**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ УКРАИНЫ**

**ОДЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ УНИВЕРСИТЕТ**

## Центр повышения квалификации

## Кафедра: «Менеджмент, маркетинг и экономика

## водного транспорта»

Работа разработана на основе методического указания:

# КУЛЬТУРА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Студент:

Шифр:

### Специальность 7.050107 «Экономика предприятия»

Дата отправки работы в ОГМУ: 05.05.99

Домашний адрес:

# Одесса – 1999

**СОДЕРЖАНИЕ**

# ВВЕДЕНИЕ 2

# ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭТИКЕТА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ 3

# ПРАВИЛА ПРИВЕТСТВИЯ 7

# ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА 10

# ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО 13

# ПРАВИЛА ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА 16

# ПЕРЕГОВОРЫ 17

# ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ 22

# Введение

При изучении этикета основной упор необходимо делать на изучении техники этикета или на изучении его идеальных норм. При этом наблюдается следующая закономерность: для тех культур, в которых этикет тесно сопряжен с верованиями, религией, ритуалами, на первый план выходит изучение норм. Там, где такие связи утрачены, внимание уделяется в основном внешней стороне поведения. Если в традиционном обществе этикет являлся непосредственной реализацией моральных ценностей, то в культуре современного европейского типа он чаще всего представляет набор технических приемов с примитивными формулировками типа: «Нужно делать так, потому что иначе — неприлично».

Чтобы научиться этикету, недостаточно овладеть определенной совокупностью навыков поведения. Помимо этого, необходимо получить представление об истории этикета, о специфических чертах поведения разных народов мира. Многие ситуации, которые в Европе регулируются правилами этикета, в таких странах, как Япония или Китай, имеют гораздо более ритуализованный характер. Мы говорим: «этикет гостеприимства» и «ритуал гостеприимства», однако второй вариант не имеет для нас буквального смысла. Между тем у многих народов прием гостя представлял собой сложный ритуал, правила которого ни в малейшей степени не могли быть нарушены ни хозяином, ни гостем.

В обществе, ориентированном на традиционные ценности, человек обращен к окружающим прежде всего своими социальными атрибутами, а не личными свойствами; вся его жизнь детерминирована от начала до конца. Именно социально-общественные и семейно-родовые характеристики и определяют в первую очередь его этикетное поведение. Соответственно нарушение правил этикета посторонними воспринимается как покушение на социальную идентичность и оценивается резко отрицательно. «Искусство общения» в такой ситуации заключается в возможно более точном соблюдении поведенческих стереотипов, которые к тому же требуют подчас владения достаточно сложными техническими навыками.

В культуре современного западного типа, в которой превыше всего ценится возможность свободного выбора и полной реализации личности, «искусство общения» заключается не столько в том, чтобы сохранить свой статус, сколько в умелом и разумном приспособлении его к конкретной ситуации. Наиболее высоко оценивается не буквальное соблюдение правил, а умение в случае необходимости нарушать их. Вместо обязательных предписаний и запретов ритуализованного поведения — творческое обыгрывание существенно более мобильных норм.

Строго говоря, этикетным может быть признано только такое поведение, которое предполагает возможность выбора. Можно провести такую параллель: если водитель автомобиля ждет, пока мы перейдем улицу на зеленый свет, нелепо называть его поведение этикетным, он просто соблюдает правила уличного движения; но если шофер останавливает свою машину посреди улицы, предлагая пешеходу перейти дорогу перед ней, то можно назвать его поступок этикетным. Вежливость начинается там, где кончается целесообразность, хотя в вежливости, несомненно, есть целесообразность более высокого порядка. Этикетное поведение всегда предполагает определенную избыточность, и с этим во многом связан его художественный, эстетический характер.

На протяжении одного и того же дня человек меняет множество ролей: он бывает руководителем и подчиненным, служащим и пассажиром, мужем и отцом, братом и сыном. Каждая из этих ролей предполагает свою стилистику поведения; в каждой из них человек выбирает особые жесты, позы, слова, интонации.

# Основные принципы этикета и его значение

Современный человек то и дело оказывается в ситуациях, которые требуют от него специфических навыков поведения и общения. Он бывает за границей, вступает в деловые и личные отношения; посещает дипломатические приемы, презентации и вернисажи; он ведет образ жизни, который побуждает его налаживать контакты с людьми, говорящими на иных языках и связанных с далекими, подчас экзотическими культурами. Все это предъявляет новые требования к его поведению и внешнему виду, к его языку и культурному кругозору.

Под этикетом понимают обычно совокупность правил поведения, в которых так или иначе проявляется отношение человека к другим людям. Этикет имеет ярко выраженный ситуативный характер. Необходимость выбора того или иного слова, жеста или какого-либо еще этикетного знака в первую очередь обусловлена специфической ситуацией. Этикетные ситуации могут быть связаны или с повседневным общением, или с праздничными событиями, совершением определенных ритуалов, или с особыми обстоятельствами наподобие приема гостя или званого ужина.

Слово «этикет» заимствовано из французского языка, в котором имеет два значения: 1) «ярлык», «этикетка», «надпись» и 2) «церемониал», «этикет». В свою очередь оно заимствовано из голландского, в переводе с которого означает «колышек», «шпенек», а первоначально обозначало колышек, к которому привязывалась бумажка с названием товара, позднее — и сама бумажка с надписью. На основе значения «надпись» развилось более узкое значение — «записка с обозначением последовательности протекания церемониальных действий» и далее — «церемониал». Еще в начале 20 века слово «этикет» имело значение в русском языке «ярлык, наклеиваемый на бутылки и обертки товаров, с обозначением названия фирмы, торговца и производителя», однако закрепилось с этим значением все же слово «этикетка». Слова «этика» и «этикет» воспринимаются нами как близкие по своему значению, однако исторически они восходят к разным языкам (слово «этика» заимствовано из латыни), и сблизились друг с другом сравнительно недавно.

Выделяют четыре основных подсистемы этикета:

1. *· речевой, или вербальный этикет.*

Речевой этикет регламентирует словесные формулы приветствия, знакомства, поздравления, пожелания, благодарности, извинения, просьбы, приглашения, совета, предложения, утешения, сочувствия, соболезнования, комплимента, одобрения; к речевому этикету относят также манеру разговаривать (в том числе и по телефону) и искусство вести беседу;

1. *· мимика и жесты.*

Многие народы имеют свои специфические жесты приветствия, прощания, согласия, отрицания, удивления, причем эти жесты могут иметь различную окраску: нейтральную, ритуально-торжественную, фамильярно-вульгарную. Отношение к собеседнику и теме беседы выражается также с помощью мимики, улыбки, направления взгляда;

1. *· организация пространства в этикете (или этикетная проксемика).*

Важное значение в этикете имеет и взаимное расположение собеседников в пространстве, выбор определенной дистанции, наличие или отсутствие между ними физического контакта. Необходимо знать, какое место в доме или за столом считается почетным, какие позы допустимы в той или иной ситуации;

1. *· этикетная атрибутика (или мир вещей в этикете).*

К этикетной атрибутике относятся прежде всего одежда, украшения и головной убор, а также подарки, цветы, визитные карточки.

Ученые рассматривают этикет не только как специфическую коммуникативную систему и особую форму поведения, но и как определенную систему знаков.

Любой акт общения предполагает наличие по меньшей мере двух партнеров, имеющих определенный коммуникативный статус. Коммуникативные роли участников общения взаимно обусловлены; с одной стороны, они определяются их половозрастными и социальными ролями, а с другой — задаются самой ситуацией коммуникативного акта. Так, например, совершенно по-разному строится общение в церкви и в автобусе, в офисе и на дипломатическом приеме. Под этикетом в таком случае можно понимать совокупность специальных приемов и навыков, с помощью которых происходит выявление, поддержание и обыгрывание коммуникативных статусов партнеров по общению.

Началу общения обычно предшествует стадия ориентации, когда каждый партнер определяет свою тактику поведения. Для того чтобы осуществить такой выбор, необходимо учесть все параметры коммуникативной ситуации, и прежде всего соотнести свой статус со статусом партнера. В качестве дифференцирующих при оценке коммуникативных статусов выступают такие признаки, как пол, возраст, общественное положение, национальная и конфессиональная принадлежность и некоторые другие. Этикет в первую очередь и призван обеспечить общение неравных (по тем или иным признакам) партнеров.

Более свободные формы поведения обычно приняты среди друзей или сослуживцев, в среде простого народа. И, наоборот, этикет строго регламентируется, когда социально-иерархические различия между людьми имеют ярко выраженный характер, например, в ситуации начальник — подчиненный или священник — мирянин. Этикет соблюдается более строго во время праздников и ритуалов, чем в повседневном быту.

С точки зрения семиотики (науки о знаках и знаковых системах) этикет того или иного народа в определенный исторический период может быть представлен как совокупность знаков, имеющая свой словарь (набор символов) и грамматику (правила сочетания этих знаков). «Словарь» этикета включает набор поведенческих стереотипов, маркирующих те или иные ситуации; например, при встрече со знакомым необходимо выбрать одну из форм приветствия, а при разговоре совершить выбор между «ты» и «вы». Этикетные знаки (как и любые другие) имеют двустороннюю природу: в них могут быть выделены означающее (форма) и означаемое (содержание). Как и в естественном языке, связь между означающим и означаемым условна, однако не вполне произвольна.

Наличие готовых стереотипов избавляет человека от необходимости конструировать каждый раз заново схемы общения. С другой стороны, само разнообразие поведенческих тактик обеспечивается тем, насколько велик выбор стереотипов, т. е. какие возможности предоставляет человеку система этикета. В поведенческих стереотипах в обобщенном виде присутствует социальный опыт. С их помощью и через их посредство человек конкретизирует и типизирует не только ситуацию общения в целом, но и коммуникативные роли партнеров, в том числе и свою собственную роль. Таким образом, реализуется одна из важнейших функций этикета — функция этнической и социальной идентификации.

В этикете противопоставляют «язык», отражающий идеальную поведенческую норму, и «речь» — совокупность конкретных поведенческих актов. Соотношение «языка» и «речи» в этикете имеет принципиально иной характер, чем в естественном языке. Владение последним в значительной степени имеет неосознанный характер, в то время как этикет подразумевает высокую степень осознанности и творческой активности. Идеальная норма поведения, зафиксированная, например, в справочниках по этикету, отнюдь не всегда совпадает с реальным поведением. Во-первых, знать норму — еще не значит соблюдать ее; при определенных обстоятельствах человек не считает нужным следовать этикету или даже сознательно его нарушает. Во-вторых, поскольку культура того или иного народа всегда представляет собой неоднородное образование, то и культура поведения никогда не бывает полностью единообразной, предполагает возможность выбора различных стилистических вариантов. Наконец, идеальная норма и реальное поведение при общей соотнесенности друг с другом могут вообще существовать как бы в разных плоскостях, практически не пересекаясь друг с другом.

Этикет органически связан с моральными нормами и ценностями общества. Система моральных установок, определяющих характер общения у самых разных народов, включает набор универсальных общечеловеческих ценностей: почтительное отношение к старшим, родителям, женщинам, понятия чести и достоинства, скромность, толерантность, благожелательность.

В современном этикете выделяют четыре основных принципа:

1. принцип гуманизма и человечности, который воплощается в требованиях быть вежливым, тактичным, корректным, учтивым, любезным, скромным и точным;

2. принцип целесообразности действий, в соответствии с которым этикет позволяет человеку вести себя разумно, просто и удобно для него самого и для окружающих;

3. принцип красоты, или эстетической привлекательности поведения;

4. принцип следования обычаям и традициям той страны, в которой находится человек в данное время.

При знакомстве с этикетом другого народа мы должны учитывать различие внутренней и внешней точек зрения. Одно дело, если структура моральных норм дается «изнутри», и совсем другое — если с позиций другой культуры. В первом случае «свое», как правило оценивается положительно, во втором — картину нередко искажают обыденные, подчас субъективные представления о «характерных» чертах чужого народа. Наиболее характерными памятниками, отражающими внешнюю точку зрения, являются записки иностранных путешественников, внутреннюю — тексты типа «Домостроя» или современных пособий на тему «Как вести себя в обществе».

Посторонний наблюдает чужое поведение нерасчлененно, без предварительно заданного деления на значимое и незначимое, выделяя не то, что наиболее важно с позиции носителя традиции, а то, что более всего отличается от привычных ему форм поведения. Для носителя же традиции изначальны и наиболее важны «внутренние регуляторы» поведения: система ценностей, религиозные, нравственные, психологические и иные установки.

Внутренняя точка зрения позволяет выявить этические, нравственные, религиозные, социальные и иные основы этикета, однако она чревата и определенной односторонностью: как человек, так и народ в целом склонны идеализировать свой образ; «грамматика» этикета при этом подменяет жизненную реальность. Отдельным поведенческим чертам, имеющим межэтнический характер, приписывается узконациональная принадлежность; предполагается, что они свидетельствуют о высоких нравственно-этических свойствах именно данного народа и тем самым ставят его выше других народов. Такое утверждение приоритета и превосходства своего образа жизни над чужим, характерное для многих народов мира, получило название этноцентризма.

Знание традиционной культуры поведения не только дает нам возможность нормально общаться с представителями других национальностей, но и учит уважать чужие обычаи, какими бы странными и нелепыми они ни казались на первый взгляд.

# Правила приветствия

Во всех странах мира, в цивилизованном обществе люди при встрече приветствуют друг друга, выражая этим симпатию и доброжелательность. После приветствия обычно следует непродолжительная беседа. Приветствие сопровождается словами и действиями — рукопожатием, поклоном, целованием руки, снятием шляпы.

Согласно существующему этикету, первым приветствует:

* · мужчина женщину;
* · молодой человек — более пожилого;
* · человек, занимающий более низкую ступень в общественной иерархии, — того, кто находится на более высокой ступени.

Если встречаются две женщины, одна из которых находится в обществе мужчины, а другая одна или в обществе другой женщины, то согласно этикету вначале здоровается первая. Женщина также первой приветствует мужчину, если она его обгоняет. При встрече супружеских пар первыми здороваются женщины, потом мужчины приветствуют женщин, а после этого — друг друга.

Если к сидящему мужчине подходит женщина или старший по возрасту мужчина, то сидящий должен встать, приветствуя их. Однако, если они проходят мимо, достаточно лишь чуть приподняться.

Тот, кто подходит к стоящему, приветствует его первым. Первым также приветствует общество опоздавший, даже в том случае, если это женщина. На официальных приемах, в гостях прежде всего приветствуют хозяйку и хозяина.

Очень неловко выглядит долгая пауза при встрече. Поэтому не следует слишком много времени тратить на «оценку» различий в возрасте или в социальном статусе человека, особенно, если они не очевидны. Не надо бояться поздороваться первым. Следуйте в таких ситуациях известному афоризму: первым здоровается тот, кто лучше воспитан.

У разных народов существуют особенности в порядке приветствия. Так, в мусульманских странах мужчина не должен первым приветствовать красивую женщину. Если у вас нет возможности подробно познакомиться с обычаями того или иного народа, следуйте общепринятым нормам.

Приветствие сопровождается словами — «здравствуйте» или, в зависимости от времени суток, — «доброе утро», «добрый день», «добрый вечер». Далее следует имя (или фамилия, титул) человека, которого вы приветствуете, например: «Здравствуйте, Иван Иванович» или «Добрый день, господин профессор». При менее официальном приветствии обращение опускается.

Слова приветствия произносятся четко, не слишком быстро, но и не медленно. При этом говорящий смотрит прямо. Неприлично при приветствии отводить взгляд в сторону, рассматривать помещение или других гостей. Слова приветствия, как правило, сопровождаются улыбкой. Тон должен быть обязательно доброжелательным.

Бывает, что вы не заметили человека и не поприветствовали его. Если такое произошло, то, узнав об этом, следует извиниться.

В молодежных компаниях часто используются менее официальные слова приветствия «привет», «салют», «здорово», что вполне допустимо. Однако, если молодой человек или девушка оказываются на приеме или приветствуют старших, они обязаны следовать нормам этикета. В свою очередь, и старшие, оказавшись в молодежной компании (например, среди друзей сына или дочери), должны использовать общепринятые слова приветствия. В противном случае они будут выглядеть довольно нелепо.

Форма приветствия зависит от того, кого вы приветствуете. Если вы видите человека впервые, то приветствие должно быть более сдержанным. Здесь неуместно похлопывание по плечу, горячие объятия или поцелуи. Хотя следует учитывать культурные нормы и традиции, которые, в зависимости от страны, допускают большее или меньшее проявление чувств.

При приветствии незнакомого человека или при официальных встречах недопустимо держать одну руку в кармане, облокачиваться на какие-либо предметы, стоять, прислонившись к стене.

Приветствие знакомого человека обычно не вызывает вопросов. В этом случае этикет более либерален. Однако и здесь важно соблюдать ряд правил:

* невежливо, увидев человека, которого вы хотите поприветствовать, пробиваться к нему через всю комнату, расталкивая остальных;
* независимо от того, каковы ваши взаимоотношения с человеком, не следует его слишком громко называть;
* встретив знакомого на улице, не стоит задерживать его надолго. Лучше при желании или необходимости договориться о встрече или звонке;
* согласно строгим правилам этикета, мужчина, встретив знакомую женщину на улице, не должен задерживать ее после слов приветствия (исключение составляют дружеские отношения или неотложное дело);
* женщина, встретив знакомого мужчину на улице, может остановиться сама, чтобы обменяться с ним несколькими словами;
* при встрече в кафе или ресторане знакомых следует поприветствовать улыбкой и кивком головы.

Если вы живете в большом доме, то вряд ли знаете всех жильцов. С теми же, с кем сталкиваетесь часто в лифте или на остановке, следует здороваться. В небольшом доме соседи обычно знают друг друга и приветствуют при встрече.

# Визитная карточка

До недавнего времени визитные карточки в нашей стране считались прерогативой дипломатов и высоких должностных лиц. Но в последнее время этот полезный обычай получает все более широкое распространение.

История использования визитных карточек достаточно глубока, но к настоящему времени сложились определенные общепринятые нормы их применения. В основе их лежит простое понимание, что ваша визитная карточка это то, что остается у вашего знакомого, собеседника, делового партнера после очной или заочной встречи с вами. Карточка должна не только содержать те сведения, которые вы хотели бы о себе оставить, но и содействовать сохранению у вашего партнера того имиджа, к созданию которого вы стремитесь.

В современной практике используются деловые, личные и семейные визитные карточки. Встречаются случаи и комбинированных визитных карточек, содержащих как служебные, так и личные данные о ее владельце.

Как правило, визитная карточка — это прямоугольный кусок белого полуплотного картона хорошего качества, на котором типографским способом четко и красиво отпечатаны ваши фамилия, имя и (как правило) отчество наряду с другими сведениями, которые вы хотите о себе сообщить. Четких правил в отношении размеров визитных карточек нет, но обычно у мужчин они могут быть несколько больше, чем у женщин — скажем, 90х50 мм и 80х40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше, чем у мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть еще меньше — как правило 70х35 мм. Визитные карточки больших размеров постепенно выходят из практики— с распространением специальных альбомов для их хранения. Следует подумать о том, чтобы карточка имела стандартный размер, и ее не пришлось подгибать или подрезать.

Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаем. Имя, как правило, выделяется легко читаемым полужирным шрифтом слегка большего размера. Не рекомендуется использовать сложные готические или декоративные шрифты. Нужно быть осторожным с использованием курсивного начертания шрифтов, особенно, если у вас редкая или труднопроизносимая фамилия или же речь идет о карточке на иностранном языке.

Как правило, визитная карточка должна иметь черный текст на белом фоне, напечатанный поперек карточки без каких-либо рамок или завитушек. В последнее время типографии предлагают широкую гамму цветных карточек, карточек на пластмассе или даже на коже, но нормы строгого этикета не рекомендуют далеко отходить от черно-белой гаммы. Предпочтительней сосредоточиться на выборе отменного качества бумаги, которая может быть слегка тонирована, иметь сатинированную поверхность. Необходимо избегать и глянцевой поверхности карточек. Цветные и необычные карточки пока остаются уделом художников, типографов, а также коммивояжеров, работников служб сервиса и рекламных агентов. Черная рамка на визитной карточке допускается в знак траура.

В Украине и во многих других двуязычных странах широко применяются двусторонние карточки — с текстом на другом языке на оборотной стороне. Если придерживаться строгих протокольных норм, то это не совсем верно. Ведь оборотная сторона предназначена для того, чтобы на ней можно было бы сделать какие-то записи. Если есть возможность, нужно заказать отдельные карточки на русском и иностранном языках. Но тем не менее двусторонние карточки вполне допустимы — главное соблюсти правила написания карточек на иностранном языке.

Деловые визитные карточки — это неотъемлемый атрибут современного делового общения. Первое представление, как правило, начинается с обмена визитными карточками. Особое значение они имеют при общении с иностранцами, людьми, не говорящими на нашем родном языке. На деловой визитной карточке должны быть четко обозначены фамилия и имя (отчество), название фирмы или организации и должность, полный почтовый адрес и другие сведения. Также на ней вполне уместно использование логотипа фирмы или организации. У государственных чиновников, депутатов на визитной карточке может находиться изображение государственного флага или герба.

Деловая визитка может содержать указания на звание или титул, сферу ответственности в рамках организации, номера телефона (телефонов), факса, телекса, электронной почты. Если сменился телефон, то можно аккуратно вписать новый номер, зачеркнув старый. Зачеркивать и вписывать новое наименование должности считается дурным тоном — следует позаботиться о том, чтобы как можно скорее заказать новые визитные карточки.

Деловая визитная карточка без адреса также не соответствует нормам этикета (исключение составляют дипломаты и высшие государственные должностные лица). Если меняется адрес, и еще неизвестны новые телефоны, то лучше указать официальный адрес организации, телефон секретариата или канцелярии.

В случае, если организация имеет несколько филиалов, то на деловых визитных карточках ее представителей могут быть указаны несколько адресов.

Деловые визитные карточки сотрудников магазинов, предприятий сферы услуг и т. п. по своему оформлению могут отходить от строгих норм этикета — по сути дела это не только информационная, но и рекламная продукция. На таких карточках на обороте может быть помещена небольшая схема окрестностей, на такой карточке можно встретить фотографию ее владельца, красочный символ, девиз фирмы.

Разновидностью деловой и личной визитки является комбинированная визитная карточка, где наряду со служебным адресом (в левом нижнем углу) указывается и домашний адрес (в правом нижнем углу). Такие карточки уместны для научных и творческих работников, которые часто работают дома. Женщины, как правило, не указывают на таких карточках свой домашний адрес, ограничиваясь номером телефона.

Визитные карточки широко используются для выражения добрых чувств, поздравлений, соболезнований и т.д.

Вполне уместно вложить в конверт визитную карточку вместе с поздравительной открыткой или небольшим письмом. На карточке, как правило, простым карандашом можно приписать несколько слов обычно в третьем лице: «Поздравляет с юбилеем» или «Желает скорого выздоровления».

Визитная карточка с парой теплых слов, приложенная к букету цветов — это высокоценимый жест признательности артисту, художнику или просто доброму знакомому в особый для него день.

Широко применяются стандартные сокращения французских слов. Как правило, такие краткие надписи делаются простым карандашом в левом нижнем углу карточки.

p.r.(Pour remercier) выражение благодарности

p.f.(Pour feter) поздравление по случаю праздника

p.f.c.(Pour faire connaissance) выражение удовлетворения знакомством

p.f.N.A.(Pour feter Nouvel An) поздравление с Новым годом

p.p.c.(Pour prendre congre) прощание при окончательном отъезде

p.c.(Pour condoleance) выражение соболезнования

p.p.(Pour presenter) по случаю представления

# Деловое письмо

Деловое письмо принято писать на бланках фирмы или организации, где уже имеются реквизиты учреждения или фирмы-отправителя. 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.

***Структура письма***

С правой стороны и чуть ниже реквизитов фирмы-отправителя указывается дата отправления с указанием месяца буквами, например: 10 мая 1999 г. Принятые у нас сокращения 10.05.99 в международной переписке не употребляются. В США принято указывать сначала месяц, а затем число – май 10, 1999.

Само письмо необходимо начинать с точного повторения в левом верхнем углу адреса, написанного на конверте.

Еще ниже, без абзаца, сразу у поля опять же с левой стороны пишут вежливое обращение. Оно традиционно состоит из слов:

· «Дорогой г–н (или г–жа) + фамилия»;

· «Дорогой доктор + фамилия»;

· «Господа»;

· «Уважаемые господа»;

· «Уважаемый г–н + фамилия».

После вступительного обращения ставится запятая, а не восклицательный знак, как принято в нашей практике.

В официальных письмах не принято обращаться на ты. К людям, занимающим достаточно высокие посты, в таких письмах не следует обращаться на ты даже в том случае, если в жизни вы с ними накоротке. В зависимости от степени близости с корреспондентом обращение может начинаться словами: «Уважаемый Джон» (имя), либо «Уважаемый Смит» (фамилия).Посылая письмо в ФРГ, необходимо употребить обращение: «Дорогой г–н доктор (фамилия)».

А в Австрию и Швейцарию, например, достаточно написать «Дорогой г–н доктор».

Следующей строкой после обращения принято обозначать тему письма. Для этого достаточно поставить Re: (английское in Reference to — относительно, что касается), Русский эквивалент – «касательно» или «Kac.». Например; «Re: В ответ на ваш телекс oт 05 мая 1999 г.».

Если письмо касается только одной проблемы, то тему письма можно обозначить и до обращения, сразу после адреса. Если же переписка с партнером ведется сразу по нескольким контрактам, то в таком случае было бы удобнее сразу после однократного обращения обозначить темы письма и этим разбить письмо на соответствующее число блоков. Например:

Дорогой г–н Смит,

Re: О ваших предложениях по проекту «Омега»;

Неоплаченные счета №№ 28765, 54б78;

О поставках картофеля в октябре 1998 г.

Однако более современным считается способ, при котором заголовок к тексту письма просто подчеркивается или пишется заглавными буквами. Например:

Дорогой г–н Смит,

О Ваших предложениях по проекту «Омега».

Дорогой г–н Смит,

О ваших предложениях по проекту «омега»,

Далее следует текст письма. В настоящее время все большую популярность приобретает так называемый цельноблочный стиль, при котором абзацы не начинаются с отступлением на 5 знаков, а даются вровень с левым полем страницы так же, как и внутренний адрес, заголовок к тексту письма, вступительное обращение и заключительная формула вежливости. Чтобы четко отделить один абзац от другого, каждый новый абзац печатается не через 2, а через 3-4 интервала.

Заканчивается письмо обычно комплиментом. Если письмо официальное, как правило, употребляется комплимент «Весьма искренне Ваш» («Very truly yours»). В других случаях употребляется комплимент «Искренне Ваш» («Sincerely yours»). Можно в конце письма ограничиться добрыми пожеланиями: «Наилучшие пожелания г-ну...», «С наилучшими пожеланиями», «Примите мои наилучшие пожелания» («My best regards») и т. д.

Этим комплиментам должны соответствовать, следующие обращения:Уважаемый г–н (Dear Sir.) – С уважением, (Your faithfully.); Уважаемый г–и Браун, (Dear Mr. Brown,) – Искренне Ваш, (Sincerely yours,); Многоуважаемый г–н Браун, (Му Dear Mr. Brown,) – С искренним уважением, (Very truly yours).

При формулировке вступительного обращения и комплимента учитывается принцип взаимности. Особенно это касается ответов на письма. В ответном письме используются те же выражения, что и в присланном. Заключительная форма письма зависит от степени близости корреспондентов, их отношений, стиля общения и пр.

Под комплиментом ставится подпись с указанием под ней фамилии и должности. В большинстве стран подпись на письме ставится с правой стороны листа, как раз под заключительной формулой вежливости. Если заключительный комплимент расположен с левой стороны (это практикуется в Германии), то подпись ставится с левой стороны также под заключительной формулой вежливости. Фамилия подписывающего письмо печатается на машинке под его рукописной подписью. Расстояние между комплиментом и фамилией, напечатанной на машинке – 2-2,5 см.

Чтобы не ставить партнера в трудное положение с определением вашего пола, желательно написать своё имя полностью.

Если после написания письма срочно надо сообщить о событиях, которые произошли позже, то в этом случае в письме ставится P. S. (постскриптум) и дописывается необходимая информация. В конце постскриптума снова ставится подпись. Желательно, по возможности припиской в конце письма не злоупотреблять.

Если к письму прилагаются какие-либо материалы или документы, то они обычно перечисляются в левой нижней части письма на отдельной строке после слова «Приложение (Enclosurе)». Например:

Приложение: 1. Контракт (5 л.)

2. Страховой полис (6 л. ).

Указание на рассылку копий (Carbon сору или СС) занимает отдельную строку под приложением и появляется в письме, когда возникает необходимость направить его по нескольким адресам. Например:

Копия: Г–ну С. Шатайло «Нацбанк».

# Правила телефонного разговора

Есть несколько общепринятых правил телефонных разговоров:

* если разговор прервался, то перезвонить должен тот, по чьей инициативе состоялся разговор;
* следует говорить максимально кратко и по существу;
* нельзя говорить слишком громко в трубку, избегая в то же время и слишком тихой речи;
* если вы ошиблись номером, нельзя спрашивать «Какой это номер?», «Куда я попал?» или «Это кто говорит?» — лучше переспросить «Это номер такой–то?»;
* если вы звоните кому–то и на ваш звонок не отвечают, не кладите трубку, пока не услышите 4-6 длинных гудков — вашему собеседнику может потребоваться некоторое время для того, чтобы подойти к телефону;
* как минимум несколько раз подумайте перед тем, как звонить в неурочное время — слишком рано утром или поздно вечером. Как правило, не следует звонить до 8 утра и после 11 вечера;
* нельзя звонить по ставшему вам известным номеру домашнего телефона вашего партнера, если только он сам не дал этот номер вам и не сказал, что ему можно позвонить домой. Следует избегать деловых звонков по домашним номерам в выходные и праздничные дни.

# Переговоры

Условно процесс подготовки к переговорам подразделяется на два этапа: организационная подготовка и содержательная подготовка. Эти два этапа тесно взаимосвязаны, так как характер предстоящих переговоров обусловливает организационные моменты. Например, в зависимости от содержания переговоров определяется необходимость привлечения экспертов. Однако и организационные вопросы оказывают влияние на содержательную сторону: плохо подготовленные переговоры ведут к осложнениям в их ходе и даже срыву.

Организационная подготовка предполагает:

* определение места и времени встречи;
* формирование делегации и назначение ее главы;

Содержательная подготовка включает в себя:

* проведение анализа проблемы и диагностики ситуации;
* проведение «внутренних переговоров»;
* определение переговорной позиции и возможных вариантов решения проблемы;
* формулирование предложений и их аргументация;
* подготовка инструкций участникам переговоров, а также документов и мат-лов.

***Правила поведения на переговорах***

Приходить на переговоры следует в точно назначенное время. Другая сторона может отказаться от проведения переговоров, если вы опоздали. В любом случае это негативно может сказаться на вашем имидже, а также самом ходе переговоров.

Если переговоры проходят в офисе одного из участников, его сотрудники (референт или помощник) встречает гостей у входа.

При первой встрече, если участники не знакомы, необходимо представиться. Первым представляется глава принимающей делегации, затем — глава приехавшей. После этого главы делегаций представляют своих сотрудников. Здесь также первой должна быть представлена принимающая делегация. Порядок представлений делегаций — «по убывающей», т. е. сначала представляют тех, кто занимает более высокое положение. Участники могут обменяться визитными карточками. При большом количественном составе делегаций такой обмен затруднен, поэтому необязателен. В этом случае до начала переговоров каждому участнику вручается список делегаций, по возможности с указанием полных имен и должностей.

Делегации рассаживаются так, чтобы члены каждой делегации, занимающие примерно равное положение, были напротив друг друга. Первым садится за стол переговоров глава принимающей стороны. В ходе переговоров ему принадлежит инициатива. Он начинает беседу, следит, чтобы не было пауз в ходе переговоров, которые могут быть восприняты как сигнал к их окончанию.

На переговорах не принято перебивать выступление партнеров. После выступления можно задать уточняющие вопросы. Если все-таки есть необходимость уточнить какую-либо деталь в ходе выступления, необходимо извиниться, а свое высказывание сделать максимально кратким и конкретным.

В ходе переговоров широко практикуется передача главой делегации слова для выступления другим членам своей делегации, экспертам и советникам.

Во время переговоров могут быть поданы чай или кофе. Другой вариант — объявить перерыв для кофе. Он обычно используется и при достаточно длительных переговорах, а также если нужно обменяться «неофициальными» мнениями, «разрядить атмосферу», просто немного отдохнуть.

В ходе переговоров делегации могут образовывать экспертные рабочие группы для переработки отдельных проблем. Эти группы из состава входящих в делегации специалистов, как правило, удаляются в отдельную комнату, согласовывают возможное решение или пункт в итоговом документе и доводят результаты работы до глав делегаций.

Принимающая сторона, как правило, следит за тем, чтобы на столе переговоров были карандаши или ручки, блокноты или просто чистая бумага. Если делегации большие по составу и помещение велико, то необходимо позаботиться о звукоусилении.

Как правило, с иностранцами заранее согласовывается вопрос о рабочем языке переговоров. Если предусматривается синхронный перевод, то следует подумать о рабочем месте для переводчика — специальной кабине. При последовательном переводе переводчик каждой стороны сидит слева от главы всей делегации или же сразу за ним и чуть левее.

Содержательная подготовка к переговорам менее поддается регламентации, чем организационная. Здесь каждый участник переговоров (или сторона) достаточно свободен в выборе. Однако следует учитывать такие моменты:

* проведение анализа проблемы и диагностики ситуации — исходный пункт подготовки к переговорам. Важно для успеха переговоров провести анализ интересов как своих, так и партнера, а не начинать с формулирования собственной позиции;
* при подготовке необходимо согласовать все вопросы внутри своей делегации, а также с тем, кто так или иначе будет задействован в выполнении возможных договоренностей (например, смежные организации), т. е. провести «внутренние переговоры»;
* необходимо проработать несколько возможных вариантов решения — это позволит быть на переговорах более гибким, не принося в жертву свои интересы;
* предложения должны быть целостны и не противоречить друг другу. Обычно заранее готовятся аргументы по наиболее значимым пунктам позиции, и они также не должны быть противоречивыми;
* заканчивается подготовка инструкциями участникам переговоров (общее направление действий) и подбором необходимых документов (например, законодательных норм, норм налоговых отчислений, справочных материалов по ценам).

***Технология ведения переговоров***

С момента, когда стороны сядут за стол переговоров, начинается собственно переговорный процесс, структурными элементами которого являются:

· этапы подачи позиции;

· стратегия ведения переговоров;

· тактические приемы.

Из этих компонентов строится технология ведения переговоров.

Невладение переговорной технологией — неумение правильно выбрать стратегию и тактику, несоблюдение последовательности прохождения переговорных этапов — ведет к ошибкам и даже срыву переговоров.

При работе с зарубежными партнерами следует учитывать, что многие страны отличаются друг друга по технологии ведения переговоров, в частности, по тому, какие тактические меры для них более характерны. Это является существенным моментом при учете национального стиля ведения переговоров.

***Этапы подачи позиции***

Этапы подачи позиции, или ведения переговоров, подразумевают последовательность решения следующих задач:

· взаимное уточнение интересов, точек зрения, концепций и позиций участников;

· их обсуждение (в том числе выдвижение аргументов в поддержку своих взглядов, предложений, их обоснование);

· согласование интересов и выработка договоренностей.

Наличие первого этапа предполагает, что прежде, чем стороны приступят к выработке договоренностей, они выяснят и обсудят точки зрения друг друга. На этом же этапе происходит выработка «общего языка» с партнером по переговорам, в том числе и уточнение понятий.

На втором этапе участники пытаются в наиболее полной форме реализовать свои интересы. Этот этап приобретает особое значение при конфликтных отношениях сторон и может занимать основное время переговоров.

При ориентации сторон на решение проблемы путем переговоров, главный результат второго этапа будет состоять в выявлении рамок возможной договоренности. В этом случае стороны переходят к заключительному этапу — согласованию интересов и выработке договоренностей. Он может включать в себя две фазы: сначала выработка общей формулы, затем — согласование деталей.

Очевидно, что выделенные этапы следуют не строго друг за другом. Участники переговоров могут вернуться к предыдущему этапу, однако общая последовательность указанных задач должна сохраняться. В противном случае переговоры могут оказаться слишком затянутыми или даже сорванными.

***Стратегия ведения переговоров***

Выбор стратегии ведения переговоров определяется теми задачами, которые вы собираетесь решить во время работы с партнерами.

«Торг» представляет собой такую стратегию ведения переговоров, при которой каждый из участников ориентирован на максимальную реализацию собственных интересов и целей и практически не учитывает то, насколько интересы и цели партнера будут реализованы. Он стремится «выторговать» наиболее выгодный для себя итоговый документ и ориентируется на собственную победу.

«Совместный с партнером анализ проблемы», который иногда называется партнерским подходом, нацелен на решение проблемы при максимальном удовлетворении интересов обеих сторон.

Различным является ход переговоров при реализации той или другой стратегии. «Торг» сориентирован на манипулирование поведением партнера по переговорам. «Совместный с партнером анализ проблемы» предполагает значительную степень открытости участников и формирование отношений диалога.

В реальной практике ведения переговоров ни одна из стратегий в «чистом» виде не применяется, поэтому в каждом конкретном случае следует говорить о доминирующей стратегии. При выборе в качестве таковой «торга» участник переговоров может добиться для себя ряда преимуществ, однако он рискует тем, что переговоры будут сорваны, а также тем, что договоренности окажутся плохо выполнимыми. При основной ориентации на «партнерский подход» договоренности обычно более прочные.

***Типичные ошибки при ведении переговоров***

При подготовке и ведении переговоров нередки следующие типичные ошибки:

· подготовке к переговорам не уделяется должного внимания. Участники полагают, что на самих переговорах легче будет решить все вопросы. На самом деле подготовка к переговорам, по данным ряда исследователей, должна занимать до 80% и даже более от общего времени (т. е. времени, отведенного на подготовку и ведение переговоров);

· за столом переговоров возникают споры внутри делегации (ведутся «внутренние переговоры»), что недопустимо. Если какие-то вопросы остались несогласованными внутри делегации или возникли новые проблемы, следует предложить партнеру сделать перерыв;

· в ходе переговоров участники не достаточно внимания уделяют тому, как конкретно могут быть реализованы их предложения. Прорабатывая предложения, необходимо решить вопросы возможной их реализации;

· избегать включать в делегацию тех, кто не обладает достаточным уровнем профессионализма. Это может отрицательно повлиять на имидж;

· нередко завышается количественный состав делегации, что ведет к снижению эффективности работы на переговорах. Нужно стараться обойтись «меньшими силами», но они должны быть высококвалифицированными;

· не учитываются особенности делового общения и этикета партнера из другой страны, что ведет к взаимонепониманию на переговорах.

# Основные правила деловой беседы

В время беседы основным правилом является безусловное уважение к собеседнику. В большинстве случаев правила хорошего тона не позволяют обсуждать денежные дела, физические изъяны, болезнь собеседника или окружающих. Как правило, разговор не должен касаться окружающих, следует избегать тем, которые могут дать повод к обвинению вас в злословии. Недопустимо делать личные выпады, неприязненные замечания в адрес собеседника.

Следует избегать разговора повышенным голосом, тактично уходить от тем и вопросов, при обсуждении которых вы или ваш собеседник можете «вспылить». В разговоре старайтесь избегать назидательности, проявления невнимания к сказанному собеседником, стремления поспешно выставить «оценки» сказанному им. В то же время плохое впечатление оставляют и те, кто всегда готов немедленно согласиться с любым высказыванием.

Умелый собеседник всегда найдет возможность дать высказаться говорящему, короткими репликами направляя суть разговора. Умение слушать, выдержать паузу высоко ценится в обществе. Искусный собеседник не станет пререкаться, разговаривать приказным или угрожающим тоном, постарается не давать навязчивых советов.

Желательно максимально концентрировать свое внимание на собеседнике, реагировать на сказанное им жестом, взглядом, междометием или ремаркой. Невнимательность может расцениваться как высокомерие и бестактность.

В большинстве случаев общения в протокольных ситуациях не следует задерживать внимание собеседника больше, чем на десять минут — иначе вас могут посчитать назойливым человеком. Старайтесь постепенно обновлять круг собеседников, вовлекая их в разговор и переключаясь на новые, их интересующие темы.

Затянувшийся разговор можно в большинстве случаев прекратить под предлогом необходимости налить стакан воды, пополнить запас закусок на тарелке, позвонить по телефону и т. п.