**Деловой этикет**

**Введение**

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, 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. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни вещества, конкретной социальной среды.

Деловой этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения предпринимателя. Знание делового этикета — основа предпринимательского успеха. Причина внимания к вопросам этики бизнеса прежде всего связана с экономическим ущербом, который наносит фирме неэтичное поведение сотрудников и деловых партнеров, а также с экологическим, экономическим и социальным ущербом, который наносят гражданам и обществу в целом корпорации и отдельные предприниматели, стремясь снизить затраты и повысить свою конкурентоспособность.

Цель исследования состоит в изучении делового этикета.

1. ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Деловой этикет занимает особое место в искусстве поведения. Нарушая те или иные нормы поведения, в быту и в обществе человек рискует главным образом своей репутацией воспитанного человека, то в бизнесе такие ошибки могут стоить больших денег и карьеры. Великий мастер и учитель в сфере деловых отношений Дейл Карнеги утверждал, что успех человека в финансовых делах на пятнадцать процентов зависит от его профессиональных знаний и на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В самом деле, любой бизнес - это скоординированные действия множества людей, и эффективность этих действий прямо зависит от их способности налаживать отношения друг с другом.

Таким образом, умение вести себя должным образом, т.е. соблюдение этикета, стало ныне одним из важнейших условий и способов вырваться вперед и сохранить лидерство в бизнесе. Соблюдение делового этикета - один из элементов профессиональной стратегии.

Мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений. А их великое множество: как и когда, сказать нужное слово или промолчать, сделать соответствующий событию подарок, как составить полезный для дела круг общения, умение организовать деловую трапезу и вести себя на ней и т.д., и т.п. - и все с тем прицелом, чтобы эти контакты и поступки благоприятно отражались на делах фирмы[[1]](#footnote-1).

Правила этикета могут разниться в отдельных фирмах и отраслях производства. Необходимо знать эти особенности в каждом конкретном случае. Кроме того, глобальность экономических связей обязывает людей знать правила хорошего тона других стран. Нарушение этих правил приводит к разрыву деловых связей и оборачивается потерей рынков сбыта.

В основе правил делового этикета лежат общие предпосылки и основные принципы. Первые представляют собой следующие постулаты:

-к любому человеку, с которым имеешь дело в бизнесе, следует относиться с одинаковой учтивостью и уважением;

-правила этикетного поведения одинаковы для мужчин и для женщин.

Следующими составными частями рассматриваемой сферы являются три основных правила:

-золотое правило: относитесь к другим, ко всем без исключения, так, как вы бы хотели, чтобы относились к вам;

-пять волшебных слов: пожалуйста, благодарю Вас, отлично сделано;

-не смешивайте спиртное и наркотики с бизнесом.

Но просто быть вежливым, доброжелательным и т.д. недостаточно. В деловом этикете общие принципы правильного поведения приобретают специфическую окраску, что выражается в следующих его основных принципах[[2]](#footnote-2).

-делай все вовремя;

-не болтай лишнего;

-думай не только о себе, но и о других;

-одевайся как положено;

-говори и пиши хорошим языком.

2. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ И ЕГО ВИДЫ

Речь делового человека может быть устной и письменной.

Устные виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические.

К монологическим видам относятся: приветственная речь; торговая речь (реклама); информационная речь; доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды: деловой разговор - кратковременный контакт, преимущественно на одну тему; деловая беседа - продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений; переговоры - обсуждение с целью заключения соглашения, по какому - либо вопросу; интервью - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения; дискуссия; совещание (собрание); пресс-конференция; контактный деловой разговор - непосредственный, «живой» диалог; телефонный разговор, исключающий невербальную коммуникацию.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации.

Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения[[3]](#footnote-3).

Письменные виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено:

1.Материальное - обмен предметами и продуктами деятельности;

2.Когнитивное - обмен знаниями;

3.Мотивационное - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;

4. Деятельностное - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

1.Непосредственное - осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;

2.Опосредованное - связанное с использованием специальных средств и орудий;

3.Прямое - предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;

4.Косвенное - осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

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[[4]](#footnote-4).

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.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого

человека, представление себя другому человеку;

Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;

Обсуждение интересующей проблемы;

Решение проблемы;

Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела.

Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

3. КУЛЬТУРА РЕЧИ И ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

Имидж, или образ руководителя - это психологический портрет личности. Основные слагаемые его: внешность, манера поведения и речь. Рассмотрим важнейший компонент личности - речь делового человека, общественного деятеля.

Американский психолог Чарльз Депью утверждал: «Никакая другая способность человека не даст ему возможности с такой быстротой сделать карьеру и добиться признания, как способность говорить»[[5]](#footnote-5).

Научиться хорошо говорить человек может при условии, если он осознает необходимость хорошего владения речью и будет настойчиво совершенствовать свою речь, повышать культуру индивидуальной речи.

Язык - это стихийно возникшая в человеческом обществе и развивающаяся система членораздельных звуковых знаков, используемая для коммуникации и способная выразить совокупность знаний и представлений человека о мире.

Деловой (официально-деловой) стиль - один из функциональных стилей современного русского литературного языка[[6]](#footnote-6).

Основными его разновидностями (подстилями) являются официально-документальный и обиходно-деловой подстили. В свою очередь официально-документальный подстиль разделяется на дипломатический подстиль (язык дипломатии) и законодательный подстиль (язык законов), а в составе обиходно-делового подстиля выделяются тоже две разновидности - служебная переписка и деловые бумаги.

Принято выделять, с учётом двух основных подстилей официально-делового стиля, следующие жанры (жанрово-ситуативные стили, по А.К.Панфилову, или речевые стили)[[7]](#footnote-7):

1.Государственные акты: законы, кодексы, указы, постановления правительства; международные договоры, коммюнике, меморандумы, соглашения, заявления органов гос. власти; ноты, официальные сообщения.

2.Разные виды административно-управленческих документов:

а) директивно-распорядительные документы: приказы, постановления, решения;

б) административно-организационные документы: уставы, циркуляры, правила, положения, акты, протоколы, справки, отчёты;

в) деловые (служебные) письма: гарантийное, сопроводительное, рекомендательное, инициативное, письмо-приглашение, коммерческое.

Выделяют следующие стилевые (стилеобразующие) факторы делового стиля[[8]](#footnote-8):

1) информативная (императивная) функция;

2) форма общественного сознания - правовое сознание;

3) основная форма речи - письменная;

4) типичный вид речи - монолог;

5) преобладающий способ общения - массовый неконтактный и контактный;

6) тон речи - императивный или нейтральный (констатирующий).

При этом подчеркнём, что деловой стиль, наряду с научным, принадлежит к сфере специального языка (специальный язык - это профессиональный язык, язык профессионального общения). Владение специальным языком вторично, так как использующие его люди должны быть прежде всего носителями литературного языка.

Высокая культура разговорной и письменной деловой речи, хорошее знание и чутьё языка, умение пользоваться его выразительными средствами, его стилистическим многообразием - самая лучшая опора, самое верное подспорье и самая надёжная рекомендация для каждого человека в его общественной жизни и деловой деятельности[[9]](#footnote-9).

4. ОДЕЖДА В ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ

Прежде всего, важно одеваться сообразно случаю. Одежда должна быть отличного качества и в хорошем вкусе. Еще важнее быть опрятным и хорошо ухоженным. Главным же является отношение человека к себе, к окружающим, к своей работе.

Общий подход к подбору одежды заключается в следующем:

обратится к консультанту по модной одежде или к человеку, который одевается в хорошем деловом стиле;

не следуйте слепо каждому последнему направлению в моде;

подражать руководству в тонах одежды;

если в организации или фирме приняты какие-либо нормы одежды, нужно придерживаться их. Выбирать одежду также следует вдумчиво и осмотрительно.

учитывать профиль работы и стиль компании;

Подбор одежды для деловых переговоров

Для такого события больше подходят однотонные костюмы - серые, темно-серые, темно-синие, черные. Близкими по тону должны быть и цвета галстуков: соответственно серо-жемчужные, сине-красные, темно-бордовые; при этом на галстуке должен доминировать цвет костюма и желателен рисунок. Такое сочетание цветов не будет отвлекать и раздражать ваших партнеров, а ваш внешний вид подчеркнет ваше уважение к ним. Известно, что яркий галстук с вычурным рисунком оказывает некоторое эмоциональное давление на собеседников.

В официальной обстановке пиджак должен быть застегнут. Это касается как переговоров, так и совещаний: в застегнутом пиджаке заходят в кабинет на заседание, сидят в президиуме, выступают с докладом. В таком же виде входят в зрительный зал театра и ресторан. При этом нижнюю пуговицу пиджака никогда не застегивают. Сидя в кресле, а также за столом во время еды, пиджак можно расстегнуть.

Этикет деловых приемов всех видов требует надевать белые рубашки. В остальных случаях цвет рубашки должен гармонировать с цветом костюма. Оптимальная длина галстука - до пояса брюк, он должен быть аккуратно завязан.

К костюмам строгих цветов подходят полуботинки или ботинки черного либо темно-коричневого цветов. Черная обувь подходит к костюмам любых цветов. Днем и в летнее время предпочтительнее светлые костюмы и платья, вечером и зимой - более темных тонов. К светлому костюму следует надевать светлую обувь[[10]](#footnote-10).

Головной убор по цвету и фасону должен соответствовать остальной одежде. Фетровую шляпу надевают с хорошим пальто, кожаная или матерчатая шляпа, а также головной убор с небольшими полями сочетаются с плащом и курткой спортивного типа.

Перчатки, шарф и платок по цвету и рисунку должны гармонировать с остальными частями туалета. В верхние наружные карманы пиджаков и жакетов нельзя класть ручку, карандаш, расческу и прочие предметы так, чтобы они торчали наружу.

Такой же принцип в одежде справедлив и для женщин: цветовая гамма туалета, платья и прочих деталей должны дополнять друг друга, фасон одежды - соответствовать специфике фигуры, хотя, несомненно, женская мода более подвержена изменениям, чем мужская.

Костюм деловой женщины, ведущей переговоры с представителями других фирм, должен быть функционален, т.е. соответствовать целям такого мероприятия, чтобы способствовать успеху. Нежелательны платья с глубокими вырезами и очень короткие юбки - одежда не должна отвлекать партнера от серьезного разговора. В ней не должно быть ярких цветов, множества сверкающих нитей. Основу деловой одежды женщины составляет костюм или платье-костюм. Брючные костюмы и вязаные вещи подходят далеко не всегда. Важный элемент - украшения. Во-первых, их не должно быть много, а во-вторых, они должны быть высокого качества, от престижных фирм.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Деловая этика и этикет, культура деловых отношений имеют большое значение для успеха всех начинаний в деловой сфере: будь то управление, бизнес, политика, образование или искусство. Как оптимизировать общение во всех сферах человеческой жизнедеятельности, как сделать бизнес благородным, а успех достижимым и постоянным, как подняться по лестнице карьеры самым честным и эффективным путем, как преуспеть на любом деловом поприще без высокой культуры общения, без знания элементарных, но столь важных норм и правил этикета.

Деловой этикет - это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов. Этикет, если понимать его как установленный порядок поведения, помогает избегать промахов или сгладить их доступными, общепринятыми способами. Этикет является одним из главных “орудий” формирования имиджа. В современном бизнесе лицу фирмы отводится немалая роль. Те фирмы, в которых не соблюдается этикет, теряют очень многое. Там, где присутствует этикет, выше производительность, лучше результаты. Поэтому всегда нужно помнить один из главнейших постулатов, который знают бизнесмены всего мира: хорошие манеры прибыльны. Гораздо приятнее работать с той фирмой, где соблюдается этикет. Практически во всём мире он стал нормой деятельности. Это потому, что этикет в силу своей жизненности создаёт приятный психологический климат, способствующий деловым контактам.

«Хорошие манеры откроют перед вами двери, которые не сможет открыть и самая высокая образованность» — утверждают мудрые.

Нужно запомнить, что этикет помогает только тогда, когда нет внутреннего напряжения, рождающегося из попытки сделать по правилам этикета то, что раньше мы никогда не делали.

**Список литературы**

Браим И.Н. Этика делового общения. – Минск: 1996.

Вихлянский С.С., Наумов А.И. Менеджмент. - Высшая школа. - М.: 1999.

Волгин Б. Деловые совещания. - М.: 2003.

Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика: Пер. с англ. - М.: 1991.

Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания.- М.: 2000.

Данкел Жаклин Деловой этикет. - Ростов-на-Дону: Феникс, 1997.

Дебольский М. Психология делового общения. - М.: 2002.

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей.: Пер. с англ.- К.: 2001.

Конева Е.В. Психология общения: Учеб. пособие. – Ярославль: 2002.

Лабунская В.А. Невербальное поведение. – Ростов: 2000.

Леонтьев А.А. Психология общения. - М.: 1997.

Материалы сайта http://www.helpeducation.ru/

Панфилов А.К. Деловой стиль в общении. – М.: 2002.

Першин Г.В., Альбов А.С., Левтов В.Е. Справочное пособие для успешного делового общения. – Спб.: 2002.

Проведение деловых бесед и переговоров. Как добиться своей цели // Под ред. Л.Д.Николаева. – М.: 2003.

Сухарев В.А. Быть деловым человеком. – Симферополь: 2002.

Харченко Н.П. Русский деловой стиль (Деловая речь и официально-деловой стиль современного русского литературного языка). – Владивосток: 2003.

Честара Дж. Деловой этикет. - М.:1997.

Щёкин Г.В. Практическая психология менеджмента. Как делать карьеру. Как строить организацию. - К.: 2001.

Ягер Д. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М.: 1999.

Работа предоставлена пользователем Student.km.ru.

1. Браим И.Н. Этика делового общения. – Минск: 1996. [↑](#footnote-ref-1)
2. В работе были использованы материалы сайта http://www.helpeducation.ru/ [↑](#footnote-ref-2)
3. Данкел Жаклин Деловой этикет. - Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. [↑](#footnote-ref-3)
4. Браим И.Н. Этика делового общения. – Минск: 1996. [↑](#footnote-ref-4)
5. Щёкин Г.В. Практическая психология менеджмента. Как де­лать карьеру. Как строить организацию. - К.: 2001. [↑](#footnote-ref-5)
6. Харченко Н.П. Русский деловой стиль (Деловая речь и официально-деловой стиль современного русского литературного языка). – Владивосток: 2003. [↑](#footnote-ref-6)
7. Панфилов А.К. Деловой стиль в общении. – М.: 2002. [↑](#footnote-ref-7)
8. В работе были использованы материалы сайта http://www.helpeducation.ru/ [↑](#footnote-ref-8)
9. Ягер Д. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М.:  
   1999. [↑](#footnote-ref-9)
10. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руково­дителя-практика: Пер. с англ. - М.: 1991. [↑](#footnote-ref-10)