
- стремится к нововведениям;
- является гуманистом.

Формируя себя, как предпринимателя, мы должны ясно осознавать, что такие черты поведения, как вежливость, тактичность, деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для обыкновенного житейского бытия. Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями,

стрессами. Иметь свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой, но непременно благородный образ. Тот самый имидж предпринимателя, который гарантирует нам не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности.

В современной жизни отмечается тенденция к упрощению форм, обязывающих в отношениях с людьми. Она проявляется также в отношении одежды, тем не менее есть определенные правила.

Специфика предпринимательской деятельности предъявляет весьма серьезные требования к внешнему облику ее участников. Бизнесмен должен быть всегда опрятен: плохо завязанный галстук или нечищенные ботинки - свидетельство нетребовательности к себе или безразличия к окружающим, рассеянности и несобранности. Старательно подобранная, соответствующая времени суток одежда, свидетельствует о любви к порядку и эстетике, дает хорошее самочувствие, является признаком вкуса, элегантности, а также уважения к людям, среди которых мы находимся.

Желая одеться со вкусом, мы придерживаемся определенных принципов:

1. Все части гардероба должны быть всегда чистыми, отглаженными, находиться в идеальном порядке.
2. Выбирая одежду, принимаем во внимание рост, фигуру, цвет кожи, волос, глаз. Не надо покупать одежду только потому, что она модная.
3. Каждая ситуация требует соответствующей одежды.
4. Не носите одежды ярких цветов или слишком пестрых узоров. Для руководителя предпочтителен консерватизм в одежде: костюмы спокойных тонов и классических фасонов, однотонные светлые сорочки, тщательно подобранные галстуки и ни какой бижутерии.
5. Не кладите в наружные карманы ручку, карандаш, очки, расческу и другие предметы.

Официальные приемы требуют определенной одежды, о чем указывается в приглашении: - парадная одежда, фрак, смокинг или обычный костюм. Костюм, надеваемый в официальных случаях, не должен быть спортивным, а пиджак и брюки разного цвета. Женщинам на обед, ужин, вечерний прием рекомендуется вечерний туалет.

Сидя за рулем автомобиля, помните не только о правилах дорожного движения, но и о пассажирах. Необязательно развлекать их, но позаботиться об их удобствах необходимо. Ведите автомобиль спокойно и плавно, не комментируйте поведение других водителей и пешеходов.

Надо следить за своей походкой: ходить следует твердо, прямо, не вразвалку и не сгибаясь, с достоинством.

Отучайте себя от дурных привычек: не следует сидеть «развалиясь» в кресле, раскачиваться на стуле, сидеть на самом его краешке, класть ногу на ногу, покачивать ногой во время разговора и т.п.

Держите под контролем руки - жесты должны быть сдержаны и целесообразны. Не дотрагивайтесь до собеседника руками - это бывает крайне для него неприятно.

Никогда не забывайте, что на ваш внешний вид и манеры всегда обращают внимание. Мировая история свидетельствует, что в организации людей личное обаяние - чудодейственно. Многие «зарабатывают» личное обаяние как участники полемики. Сегодня время словесных баталий. Их победители, как правило, вызывают симпатии и восторг. В дискуссии особо значим целостный образ выступающего. Чем он нагляднее, тем активнее идет процесс его стороннего восприятия.

Обладайте чувством меры - всякие отклонения раздражают окружающих и работают против вас. Не будьте излишне бойкими, шумными, страстными, как не будьте слишком вялыми, тихими и безразличными.

Обязательно, следите за впечатлением, которое вы производите, на окружающих, но не ради самолюбования, а для самокоррекции. И самое главное надо запомнить несколько **правил**, чтобы о вас думали как о человеке - образце в бизнесе и просто в жизни.

1. Помните, что предприниматель высокого класса способен превращать вредное в полезное.

2. Выработывайте привычку: все, с чем вы сталкиваетесь, рассматривать с точки зрения пользы для вашего дела.
3. Выполняйте обещания в срок. Если не смогли выполнить - не оправдывайтесь, определите новый срок и сдержите слово, пусть с опозданием.
4. Будьте внимательны и объективны к «бесполезным» предложениям
5. Отклоняйте ненужные предложения, но тактично и вежливо.
6. Будучи уверенным в себе, избегайте быть самоуверенным.
7. Не перекладывайте ответственность за принятие нужного решения на подчиненных, если это не входит в их компетенцию или они не получили от вас соответствующего задания.
8. Помните, что ничто так не компрометирует предпринимателя, как его растерянность.
9. Чтобы эффективно подчинять, умейте подчиняться хотя бы обстоятельствам.
10. Никогда не забывайте, что ваше мнение или позиция я вовсе не всегда хороши, есть и другие.
11. Не оставляйте без тщательного анализа ни один случай неудачи, промаха.
12. Не забывайте, что знание личных побудительных мотивов людей - одна из важнейших основ эффективного взаимодействия с подчиненными.
13. В общении с людьми научитесь понимать то, что не высказано.
14. Руководствуйтесь в работе тремя «не»: не раздражайтесь, не теряйтесь, не распыляйтесь.
15. Высшая форма неуважения к партнерам и подчиненным - задержать начало работы из-за своего опоздания или неподготовленности мероприятия.
16. Будьте терпимы к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают бизнесу.
17. Помните, что человека можно оскорбить не только словом; поза, мимика часто не менее выразительны.
18. Не страшитесь талантливых подчиненных.

19. Хвалите на людях, порицайте с глазу на глаз.

20. Умейте слушать, имейте бесконечное терпение.

Осваивая цивилизованный рынок, современные предприниматели должны знать, что лишь 10-15% желающих утвердиться в рыночном мире добиваются своих целей. И именно следование правилам делового этикета и этике делового общения является залогом успеха в бизнесе. Другими словами, соблюдение правил делового этикета и деловой этики - один из необходимых элементов вашего профессионализма. Мировые экономические связи обязывают деловых людей знать правила хорошего тона и других стран. Здесь нарушение правил этикета могут привести даже к разрыву деловых связей и обернуться потерей рынков сбыта. Правила делового этикета со временем меняются, некоторые из них в настоящее время утратили свою обязательность, например, элементы поведения по отношению к женщине. Еще недавно считалось, что мужчина должен непременно оплачивать счет в ресторане, если обедает в обществе женщины, распахивать перед ней двери, попускать ее вперед при выходе из лифта.

Сегодня такие правила не являются обязательными. Современный деловой этикет рекомендует выходить из лифта первым тому, кто находится ближе к двери. Женщина надевает пальто сама, но если у нее при этом случаются затруднения, мужчина обязан помочь ей. Быть просто вежливым и доброжелательным недостаточно. В деловом этикете общие принципы приобретают специфическую окраску, что выражается в следующих основных правилах:

- * Будьте во всем пунктуальны
- * Не говорите лишнего
- * Думайте не только о себе, но и о других
- * Одевайтесь как принято
- * Говорите и пишите хорошим языком

- Первое правило - будьте во всем пунктуальны:

Опоздания любого сотрудника мешают работе, кроме того они свидетельствуют о том, что на такого человека нельзя положиться. Для делового человека очень важно умение рассчитывать время, необходимое для выполнения того или иного задания. К тому же всегда оказывается, что на работу вам требуется больше

времени, чем вы предполагали; и главное, как только вы наконец-то принялись за работу, всегда найдется какая-нибудь другая, которую надо сделать раньше. Кроме того, полезно держать в уме еще один закон: если дела идут слишком хорошо, значит, скоро что-то должно случиться. Из всего этого можно сделать простой вывод: на выполнение заданий надо выделять время с запасом, учитывая проблемы, которые могут возникнуть.

- Второе правило - не говорите лишнего:

Любой сотрудник обязан хранить секреты своей организации, это правило касается всех дел фирмы или учреждения: от кадровых до технологических. Это же относится и к разговорам сослуживцев о их личной жизни.

- Третье правило - думайте не только о себе, но и о других:

Нельзя успешно вести дела, не учитывая мнения и интересов партнеров, клиентов, покупателей. Часто причинами неуспеха в делах становятся проявление эгоизма, заикленности на своих интересах, стремление навредить конкурентам, даже сослуживцам, чтобы выдвинуться в рамках собственного предприятия. Стремитесь всегда терпеливо выслушивать собеседника, учитесь уважать чужое мнение и понимать его, избавляйтесь от нетерпимости к инакомыслию. Никогда не унижайте оппонента, имейте в виду, что рано или поздно вы столкнетесь с человеком, который будет вынужден поступить с вами также.

- Четвертое правило - одевайтесь как принято

Главное - одеваться соответственно вашему окружению на службе, не выбиваясь из контингента работников вашего уровня. Ваша одежда должна демонстрировать ваш вкус.

- Пятое правило - говорите и пишите хорошим языком

Все, что вы говорите и пишете, должно быть изложено хорошим языком, грамотно. Умение человека грамотно говорить влияет в целом на его образ. От умения общаться часто зависят ваши шансы заключить тот или иной контракт. Деловому человеку, для того чтобы преуспеть, надо овладеть и искусством риторики, то есть мастерством красноречия. Очень важно следить и за своей дикцией - произношением и интонацией. Никогда в деловом общении не употребляйте жаргонных словечек и оскорбительных выражений; учитесь слушать других и при этом показывать, что вам интересно.

Вопросы поиска делового партнера и проверки его финансовой надежности очень актуальны. Качественное улучшение информированности снижает степень риска.

Надежная информация нужна до начала переговоров. Предположим, информация получена. Как ее можно интерпретировать? Если денег мало, то возможно он беден или удачно ими оперирует. Если денег много, то возможно они лежат без движения, возможно он богат, возможно на его счету находятся заемные средства.

Платежеспособность фирмы определяется на основе анализа ее бухгалтерского отчета за ряд лет; его можно выполнить самостоятельно или с привлечением специалистов по финансам. На экономическое положение фирмы могут влиять не только производственные, но и политические факторы.

Итак, получение надежной информации до начала переговоров с потенциальным партнером позволяет снизить расходы и делает предпринимательскую деятельность более доходной.

Собрав, нужные сведения о компании, начинают думать как же связаться с нею. Для этого на помощь приходит деловая переписка.

Все разнообразие официальной корреспонденции может быть разделено на два основных вида:

А) официальная переписка между государственными организациями

различных стран; этот вид корреспонденции используется в дипломатической практике;

Б) деловые письма; имеющие часто полуофициальный характер и широко применяемые при организации деловых контактов и т.д.

Стиль официальной переписки может измениться в зависимости от языка и традиций различных стран, однако он подчиняется некоторым общим правилам, определяемым международной практикой.

Любой документ, будь то вербальная нота или коммерческое письмо, содержит несколько обязательных позиций: обращение, комплимент, подпись, дата, адрес.

Кроме того, при оформлении деловой корреспонденции желательно придерживаться следующих общепринятых правил:

1. Служебные письма пишутся на чистом бланке или листе бумаги, только на его лицевой стороне;
2. Каждая страница нумеруется арабскими цифрами;
3. Служебные письма печатаются на машинке;
4. В тексте не допускается подчистки, исправления;
5. Письмо складывается текстом внутрь;
6. На письмо необходимо дать ответ в течении 10 дней.

Деловое письмо имеет длительную историю. Оно развивалось вместе с экономическими и специальными отношениями, отражало этнические традиции, несло на себе отпечаток светского и официального этикета.

Особенно была богата этикетными формами деловая переписка феодального периода. В частности, в ней было много выражений почтения и уважения, которые исходили в адрес получателя письма, независимо от истинного отношения к адресату. Вот, например, как подписывал письма шефу корпуса жандармов А.Х.Бенкендорфу А.С.Пушкин: "С глубочайшим почтением и совершенной преданностью честь имею быть, милостивый государь, Вашего сиятельства покорнейший слуга Александр Пушкин". Несмотря на внешнее проявление уважительности со стороны лиц дворянского сословия, в деловом письменном общении были заметны социальные различия. Они выражались в уничижительном характере делового сообщения со стороны людей, находившихся на низших ступенях социальной лестницы при обращении к вышестоящим и повелительном, властном тоне вышестоящих в адрес нижестоящих. С развитием капиталистических отношений деловое письмо стало унифицироваться, избавляться от многих дворянских этикетных норм, а проявляющиеся в нем служебные отношения приобретать более демократический характер. Особенно упростилась деловая переписка в последние десятилетия, став сухой, чисто официальной. В наш стремительный век это в определенной степени оправдывается необходимостью в меньших затратах времени на написание делового письма, необходимостью в четком и ясном изложении сути просьбы, предложения и т.д. Вместе с тем можно согласиться и с точкой зрения, когда

высказывается сожаление о постепенном исчезновении из делового письма ряда этикетных форм, в частности слов уважаемый, уважаемые, с уважением, выражений извинений и благодарности, придающих переписке человеческий характер. Чаще и чаще обращения к людям заменяются обращением к фирме, организации и т.д., под которыми подразумеваются работающие там люди.

Переписка как форма делового общения делится на деловую и частно-официальную.

Деловое письмо - это корреспонденция, направленная от имени одной организации, учреждения, фирмы другой организации, учреждению, фирме. Она может быть адресована коллективному адресату или одному человеку, который выступает в качестве не частного, а юридического лица. К такой корреспонденции относятся коммерческие и другие письма.

Частно-официальным является такое деловое послание, которое адресуется от имени частного лица к организации, от организации к частному лицу, от частного лица к частному лицу.

К деловой корреспонденции предъявляется ряд требований. Прежде всего деловое письмо должно вызвать интерес у адресата. Для этого необходимо на основе убедительных фактов, данных, сведений показать адресату выгодность партнерства или невыгодность разрыва деловых взаимоотношений. Содержание письма должно побуждать его к действию, принятию важных для адресата решений.

В отличие от светского письма в деловой переписке избегают образного выражения мыслей с помощью сравнений, метафор, (перенесения одних свойств предмета или явления на другой на основании их общих признаков), аллегорий (изображения отвлеченной идеи или понятия посредством конкретного образа) и гиперболы (преувеличения).

Излагать содержание делового письма следует точно и лаконично. В тексте предпочтительны простые распространенные предложения. При изложении содержания необходимо избегать частных, второстепенных деталей.

Доказательства, соображения подкрепляются лишь самыми важными аргументами, фактами или цифрами. Чтобы не превратить письмо в таблицу или статистический справочник, нужно не перегружать его цифровыми данными. Цифры, перечни,

списки и т.п. даются в приложении.

Текст делового письма следует делить на абзацы. Каждый абзац должен содержать законченную мысль и начинаться с новой строки. Нормальным считается абзац из двух-трех предложений.

Суть просьбы, предложения условий для сотрудничества и т.д. нужно излагать в доступной форме и логической последовательности. Прежде чем употреблять профессиональные термины, сокращения, надо представить себе, понятны ли они будут адресату, не приведет ли это к просьбам их уточнений и разъяснений. В таком случае вы потеряете время, а время, как говорится, - деньги.

Тон письма должен быть уважительным и корректным, даже если назревает конфликтная ситуация. При обострении взаимоотношений следует всегда задуматься, не по вашей ли вине она возникла, все ли вы сделали для того, чтобы избежать ее. Даже разрыв отношений должен оставлять какие-то мосты. Возможно, они в будущем еще пригодятся. Это, конечно, не означает всепрощения, пассивного принятия аморальных поступков.

Деловое письмо обычно носит четко нацеленный характер и посвящается одному вопросу, содержание которого следует целиком подчинять его решению (заключению сделки, изложению делового предложения, передаче информации и т.п.).

Важнейшее нравственное требование к содержанию письма - честность, правдивость. Задержки с ответом, бессознательно допущенная ошибка, неточность должны повлечь за собой извинительные просьбы.

В отличие от управленческого распоряжения, приказа в деловой переписке коммерческого, партнерского характера следует избегать повелительного тона, сомнений в полезности заказываемого товара или услуги.

В служебной переписке употребляются многие виды писем, различающихся по своим целям и характеру. В их числе письма-извещения, письма-напоминания, письма-приглашения, письма-просьбы, письма-предложения, письма-подтверждения, письма-согласия, письма-отказы, информационно-разъяснительные письма, письма-циркуляры или распорядительные письма, письма-разрешения, письма-запрещения, сопроводительные письма.

Для коммерческой переписки характерны письма-запросы, письма-ответы на запросы, письма-предложения, письма-заказы, письма-рекламации, гарантийные письма.

Письмо-запрос направляется от покупателя к продавцу, от импортера - к экспортеру с целью выяснения возможности поставки определенной продукции или оказания услуг. Оно также содержит просьбу направить предложение на поставку товаров. В таком письме обычно указываются наименование и вид товара, а также условия, на которых заказчику хотелось бы получить товар.

В свою очередь адресат, получив письмо-заказ, посылает заказчику отчет на запрос, в котором может сообщаться о принятии запроса к рассмотрению, обещание направить предложение в определенный срок или содержаться отказ поставки товара с мотивировкой отказа. Продавец, если его устраивают пожелания покупателя и он заинтересован в быстром заключении сделки или контракта, может и без предварительных сообщений направить предложение (оферту). В предложении помимо наименования и вида товара указываются его количество, упаковка, сроки поставки, условия платежа и доставки. Если условия предложения приемлемы для покупателя, он направляет письмо-заказ, в котором повторяются основные пункты предложения. При получении заказа продавцом высылается подтверждение, которое является свидетельством о принятии заказа к исполнению.

Заказ отличается от сделки или контракта тем, что невыполнение заказа не влечет за собой санкций, которые, как правило, указываются при оформлении сделки (контракта). Преимущество заказа перед сделкой в упрощении процедуры заключения договора. В случае, если покупатель и продавец расходятся по каким-то позициям, переписка продолжается до принятия окончательного решения одной или двух сторон, ведущих письменные переговоры.

При нарушении деловыми партнерами условий договора потерпевший направляет в адрес нарушителя письмо рекламацию (претензию). В нем указываются основания для предъявления претензии, приводятся ее доказательства и конкретные требования потерпевшей стороны. К письму прилагаются документы потерпевшей стороны, подтверждающие рекламацию. Таковыми могут быть акт приемки, акт испытаний, акт экспертизы и т.д.

В переписке партнеры, вступающие в правовые отношения, прибегают к гарантийным письмам. В них подтверждаются условия делового сотрудничества,

даются определенные обещания, берутся обязательства.

В деловой переписке, как коммерческой, так и некоммерческой имеют место и сопроводительные письма, в которых сообщается о направляемых или возвращаемых документах. Названия высылаемых документов перечисляются в приложении, размещенном под текстом.

Деловое письмо обычно состоит из заголовка (зачина), основного текста (доказательства) и концовки.

Заголовок содержит название фирмы (учреждения), отправляющей письмо, почтовый и телеграфный адрес, телетайп и телефакс, номера телефонов, расчетный счет, дату отправления письма. Месяц в деловой корреспонденции пишется полным словом (например: 1 июля 1993г.).

Как правило, солидные организации, учреждения, предприятия, фирмы для деловой переписки используют бланки с нанесенными на них типографским способом формальными элементами заголовка (реквизитами). Для посылки писем за рубеж реквизиты должны быть продублированы на английском или ином языке. В заголовке рядом с обозначением места и даты обычно помещается ссылка на содержание письма или повод, по которому оно написано. Указание на содержание письма подчеркивают.

Ниже штампа могут также ставиться номера письма отправителя и письма адресата, на которое дается ответ.

Ставить исходящий номер на письмах, адресуемых за рубеж, не рекомендуется. Там ограничиваются датой отправки и содержанием письма.

В деловой переписке, помимо адреса и названия фирмы или учреждения, написанного на конверте, названные атрибуты помещаются и в заголовке (в правой верхней части письма). Если письмо адресовано фирме или учреждению, то сначала указываются наименование фирмы (учреждения) в именительном падеже, а затем почтовый адрес. В документе, направляемом на имя руководителя (организации), наименование организации входит в состав наименования должности руководителя.

В письме, адресованном частному лицу, сначала пишутся почтовый адрес, а затем фамилия и инициалы адресата. Если известна должность адресата, желательно

указать ее после имени. При обращениях к отдельным лицам употребляется неформальное выражение Дорогой.

Следует иметь в виду, что имена, адреса, обращения, каждое слово официального названия должности, название объектов переписки пишутся с заглавной буквы.

После обращения обычно следует вводная фраза. Она формулируется в зависимости от типа письма и его цели. Поэтому вступление характеризуется большим разнообразием. Вместе с тем есть ряд этикетных оборотов, которые употребляются при написании деловых писем наиболее часто и являются стереотипными. Знание их или наличие под рукой сокращают время написания послания и во многих случаях повышают культуру письма.

Мы крайне удивлены Вашим письмом от... в котором Вы сообщаете...

Мы с удивлением узнали из Вашей телеграммы (телекса), что...

В дополнение к нашему письму от 12 февраля с.г. сообщаем, что...

Разрешите написать Вам...

Мы вынуждены напомнить Вам...

Настоящим еще раз напоминаем (сообщаем)...

Мы сожалеем (выражаем сожаление) по поводу Вашего отказа (молчания)...

К сожалению, мы до сих пор не получили Вашего ответа на наше письмо от... и вынуждены еще раз Вам напомнить (попросить)...

В связи с Вашим письмом от... сообщаем, что, к нашему сожалению...

Уведомляем Вас...

Ставим Вас в известность...

Доводим до Вашего сведения...

По Вашей просьбе направляем Вам...

Просим извинить нас за задержку с ответом на Ваше письмо от...

Пожалуйста, примите наши извинения за...

Мы благодарим Вас (признательны Вам, выражаем благодарность) за оказанную услугу (помощь, поддержку).

Содержание письма зависит от проблем и задач, которые приходится решать посредством переписки. Оно в деловом письме не должно быть пространным. Нередко содержание исчерпывается одним или немногочисленными предложениями, выражающими просьбу, согласие или отказ. Приведем примерные фразы, которые могут составить основу кратких писем:

Настоящим просим сообщить о сроках отгрузки...

Просим ускорить отправку...

Просим поставить нас в известность о...

Просим сообщить нам о Вашем решении по вопросу...

Обращаемся к Вам с просьбой выслать...

Настоящим сообщаем, что Ваш запрос (заказ, предложение) принят нами. В ответ на Ваши требования... сообщаем, что нами приняты следующие меры...

В ответ на Вашу просьбу (наказ) с сожалением сообщаем (должны, вынуждены сообщить), что ее (его) выполнить не можем (не имеем возможности).

При написании основного текста письма употребляются обороты-скрепы:

В связи (в соответствии) с Вашей просьбой...

В связи с вышеизложенным...

Одновременно с этим...

Во-первых... во-вторых... и т.д.

В первую очередь...

Кроме того... более того... помимо того...

Считаем необходимым (важным, нужным, целесообразным)...

В дополнение к вышеизложенному (вышесказанному, отмеченному выше) сообщаем...

Следует (необходимо, нужно, надо, хочется, считаем необходимым) добавить (отметить, заметить)...

В конце делового письма содержатся просьбы писать или информировать, а также пожелания, надежды на дальнейшее сотрудничество, получение заказов и т.д. Здесь же могут быть извинения и благодарности.

Заканчивается письмо формулой вежливости с указанием должности, фамилии и инициалов лица, подписывающего письмо, а в некоторых случаях ставится и печать.

Как в других структурных элементах делового письма, так и в концовке используются устойчивые выражения, например:

Просим сообщить о Вашем согласии. С уважением...

Просим написать нам о своем решении. С уважением...

Просим Вас поставить нас в известность. С уваженнем...

Просим Вас информировать нас о принятых Вами мерах. С уважением...

При получении письма просим Вас подтвердить письменно

Если к письму прилагается документация, чертежи и т.д., то в конце указывается наличие приложения, например: "Приложение: от №..."

Согласно служебному этикету ответ на письмо подписывает равный (или выше) по должности работник. Так, если инициативное письмо подписал директор (президент, председатель), то и ответ на него также подписывает такой же руководитель, в крайнем случае его заместитель.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Этика делового общения вообще и деловые беседы (споры, переговоры) в частности к науке этике- наука о нравственности и морали, об отношениях между людьми и обязанностях, вытекающих из этих отношений.

Все люди различны между собой и поэтому они по разному воспринимают ситуацию,

в которой оказываются.

Различия в восприятии часто приводят к тому, что люди не соглашаются друг с другом по определенному поводу.

Это несогласие возникает тогда, когда ситуация несет конфликтных характер.

конфликт определяется тем, что сознательное поведение одной из сторон (личность, группа, организация) вызывает расстройство интересов другой стороны.

Изучая природу конфликтов, специалисты составили определенные правила ведения

споров.

Интеллигентность не только в знаниях, но и в способности к пониманию другого.

Она проявляется в тысяче и тысяче мелочей: в умении уважительно спорить, вести себя скромно за столом, в умении незаметно помочь другому, беречь природу, не мусорить вокруг себя - не мусорить окурками или руганью, дурными идеями.

Интеллигентность - это терпимое отношение к миру и к людям.

В основе всех хороших манер лежит забота о том, чтобы человек не мешал человеку, чтобы все вместе чувствовали себя хорошо. Надо уметь не мешать друг другу. Воспитывать в себе нужно не столько манеры, сколько то, что выражается в манерах, бережное отношение к миру, к обществу, к природе, к своему прошлому.

Не надо запоминать сотни правил, а запомнить одно - необходимость

уважительного отношения к другим.

Список литературы:

Батавина Р.Н. Этика менеджмента. - М.: ГАУ. - 1996г. - с.30.

Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека. - М.: ЭНИ. - 1996г. - с. 33.

Нестара Д.Ж. Деловой этикет. - М.:МГУ. - 1997г. - с. 136-138.

Петкевич Э. Этикет менеджера. - Махачкала. -1991г.-с. 115

Резчиков Е.А. Этика делового общения. - М.? МАСИ. - 1995г. 70с.

Холонова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.:

ИНФРА М. - 1995г. - с. 57-258.

Честера Дж. Деловой этикет. - М.: Фаир. - 1997г. - 336с.

Этика и культура: их место в современном бизнесе //ЭКО. - 1994г. -№9.- с. 190-199.