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.

 Деловой этикет- это установленный порядок, совокупность правил, регламентирующих внешние проявления человеческих отношений.

 Деловой этикет включает в себя две группы правил:

* нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
* наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

 Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

 Термин «этикет» ХVIII веке. Но своды правил создавались ещё в Древнем Египте: около 2350 г. До н.э.

 Великий мыслитель Древнего Китая Конфуций (Кун-цзы) (551- 479 г. До н.э.), основатель самого влиятельного из древнекитайских филосовско-религиозных течений-конфуцианства-отводил этикету (ли) особую роль. Ли-этикет, по мнению Конфуция, должен был формировать гармоничные отношения между людьми, регулировать поведение человека в разных жизненных ситуациях.

 Как писал Аристотель, обходительность бывает трёх родов: « Первый род – в обращении: например, в том, как обращаются ко всем встречным и приветствуют их, протягивая руку. Второй,- когда приходят на помощь всякому бедствующему. И наконец, третий род обходительности,- когда бывают гостеприимными засьольниками.»

 Примером обходительности служило поведение Юлия Цезаря: «...когда у кого-то на обеде было подано старое масло вместо свежего и остальные гости от него отказались, он один брал его даже больше обычного, чтобы не показать будто он упрекает хозяина в небрежности или невежливости».

 Как сложившаяся и детально разработанная нормативная система, этикет возник в эпоху средневековья, в среде феодалов. Рыцарское сословие выработало свой собственный кодекс чести, нравственные нормы, вело детально регламентированный правилами этикета образ жизни. В рыцарском сословии существовала чёткая иерархия, принадлежность к этому благородному сословию требовала особого внимания ко всевозможным ритуалам, символам, атрибутам.

 Особенно сложными и строгими были правила поведения при дворе монарха. Сам термин «этикет» возник после того, как на одном из великолепных, изысканных приёмов у французского короля Людовика XIV гости получили карточки (этикетки), где были перечисленны правила поведения.

 С развитием буржуазных отношений роль этикета набирала свои обороты. Мыслители-рационалисты рассматривали его как инструмент, признанный сдерживать бурные эмоции, проявления сильного возбуждения, нежелательного в обществе. Для воспитанного человека стала обязятельной «элегантная невозмутимость», которая и высоко ценится англичанами. «Слова «держи себя в руках»- поистине можно назвать их первой заповедью.

 Тесное общение начинается со знакомства. А чтобы познакомить людей, их надо представить друг другу.

 Младшего по возрасту представляют старшему, лицо занимающее невысокое положение – более высокопоставленному, новобрибывшего – собравшимся, мужчину всегда представляют женщине ( кроме тех случаев, когда мужчина является официальным главой государства, членом королевской семьи или церковным иерархом), холостого мужчину представляют женатому. В сугубо деловых отношениях возраст и пол играют меньшую роль: главное – должность знакомящихся. При официальном представлении, называя полное имя и фамилию, не следует забывать и звание, если таковое имеется, например: « профессор Джон Смит», « полковник Иванов», « доктор Уильям Джонсон».

 На больших официальных приёмах, которые даются в честь высокопоставленной особы, хозяйка должна встречать гостей, стоя рядом с почётным гостем. Представляя вновь прибевшего, она произносит: « Господин Джонсон, это наш начальник отдела рекламы господин Иванов» Если гость прибыл уже после этой процедуры, следует представиться самому. На многолюдных приёмах гости представляются сами.

 Во время первой встречи двух делегаций первым должен представиться глава принимающей стороны.

 Затем представляется глава прибывшей делегайии, гость.

 Росле этого глава принимающей делегации должен представить остальных членов своей делегации, в соответствии с их рангами в порядке убывания. То есть сначала должны быть представленны женщины, занимающие важные должности, затем – более низкого ранга; затем мужчины – в таком же порядке.

 После этого точно так же представляют своих сотрудников глава встречаемой делегации.

 **Переговоры –** Самый ответственный момент в деятельности бизнесмена. А результат зависит от того, как подготовленн к ним деловой человек – не только к переговорам вообще, но и к конкретным предстоящим переговорам, к общению с конкретным партнёром, к обсуждению конкретных вопросов.

 Подготовка к переговорам начинается с анализа промблем. Во-первых, необходимо определить предмет переговоров, то есть какой главный вопрос бедет обсуждаться. Во-вторых, нужно не толбко найти подходящего партнёра, но и рповерить его финансовую надёжность, получить информацию о его репутации и опыте предпринимательской деятельности

 Для налаживания взаимоотношений с участниками предстоящих переговоров важно узнать как можно больше о том, где они выросли, где учились, как складывалась их карьера, узнать об их хобби и составе семьи. Если в беседе с деловым партнёром проявить свою осведомлённость, особенно в сочетании с комплиментом или констатацией сходства интересов, биографии и т.п., это, скорее всего, произведёт благоприятное впечатление и сделает деловые отношения более доверительными.

 Прибыв в другую страну для ведения переговоров, бизнесмен обязан, как того требуют правила протокола вежливости, нанести визит вежливости принимающей стороне. **Визит вежливости** – это как бы ответ на встречу гостя при его приезде. Это мероприятие не только является выражением вежливости, но и необчодимым главам делегаций для того, чтобы при личной встрече окончательно уточнить программу пребывания.

 Право окончательного выбора места и точного времени встречи принадлежит гостям. Местом нанесения визита вежливости, как правило, становится помещение принимающей стороны.

 Деловые встречи весьма условно подразделяют на переговоры и беседы. Понятие деловая беседа предпологает « общение между собеседниками, имеющими необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению».

Переговоры обычно включают основные элементы деловой беседы. Они состоят из трёх этапов:

 • обмен информацией; взаимное уточнение интересов, концепций и позиций сторон;

 • обсуждение; обоснование взглядов и предложений, выдвежение аргументов и контраргументов;

 • согласование позиций, формулирование договорённости.

Важно определить насколько заинтересованы в переговорах вы и насколько – ваш партнёр; в каких вопросах интересы обеих сторон совпадают, в каких – расходятся, но не пересекаются, и в каких – исключают друг друга.

 В технике ведения переговоров существуют два основных, принципиально различных подхода, или метода.

 Первый метод, так называемый **позиционный торг**, представляет собой противостояние сторон. Это упорная борьба, подобная перетягиванию каната. Каждый занимает жёсткую позицию, рпедролагающую значительное завышение первоначальных требований. Затем путём незначительных уступок стороны достигают компромисса. Каждая из сторон стремиться сделать собственные уступки минимальными и отстоять свою исходную завышенную позицию.

 Противоположностью позиционного торга является **метод совместного анализа** проблемы, илт партнёрский, тл есть метод так называемых принципиальных переговоров, считающийся наиболее эффективным

 Важно помнить: при ведении партнёрских переговоров происходит реализация интересов, а не позиций. Поэтому нужно стараться разглядеть за позицией партнёра его игтересы и как можно точнее и конкретнее объяснить, чего, в сущности, хотите вы. Это повысит доверие партнёра. Нужно почаще переспрашивать, уточнять слова партнёра, подчёркивая своё стремление учесть его интересы.

 Профессор Ф.А. кузин предостерегает деловых людей от совершения типичных ошибок и просчётов.

 **Просчёт 1.** Проявление критического отношения к вариантам, предложенным партнёром. Преждевременная критика (и даже похвала) препятствует воображению, тормозит появление новых идей.

 **Просчёт 2.** Ориентация на единственный ответ. Вместо того, чтобы искать только одно решение, лучше найти как можно больше ответов, а уж потом выбрать лучший из них.

 **Просчёт 3.** Позиция «решение их роблемы – их проблема». Чтобы окончательное соглашение отвечало вашим собственным интересам, вы должны предложить решение, удовлетворяющее и ваших партнёров.

 Для того чтобы избежать этих росчётов, Ф.А. Кузин советует воспользоваться такими рекомендациями:

 • отделять этап поиска вариантов от этапа оценки;

 • расширять круг вариантов вместо того, чтобы искать единственный ответ;

 • искать взаимную выгоду

 • предлагать такте варианты, чтобы другой стороне было легче принять решение.

 Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших, если не важнейшим, фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Дейл Карнеги еще в 30-е годы заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах даже в технической сфере или инженерном деле процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди personal public relation (весьма приближенно можно перевести как "деловой этикет"). Джен Ягер в книге "Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса" выделяет шесть следующих основных принципов:
**1. Пунктуальность** (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 процентов к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.
**2. Конфиденциальность** (не болтайте лишнего). Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет также необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.
**3. Любезность**, доброжелательность и приветливость. В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.
**4. Внимание к окружающим** (думайте о других, а не только о себе). Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения.
Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.
**5. Внешний облик** (одевайтесь как положено). Главный подход - вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения - в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Большое значение имеют тщательно подобранные аксессуары.
**6. Грамотность** (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона. Деловое (официальное, служебное) общение в зависимости от обстоятельств может быть прямым и косвенным. В первом случае оно проходит при непосредственном контакте субъектов общения, а во втором - с помощью переписки или технических средств.
Как в процессе прямого, так и косвенного общения используются различные методы влияния или воздействия на людей. Среди наиболее употребительных из них И. Браим выделяет следующие - убеждение, внушение, принуждение.
 **Убеждение** - воздействие посредством доказательств, логического упорядочения фактов и выводов. Подразумевает уверенность в правоте своей позиции, в истинности своих знаний, этической оправданности своих поступков. Убеждение - ненасильственный, а значит, и нравственно предпочтительный метод влияния на партнеров по общению.
**Внушение**, как правило, не требует доказательств и логического анализа фактов и явлений для воздействия на людей. Основывается на вере человека, складывающейся под влиянием авторитета, общественного положения, обаяния, интеллектуального и волевого превосходства одного из субъектов общения. Большую роль во внушении играет сила примера, вызывающая сознательное копирование поведения, а также бессознательное подражание.
Принуждение - наиболее насильственный метод воздействия на людей. Предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям, используя угрозу наказания или иного воздействия, способного привести к нежелательным для индивида последствиям. Этически оправданным принуждение может быть лишь в исключительных случаях. На выбор метода воздействия на людей оказывают влияние разнообразные факторы, в том числе характер, содержание и ситуация общения (обычная, экстремальная), общественное или служебное положение (властные полномочия) и личностные качества субъектов общения.

Список литературы.

И. Афанасьев «Деловой этикет»