



Министерство науки и высшего образования РФ

ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»

Факультет социальных наук

Кафедра философии и социологии

## **ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

*Учебно-методическое пособие*

Благовещенск

Издательство АмГУ

2020

ББК 87.7

*Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
Амурского государственного  
университета*

*Рецензент:*

*Куляскина И.Ю., докт. филос. наук, проф.*

Этика делового общения: учебно-метод. пособие / сост: Е.И.Тарутина.  
– Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2020.- 90 с.

Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по программам специалитета и бакалавриата по всем направлениям подготовки. В содержание пособия включен теоретический и методический материал, необходимый для освоения учебного курса «Этика делового общения». Цели изучения дисциплины состоят в формировании у студентов научных представлений и прикладных навыков в области этики делового общения

***В авторской редакции.***

©Амурский государственный университет, 2020

© Тарутина Е.И. (составитель), 2020

## Содержание

<i><b>Введение.</b> Общие рекомендации по освоению учебного материала.</i>	4
<i>Содержание разделов и тем курса:</i>	
<i><b>Раздел 1. Предмет и основные понятия этики.</b></i>	
<i>Тема 1. Предмет и основные понятия этики.</i>	7
<i>Тема 2 Развитие этической мысли: от мыслителей древности до наших дней</i>	17
<i><b>Раздел 2. Природа и сущность этики деловых отношений.</b></i>	
<i>Тема 3. Этика деловых отношений</i>	24
<i>Тема 4. Корпоративная этика и социальная ответственность организации.</i>	32
<i><b>Раздел 3. Этика и психология делового общения</b></i>	
<i>Тема 5. Общение как инструмент этики деловых отношений</i>	41
<i>Тема 6. Основные формы деловой коммуникации.</i>	50
<i><b>Раздел 4. Деловой этикет</b></i>	
<i>Тема 7. Деловой этикет: сущность, требования, принципы.</i>	58
<i>Тема 8. Этичность как качество делового человека.</i>	68
<i>Тема 9. Универсальные группы делового этикета</i>	77
<i>Заключение</i>	87

### ***Введение. Общие рекомендации по освоению учебного материала.***

Дисциплина «Этика делового общения» является компонентом социально-гуманитарной подготовки бакалавров и специалистов для работы в разных областях профессиональной деятельности. Учебный материал курса имеет межпредметные связи с ранее изучавшимися школьными дисциплинами социально-гуманитарного цикла.

*Цель освоения дисциплины «Этика делового общения»* – расширить представления студентов о нравственных правилах поведения, содействовать развитию профессиональной и коммуникационной культуры выпускника, обладающего чувством долга и ответственности за результаты своей деятельности, эффективно решающего профессиональные задачи.

*Задачи изучения дисциплины «Этика делового общения»:*

- формирование личностно-нравственного облика выпускника;
- изучение этических основ деловых отношений;
- освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций;
- знакомство с деловым этикетом и атрибутами делового общения.

Весь объем учебного материала дисциплины «Этика делового общения», который необходимо усвоить студентам, разделен на два блока: аудиторные занятия и СРС (самостоятельная работа студентов).

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины «Этика делового общения» являются лекции и практические (семинарские) занятия. В обязанности студента входит посещение всех аудиторных занятий. В случае пропуска занятия, студент должен самостоятельно изучить данную тему и составить краткий конспект. Отчитаться за пропущенные занятия студент может на консультации – он предоставляет преподавателю для проверки конспект и отвечает на ключевые вопросы по данной теме.

Цель данного методического пособия – обеспечить студента всеми необходимыми материалами для самостоятельной работы при подготовке к занятиям и зачету по этике делового общения. В процессе изучения этики

делового общения студенты получают возможность ознакомиться с научными представлениями о правилах поведения человека в обществе и получить прикладные навыки в области этики делового общения.

**На лекциях** преподавателем излагаются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, даются рекомендации студентам для дальнейшей самостоятельной работы над данной темой. В ходе лекции студент должен внимательно слушать, конспектировать лекционный материал.

**На практических (семинарских) занятиях** преподаватель организует и направляет обсуждение темы, разъясняет наиболее сложные для самостоятельного усвоения студентами вопросы. Кроме того, семинарские занятия являются формой контроля преподавателя за самостоятельной работой студентов по изучению учебного материала, вынесенного на семинарские занятия; развитием умений и навыков подготовки докладов и сообщений; умением аргументировать и защищать выдвигаемые утверждения и тезисы.

**Самостоятельная работа** студентов должна носить планомерный и творческий характер. Качественное освоение учебной дисциплины невозможно без использования учебной литературы и других источников. В первую очередь следует использовать литературу, рекомендованную для подготовки к данному семинарскому занятию. Помимо рекомендованной литературы возможно использование иных источников, но только при условии критического отношения к содержащейся в них информации.

При чтении учебного материала следует обращать внимание на логику рассуждений автора, вычленяя узловые понятия и идеи. Текст необходимо прочитать не менее двух раз: при первом чтении достигается общее представление о предмете, и только при повторном - логика рассуждений, а также содержание, смысл и значение отдельных идей. Если встречаются незнакомые слова, обязательно следует обращаться к словарям и энциклопедиям, так как их значение чаще всего не может быть выявлено из контекста, что неизбежно приведет к ошибочному истолкованию текста.

Процесс **подготовки к зачету** должен совпадать с логикой изучения учебной дисциплины. Готовить материал следует блоками, а не отдельными вопросами, но при этом четко фиксировать содержание каждого конкретного вопроса. Целесообразно использовать конспекты лекций и подготовки к семинарским занятиям. Особое внимание следует уделить усвоению смыслообразующих базовых понятий и идей.

При оценивании результатов освоения дисциплины (текущей и промежуточной аттестации) применяется балльно-рейтинговая система. Для каждого вида проверочных работ назначается максимальное количество баллов, в которое может быть оценено их отличное выполнение. В конце семестра реальные баллы, полученные студентами за то или иное задание (вид деятельности), суммируются, и эта сумма считается итоговой оценкой успеваемости студента. Она также может быть переведена в качественную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). В качестве оценочных средств на протяжении семестра используется тестирование, контрольные работы студентов, творческая работа, итоговое испытание. Итоговое испытание является аналогом устного экзамена. Его главное отличие состоит в том, что оценка за итоговое испытание составляет часть общей оценки за работу студента в течение семестра.

## Содержание разделов и тем курса

### Тема 1. Предмет и основные понятия этики.

#### План

1. Происхождение и содержание терминов «этика», «мораль», «нравственность».
2. Структура этического знания.
3. Моральное сознание и практика.
4. Принципы морали и категории этики.

Специфика **делового общения** обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. *Его отличительная черта* — оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а *служит средством* для достижения каких-либо других целей.

В процессе исторического развития взаимные обязанности членов общества осмысливались людьми (развивалось моральное сознание) и получили теоретическое обоснование. Первая систематическая работа – «Никомахова этика» - была написана Аристотелем в IV в. до н.э.

Большинство этических учений античной эпохи существовало в виде практических моральных наставлений и философских дискуссий. **Термин «этика»** происходит от древнегреческого слова «этос» - дом, гнездо. *Аристотель* ввел термин «этический» для обозначения душевных качеств, свойств характера человека – этических добродетелей.

Этические добродетели следует отличать от:

- природных аффектов – свойств тела (страх и т.п.);
- дианоэтических добродетелей – свойств ума (память и т.п.).

**Этикой** Аристотель называл:

- совокупность этических добродетелей;
- особую науку, область философского знания.

Латинские аналоги греческих терминов (перевод сделал Цицерон):

- *moralis* – моральный (этический);
- *moralitas* – мораль (этика);
- моральная философия (этика как область знания).

В общекультурной лексике слова «этика», «мораль», «нравственность» взаимозаменяемы.

В *этике как области знания* за ними закреплён следующий смысл:

**Этика** – философская наука, объектом изучения которой является мораль, её сущность, рассматриваемая, исходя из философских представлений о сущности человека и общества.

**Мораль** - это форма общественного сознания, отражающая отношения людей в категориях добра и зла, справедливости и несправедливости.

**Нравственность** – сфера реальных поступков и взаимоотношений людей, в основе которой лежат нормы обыденного поведения людей;

Явления, осмысливаемые этикой, чрезвычайно сложны и многогранны. Большинство этических проблем носит дискуссионный характер.

Почти с самого рождения науки учёные пытались дать идеалы, к которым надо стремиться. Эта проблема стала особенно актуальна в XX веке. Это было связано с усилением социального бремени и с изменением динамики социальных процессов. Оказалось, что в этих условиях человек может не успевать за цивилизационными изменениями. Как следствие – значительно расширяются механизмы воздействия на нравственные процессы, регуляция формирования морали в современном мире.

**Взаимосвязь этики с другими науками, которые изучают мораль**

Этика занимает важное место среди других наук и **непосредственно связана с философией**, поскольку занимается проблемами определения смысла жизни, понимания природы существования человека как личности,

сущности, структуры и функций морали, сущности безусловных ценностей, к которым принадлежит добро.

Также этика рассматривает и создает практические модели человеческих отношений и средства их реализации и предлагает определенные рекомендации.

Кроме всего прочего, она непосредственно связана с **эстетикой и другими науками, которые занимаются исследованием бытия человека**, но координировать исследования морали может только этика.

## **2. Структура этического знания.**

В различные исторические эпохи существуют разные структуры нравственного сознания. Тем не менее, можно говорить о некоторых общих чертах структуры морального сознания. Ее основными элементами являются:

- система ценностей и ценностных ориентаций,
- этические чувства,
- нравственные суждения,
- нравственные идеалы.

В качестве элементов теоретического уровня нравственного сознания (морали) в его структуру входит:

1) *система категорий морали* (категории носят конкретно исторический характер - зло не всегда зло). Это категории добра и связанные с ними категории смысла жизни, счастья, справедливости, совести.

2) *моральные нормы* - это устойчивая, утвердившаяся в общественном сознании расстановка узловых моральных ценностей, воплощающаяся - с теми или иными вариациями - и в сознании индивидуальном. В моральных нормах, как регуляторах общественной жизни, особенно отчетливо выступает *их особое свойство - повелительность (императивность)*. В нормах аккумулируется в виде повеления полезный социально-исторический опыт многих поколений людей. нормы морали получают свое идейное выражение в принципах о том, как должно себя вести.

3) *моральные принципы* - это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, верно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к чему-либо. Они имеют всеобщее значение, охватывают всех людей, закрепляют основы культуры их взаимоотношений.

Общепринятым моральным принципом является центральное положение так называемого «*золотого правила*»: «Никогда не допускать по отношению к другому человеку таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе».

Кроме того, важнейшим принципом, которым должен руководствоваться каждый человек является *принцип гуманизма*, который включает в себя милосердие к людям, цивилизацию любви, предполагающую любовь к человеку, народам, культуре.

Моральные принципы должны служить основанием для выработки каждым человеком собственной личной этической системы. При этом человеку сделать этически правильный выбор и принять индивидуальное решение часто дело совсем непростое.

4) *моральный кодекс*, который обычно определяется как:

- 1) сумма, или свод нравственных законов, приведенных в единую согласованную систему;
- 2) результат обобщения и систематизации моральных норм;
- 3) совокупность нравственных норм и принципов, рекомендуемая индивидам и требующая сознательного отношения;
- 4) сумма конкретных представлений о должном и допустимом поведении.

Самый древний из известных нам моральных кодексов содержится в египетской «Книге мертвых», где он связан с заупокойным культом. Перечень грехов и запретных действий приводится в так называемой «отрицающей исповеди», в которой умерший обращается к богам и заверяет их в своей нравственной незапятнанности. Ранний образец моральной и юридической деонтологии представлен также *Законами Хаммурапи*. В форме кодекса

находят свое завершение самые первые философские, религиозные и дидактические рассуждения и системы. Нормативный характер имеют, например, «золотые стихи» пифагорейцев, афоризмы Гиппократа, наставления Гесиода, многочисленные еkkлeзиастические сочинения.

В этике тесно взаимодействуют моральные нормы и моральные принципы: норма предписывает какие поступки совершать, а принципы в общей форме раскрывают содержание нравственности, дают человеку общее направление деятельности.

**Функции морали.** Специфическая сущность морали конкретно раскрывается во взаимодействии ее исторически сформировавшихся функций:

а) *регулятивная*. Мораль регулирует поведение, как отдельного лица, так и общества. Суть в том, что не одни люди контролируют жизнь других, а каждый сам строит свою позицию, ориентируясь по моральным ценностям. Идет саморегулирование личности и саморегуляция социальной среды в целом.

б) *ценностно-ориентирующая*. Мораль содержит жизненно важные для человека ориентиры. И пусть они не носят непосредственно практического значения, они необходимы для того, чтобы жизнь наша была человеческой, а не только биологической. Это представления о смысле жизни, о предназначении человека, о ценности всего человеческого. Мы не думаем об этом ежедневно, и только когда ценности нашей жизни постигает кризис, вновь и вновь задаемся вопросом: зачем живем? Таким образом, задача морали - придавать повседневности нашего бытия высший смысл, создавая его идеальную перспективу;

в) *познавательная*. В морали есть знания о нравственных понятиях, о правилах общежития людей, т.е. это не знание само по себе, а знание преломленное в ценностях. Эта функция морали доставляет индивиду не просто знание объектов самих по себе, а ориентируют его в мире окружающих культурных ценностей, предопределяет предпочтение тех или иных, которые отвечают его потребностям и интересам;

г) *воспитательная*. Мораль ставит задачу приобщения индивида к ее понятиям, к выработке стереотипа поведения, превращения основ этики в привычку.

*Но нравственность не столько приучает к соблюдению свода правил, сколько воспитывает саму способность руководствоваться идеальными нормами и «высшими» соображениями, т.е. учит его поступать как должно, сохраняя при этом свою автономию.*

Мораль всегда предполагает наличие определенного нравственного идеала, образца для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т.е. в различные исторические эпохи и у разных народов. *Однако в морали должно далеко не всегда совпадает с сущим, с реально существующей нравственной реальностью, фактическими нормами поведения людей.* Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного». В этом *противоречии между должным и сущим* заключена и *противоречивая сущность мотивации общения*. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно должным образом, а с другой, - ему необходимо удовлетворить свои потребности, реализация которых очень часто связана с нарушением нравственных норм. Этот внутренний конфликт между идеалом и практическим расчетом, нравственным долгом и непосредственным желанием существует всегда и во всех сферах жизни.

Поэтому общение должно постоянно проверяться *этической рефлексией*, оправдывающей мотивы вступления в него.

Проблема специфики морали (дискуссионная и незавершенная, как большинство этических проблем) связана, в первую очередь, с такой *специфической особенностью морали как ее внеинституциональный характер*, т.е. моральные представления и взаимоотношения людей не контролируются какой-либо структурой, а является результатом коллективного творчества людей.

### *Отличия норм морали от обычаев и традиций*

<i>Обычаи</i>	<i>Нормы морали</i>
Распространяются только на членов данного общества	Тяготеют к всеобщим правилам
Детально регламентируют: когда, что и как следует делать, требуют предельно конкретного действия (например, дарить нечетное количество цветов)	Человек сам определяет приемлемость моральных правил к конкретной жизненной ситуации
Личности не предоставляется выбора, не требуется ее самоопределение; их нельзя улучшить	Совершенствуются в каждом новом поступке, действии личности
Правила обычая не обоснованы и опираются на авторитет общественного мнения	Основываются на идеях должного, добра, справедливости

Исторически сформировались **два регулятора морали: общественное мнение и совесть.**

**Общественное мнение** — форма массового сознания, в которой проявляется отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности

**Совесть** - одно из выражений нравственного самосознания и самочувствия личности. Разнообразие ситуаций, в которых оказывается человек, не позволяет предусмотреть процедуру действий в каждом конкретном случае, дать готовый рецепт морального выбора для каждой своеобразной ситуации.

Моральным регулятором поведения во всех этих случаях выступает совесть. Она нравственный страж поведения личности в самых разнообразных ситуациях, и особенно в тех, где контроль общественного мнения отсутствует или затруднен. Совесть - моральный самосуд, которому человек подчиняет свой внутренний мир. Она представляет собой своеобразный сплав рацио-

нального осознания и чувственного переживания в психике человека. Она наиболее остро выражает ощущение моральной удовлетворенности или неудовлетворенности (недаром говорят о «нечистой» и «чистой» совести), выступает в форме глубоких эмоциональных переживаний личности (угрызения совести).

**Категории этики** - это основные понятия этической науки, отражающие наиболее существенные элементы морали. Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «справедливость», «благо», «ответственность», «долг», «совесть» и т.д.

1. "*Добро*" и "*зло*" - центральные понятия морального сознания. Именно через призму этих понятий происходит оценка поступков человека, всей его деятельности. Добро является наиболее общим понятием морали, которое объединяет всю совокупность положительных норм и требований нравственности и выступает как идеал. Кроме того, добро может рассматриваться как нравственная цель поведения и в таком случае оно выступает в качестве мотива поступка. В то же время добро - качества человека (добродетель).

В современной этике добро раскрывается в нескольких взаимосвязанных аспектах:

- добро как качество поступка;
- добро как совокупность положительных принципов и норм морали;
- добро как моральное качество человека, раскрывающееся в таких понятиях, как добросовестность, ответственность, единство слова и дела и т.п.

К понятию добра очень близко по содержанию понятие **блага** как того, что позитивно, ценно и значимо для людей.

Понятие добра соотносится с производными от него понятиями - добротой и добродетелью.

**Доброта и добродетель** - это моральные качества человека. Добрым мы называем человека, который несет людям добро, понятое как любовь, помощь, милосердие, благоволение и т.д.

**Зло** - морально-этическая категория, по своему содержанию является противоположностью добра. В моральном сознании общества понятие зла является наиболее обобщенным выражением представлений о безнравственном, противоречащем требованиям морали, заслуживающем осуждения, наиболее общей и абстрактной характеристикой отрицательных моральных качеств (таких как человеконенавистничество, обман, вероломство, малодушие, низость и т. д.).

Если добро ассоциируется с жизнью, процветанием и благоденствием для всех людей, то зло - это то, что разрушает жизнь и благополучие человека. Зло - это всегда уничтожение, подавление, унижение. Зло всегда деструктивно. Оно ведет к распаду, к отчуждению людей друг от друга, вносит дисгармонию в общество, во внутренний мир личности, разрушает исходные ориентиры человеческой жизни.

По своей природе зло неоднородно: оно может быть как *природным*, так и *социальным*. Природное зло – стихийные бедствия, болезни, уродства др. Причем борьба с ним возможна и необходима. Социальное зло обусловлено социальными факторами, с изменениями которых меняется его содержание и проявление.

Зло переживается человеком в различных *формах* (отношениях):

- 1) эмоционально-чувственное зло ощущается как что-то неприятное, вызывающее отвращение, страх, страдание, психологический дискомфорт;
- 2) в утилитарном отношении воспринимается как вред, то, что препятствует удовлетворению значимых потребностей, достижению цели;
- 3) зло может представляться как что-то уродливое, безобразное (в эстетическом плане);
- 4) в нравственном отношении зло переживается как несправедливость, нечестность и т.п.

Таким образом, добро и зло в этике интерпретируются как особого рода ценности.

Помимо понятий «добро» и «зло» важными категориями морали являются

1. *Долг* - высокая нравственная обязанность, ставшая внутриличным источником добровольного подчинения своей воли задачам достижения, сохранения тех или иных моральных ценностей. Он выражает осознанность нравственного решения личностью вопроса о соотношении собственных и общественных интересов. Понимание своего долга связано с социально-классовыми позициями, с предпочтением определенных ценностей жизни, оно предполагает осознанный выбор человеком той или иной мировоззренческой системы, той или иной совокупности ценностей и норм. В этом отношении долг тесно связан с идеалом. Вот почему человек несет ответственность и за выбор тех принципов, норм и ценностей, исполнение которых считает своим внутренним долгом.

2. *Счастье* не может рассматриваться как состояние безоблачного спокойствия духа. Как бы человек не ограждал себя от беспокойства, оно все равно вторгается в его жизнь. Кроме того, счастье не есть состояние непрерывно радостное. Оно включает в себя и противоположные состояния - грусти, печали, сожалений. Абсолютная удовлетворенность - не более чем бессодержательная абстракция. Счастье, как это ни парадоксально, заключается в способности идти сквозь отдельные несчастья, преодолевая их, в готовности и умении не только вынести мелкие неприятности, справиться с отрицательными эмоциями или же отказаться от удовлетворения каких-то потребностей, но и пойти на риск, остаться верным своим идеалам. *Счастье* - в способности бороться с собственной слабостью, эгоизмом. То есть счастье - это самооценка всей жизнедеятельности в ее целостности, или иначе говоря - это особое психологическое состояние, сложный комплекс переживаний человека, связанный с положительной оценкой им своей жизни в целом.

Итак, мораль является основным предметом этики, осмыслением которого она занималась на протяжении всей истории своего развития.

Контрольные вопросы к теме 1.

1. Какую роль в деловой жизни играет общение?
2. Какое из трех понятий – этика, мораль, нравственность – является самым широким и включает в себя два других?
3. Что предъявляет более строгие нравственные требования к человеку – обычаи или нормы морали?
4. Зачем современному человеку нужна совесть в деловой сфере? Возможно ли заменить её понятиями законности или выгоды?
5. Почему говорят «добродота (простота) хуже воровства»? В чем смысл осуждения доброты?
6. Зло может быть природным или социальным. Приведите примеры того и другого.

**Тема 2. Развитие этической мысли: от мыслителей древности до наших дней**

**План.**

1. Основные теоретические подходы к объяснению происхождения морали.
2. Этапы развития морали.
3. Историческая эволюция моральных представлений.

Различные теории объясняли происхождение морали по-разному. Теории, объясняющие происхождение морали, можно объединить в 3 основные группы:

Концепции	Объяснение происхождения морали
Креационистские и идеалистические	Основой морали считается божественное или трансцендентально заданное начало, внешнее по отношению к бытию человека
Натуралистические	Авторы данных концепций считали, что нравственные качества человека биологически заданы эволюцией «животной» природы
Социально-	Основой этих концепций являлось утверждение то-

исторические

го, что нравственные, моральные законы определяются социально-историческими условиями человеческого бытия

Различаются следующие **этапы развития морали:**

1 этап – возникает **практика нравственных отношений**, которая выступает как неотъемлемая часть различных форм регуляции общежития: религиозно-обрядовых, практических и др. (от *этологии* к этике);

2 этап – возникает **групповая нравственность**, как система запретов (табу), на основе которой с течением времени складываются обычаи и традиции;

3 этап – по мере осознания человеком себя как личности появляются внутренние, **индивидуальные моральные ценности**, которые формируют требования к поведению личности в интересах ее самой и общества.

По своему происхождению и содержанию мораль изначально социальна, однако, *следует отличать нормы морали от обычаев и традиций, исторически сложившихся в определенном человеческом обществе.*

### **Первобытнообщинная мораль**

Требования первобытной морали имели всеобщий и обязательный характер для всех членов рода. Нравственные отношения осознавались людьми как единство всех членов племени.

В первобытном обществе оформились понятия добра, зла, равенства, своего, чужого. Первобытному человеку были присущи некоторые моральные качества, например: долг, стыд, повиновение старшим и др. Нравственное регулирование жизни человека родового общества осуществлялось с помощью табу, обычаев, традиций, ритуалов. Вместе с тем, нормы общежития еще не предполагали нравственного выбора личности.

### **Мораль рабовладельческого общества**

С появлением неравенства между членами человеческого рода осуществляется переход к новой системе ценностей. Становление новой морали происходит путем приведения прежних норм в соответствие к новым обще-

ственным отношениям и выработке новых правил и принципов. С разделением общества происходит *разделение морали на два типа: мораль рабов и мораль рабовладельцев*.

Ценностные ориентации рабовладельцев отражали их личные интересы, однако устройство общества требовало придания им всеобщего характера, подчеркивало их общественную значимость.

Раб был исключен из системы нравственных ценностей господствующего класса и наделен всеми отрицательными моральными качествами.

Античная этика добродетельна и оптимистична. В этот период этика развивалась в нескольких направлениях:

- гедонизм;
- киницизм;
- эпикуризм;
- эвдемонизм;
- софизм;
- абсолютизм.

Согласно учению *гедонизма* в основе человеческого счастья лежит наслаждение. Все ощущения гедонисты делили на легкие (удовольствия) и бурные (неудовольствия). Удовольствие – это то, к чему человеку следует стремиться. В свете этой концепции оно выступает как добро, благо. Неудовольствия следует избегать, ибо это зло. Подлинными удовольствиями гедонисты считали телесные удовольствия.

Гедонизм не отрицал пользу знаний, с помощью которых наслаждение становится более полным. Основоположник этого учения Аристипп.

Основная идея направления *киницизма* – обретение человеком полной свободы от общества, которое возможно только с отрицанием всех человеческих ценностей. Законы жизни, согласно учению киников – это законы природы. Представителем этого учения является Диоген.

Основной идеей учения Эпикура (*эпикуреизма*) было приобретение человеком счастья, которое возможно при удовлетворении естественных и не-

обходимых потребностей. Все удовольствия должны быть умеренными. Главной добродетелью учения Эпикура является умеренность.

Все удовольствия, согласно этому учению, располагаются в иерархической последовательности, где высшую ступень занимают духовные ценности.

Учение *эвдемонизма* основал Демокрит, который разделил все законы человеческого существования на две группы: естественные (природные) и нравственные (определенные людьми). Основой счастья, согласно этому учению, является чувство меры и мудрость, которая позволяет человеку хорошо мыслить, говорить и поступать. Разумное и умеренное удовлетворение человеком своих потребностей принесет ему счастье.

Согласно *софизму* моральные нормы производны и зависят от субъективного восприятия их конкретной личностью. Добродетели – это не только моральные, но и индивидуально-личностные достоинства человека (умственные способности, профессионализм и т.п.) Справедливым считается все, что приносит пользу и выгоду.

Основное положение *абсолютизма* – *единство морали и права*. Все, что определяется государством, следует неукоснительно соблюдать и исполнять, так как именно в этом заключается справедливость.

Главной особенностью всех античных этических учений можно считать возросший интерес к личности, ее потребностям, мотивам поведения.

### **Этика периода Средневековья**

Основа морали этого периода – *ценность людей* – определялась в зависимости от сословной, классовой принадлежности. Мораль определялась религией, которая гласила, что перед грехом равны все люди. Вместе с тем, нормы светской морали для разных сословий существенно отличались. Принадлежность к определенному сословию рассматривалась как индивидуальное свойство человека, наделявшее его определенными моральными правами и обязанностями. Дистанция между различными социальными группами поддерживалась при помощи запретов, обрядов.

В IX веке впервые Иоанном Скотом Эриугеном была поднята проблема *нравственного выбора человека*. Далее эта идея развивалась в трудах Пьера Абеляра, Сигера Брабантского, Фомы Аквинского и др. Они утверждали свободу воли, разума, общедоступность знаний, любовь к добру. Впервые в средневековой этике *смысл моральных поступков соотносили с разумом человека и с конкретными обстоятельствами*.

### **Этика эпохи Возрождения**

В этот исторический период в этических учениях человек рассматривается как часть природы. Мораль выступает как форма самоутверждения личности. *Нравственная личность, согласно этике этого периода, должна стремиться к обновлению, к развитию, к движению вперед. Человек в состоянии изменять не только себя, но и все, что его окружает. Вершиной саморазвития личности является любовь, которая представляет собой единство телесных, эмоциональных и интеллектуальных способностей, выходящих за рамки обыденности*.

### **Этика XVIII – XIX веков**

В этот период этика, как и философия, развивалась в нескольких направлениях.

*Английская школа* представляла человека эгоистичным, рассматривала эгоизм, индивидуализм и другие отрицательные качества человека как врожденные. Однако при жизни человек способен преодолевать в себе эти качества, выполняя моральные законы.

Основой этики *французских просветителей* являлось стремление к свободе личности, равенству, при этом отрицалось насилие. Стимулом нравственного совершенствования выступал личностный интерес. Государство, выступающее в форме просвещенной монархии, призвано было утверждать моральные нормы. По своей природе люди неравны и должны взаимодополнять друг друга в совместной деятельности. *Основными моральными качествами личности французские просветители считали справедливость,*

*умеренность, разумность, полезность. Они утверждали, что моральные качества прививаются человеку путем обучения и воспитания.*

### **Социалистическая мораль**

Идеологи марксизма, при разработке принципов социалистической морали провозгласили:

- приоритет интересов класса над интересами индивида;
- подчинение человека коллективу (трудовому, партийному);
- подконтрольность личной, семейной жизни человека коллективу и партии.

***Безнравственными*** считались:

- стремление к материальному благополучию;
- бытовые блага, комфорт,
- следование моде и т. д.

Важным принципом марксистско-ленинской этики является ***интернационализм***: братство угнетаемых классов разных стран, помощь в освободительной борьбе пролетариата других стран.

В качестве обязательных черт морального человека социалистического общества провозглашались ***оптимизм, вера в светлое будущее***, победу коммунизма и пр. Моральная рефлексия, пессимизм, сомнения отвергались как буржуазные, разлагающие.

Предполагалось, что в будущем коммунистическом обществе нравственная регуляция заменит правовую, то есть люди достигнут высокого уровня развития нравственного сознания.

По сравнению с кризисной капиталистической моралью идеалы коммунистической морали отличались прогрессивностью и гуманностью.

### **Этика современного общества**

На современном этапе развития человеческого общества на первый план выходит этика ***утилитаризма***, связывающая добро с пользой. В силу этого многие традиционные ценности отчуждаются, многое продается, мно-

гое изменяется, значение истины, правды обесценено. Моральные ценности не являются исключением, в наше время можно купить преданность, дружбу, любовь, совесть. Можно манипулировать общественным мнением через средства массовой информации.

Однако на фоне этой безрадостной картины начинает формироваться новая мораль и новая этика. ***Основная цель современной морали – создание модели общества социальной справедливости, в котором созданы все условия для самореализации личности.*** Особенностью современной морали является то, что знания и умения человека сливаются с моральными качествами личности. Современный нравственный человек должен обладать такими качествами, как скромность, гуманность, самообладание, ответственность, требовательность, как к себе, так и к окружающим, а также деловыми качествами. Такой человек может сформироваться только при соблюдении многих условий: экономических, политических, социальных, воспитательных и др.

***Признаками нравственного прогресса*** являются:

- увеличение возможностей совершенствования личности и расширение ее свободы;
- возрастание воздействия морали на все сферы жизни общества;
- протест общества против бездуховности, насилия, аморальности;
- развитие и совершенствование морали;
- повышение эффективности воздействия морали на поведение людей.

***Контрольные вопросы к теме 2:***

1. Какие традиции современной российской жизни можно отнести к устаревающим, потерявшим свой смысл?
2. Какие моральные качества были присущи первобытному человеку?

3. Какие из направлений античной этики используются в наше время в качестве базы для оценки нравственности современных людей?
4. Каким образом поддерживалась дистанция между сословиями в средневековой морали?
5. В этике какого периода вершиной саморазвития личности была объявлена любовь? Какой смысл вкладывался в это понятие?
6. В этике какого периода на первый план в нравственном идеале вышло стремление к свободе личности?
7. Считается ли сегодня безнравственным то, что осуждалось социалистической моралью?

### **Тема 3. Этика деловых отношений.**

#### **План.**

1. Основные принципы, сущность и содержание этики деловых отношений.
2. Особенности поведения и общения внутри одного предприятия:
  - А) Начальник – подчиненный
  - Б) Сотрудник – начальник
  - В) Сотрудник – сотрудник

Общей *основой* деловой этики служит понимание *труда как нравственной ценности*. А труд становится моральной ценностью, если воспринимается не только как источник средств существования, но и как способ формирования человеческого достоинства. При этом решаются традиционные этические проблемы:

- проблема морального выбора превращается в проблему выбора профессии, так называемую проблему призвания;
- проблема смысла жизни становится проблемой смысла профессиональной деятельности;

- моральный долг рассматривается как долг профессиональный;
- моральная ответственность преломляется через профессиональную ответственность, профессиональные качества личности получают моральную оценку.

**Этику делового общения** можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности. Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

Этика делового общения вытекает из такой особенности общества, как *саморегуляция*. Она является важнейшим условием выживания человечества вообще. В сфере делового общения она проявляется в следующем:

- согласовании интересов участников делового общения, их действий;
- определении обязанностей сотрудников перед другими членами общества;
- соблюдении определенных норм делового поведения.

### **Этические нормы в деловом общении**

Между управляющими, предпринимателями и вообще деловыми людьми по отношению к этическим нормам существуют две основные позиции.

**1. Деловой прагматизм.** Люди, считающие себя прагматиками, полагают, что в деловом общении и вообще в бизнесе этика сама по себе не нужна. *Единственная обязанность* управляющего корпорацией, работающего по найму у владельца бизнеса, – любыми доступными средствами *максимизировать прибыль*, «делать как можно больше денег», всячески приспособиваясь к нормам общества, воплощенным в законах и этических традициях.

С этой позиции, которую можно также назвать «деловой макиавеллизм» (цель оправдывает средства), этические нормы и сам язык этики

рассматриваются как помеха в деловом общении. В нем стараются избегать разговоров о морали, этических идеалах, долге и социальных обязанностях, поскольку в результате появляются «излишние», «не относящиеся к делу» проблемы, касающиеся моральной и социальной ответственности.

*Представители делового прагматизма подчас используют негодные средства для достижения своих целей, такие, как взятки, подкуп и т.д. Но помимо этого и сами цели делового общения могут носить неэтический характер. При этом общение может рассматриваться неэтичным не потому, что оно противозаконно, а вследствие несовместимости целей делового общения моральным ценностям. Примером может служить заключение сделок, контрактов на постройку экологически вредных предприятий.*

**2. Деловая порядочность.** Вторая позиция по отношению к противоречию между этикой и бизнесом состоит в том, что *соблюдение этических норм в деловом общении признается важным не только с точки зрения ответственности бизнесменов перед обществом и самими собой, но и необходимым для эффективности производства. В этом случае этика рассматривается не только как необходимый нравственный императив поведения, но и как средство (инструмент), помогающее увеличить рентабельность, способствующее укреплению деловых связей и улучшению делового общения.*

Думается, что этот подход является более цивилизованным и, в конце концов, более эффективным, так как предприятие - компонент общества, и утверждая этические нормы общения у себя, оно в то же самое время способствует их распространению и в социуме, окружающей социальной среде. *А чем более благополучной становится этическая атмосфера в обществе, тем более благоприятная обстановка создается и для бизнеса. Вместе с тем неэтичное поведение и общение рано или поздно обернется, если и не прямыми экономическими убытками, то во всяком*

случае социальными и нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды.

Поэтому, рассмотрев оба взгляда на место этики в деловом общении, следует присоединиться не к Николло Маккиавелли, проповедавшему «освобождение» политики от морали, а к Бенджамину Франклину, утверждавшему, что «честность — лучшая политика».

Этика делового общения включает ***различные области её применения:***

1) *внутри одного предприятия:*

- между руководителем и подчиненными,
- между подчиненным и руководителем,
- между людьми одного статуса;

2) *между предприятиями;*

3) *в отношениях между предприятием и социальной средой;*

Этика деловых отношений имеет определенные основания, принципы.

**Принципы** – это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность участникам деловых отношений формировать поведение, действия, отношение к чему-либо.

Для сторон того или иного вида делового общения задача состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые

- 1) соответствовали бы каждому виду делового общения,
- 2) не противоречили общим нравственным принципам поведения людей,
- 3) они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

***Принципы этики делового общения:***

1.Общепринятым является центральное положение так называемого *золотого правила*: «В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству и коллегам сво-

его служебного уровня, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе».

2. Необходима *справедливость* при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.)

3. Третий принцип требует *обязательного исправления этического нарушения* независимо от того, когда и кем оно было допущено.

4. Согласно четвертому принципу, называемому принципом максимума прогресса, служебное поведение и *действия сотрудника признаются этическими, если они способствуют развитию организации* (или ее подразделений) с моральной точки зрения.

Перечень принципов может быть продолжен с учетом специфики деятельности той или иной организации. Общим для всех профессий является требование максимально высокого качества работы в пределах оговоренных возможностей. Недопустимо противопоставление корпоративных интересов интересам клиента.

### ***Этика общения в трудовом коллективе***

Общую картину взаимодействия между людьми в первичных трудовых коллективах дополняют ***личные взаимоотношения***.

***Взаимоотношения*** – это система взаимосвязей людей между собой в различных группах.

Особенности поведения человека в коллективе, результаты его работы вызывают определенные реакции со стороны других членов группы, формируют у каждого из них отношение к этому человеку, и таким образом в группе развивается система взаимоотношений.

Удовлетворенность взаимоотношениями по горизонтали (с сотрудниками) и по вертикали (с руководителями) рассматривается как важный показатель *социально-психологического климата в трудовом коллективе*. В самой официальной обстановке между людьми так или иначе склады-

ваются личные отношения и они не могут не влиять на общую атмосферу в коллективе, на общий характер, стиль, тон взаимоотношений в группе.

Общение в трудовом коллективе – это сложный процесс, протекающий от установления контактов до развития взаимодействия и складывания взаимоотношений. **Главная функция общения** – это организация совместной деятельности людей, которая предполагает выработку единой стратегии взаимодействия, что возможно только на основе согласования их позиций. **Другая функция общения** – это познание людьми друг друга, а также формирование и развитие межличностных отношений.

### **Общение «сверху-вниз»,**

#### ***т.е. отношение руководителя к подчиненному.***

В деловом общении «сверху-вниз» золотое правило этики можно сформулировать следующим образом: «Относитесь к своему подчиненному так, как вы хотели бы, чтобы к вам относился руководитель». Искусство и успех делового общения во многом определяются теми этическими нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчиненным.

Под **нормами** имеется в виду то, какое поведение на службе является этически приемлемо, а какое – нет. Нормы касаются

- прежде всего того, как и на основе чего отдаются распоряжения в процессе управления,
- в чем выражается служебная дисциплина, определяющая деловое общение.

Соблюдение принципов и норм этики руководителем:

а) способствует тому, чтобы люди чувствовали себя в коллективе комфортно, нравственно защищенными;

б) отношение руководителя к подчиненным влияет на весь характер делового общения, во многом определяет его нравственно - психологический климат.

**Руководитель должен:**

- стремиться к созданию сплоченного коллектива, стремящегося к достижению общих целей;
- выяснять причины возникающих в процессе профессиональной деятельности трудностей;
- обращать внимание подчиненных на невыполненные ими распоряжения руководства;
- оценивать по достоинству заслуги своих подчиненных;
- доверять своим подчиненным;
- признавать свои ошибки;
- одинаково относиться ко всем сотрудникам.

**Руководителю нельзя:**

- критиковать личность сотрудника;
- делать замечания при остальных подчиненных;
- показывать сотрудникам, что руководитель не владеет ситуацией.

**Общение «снизу-вверх»,**

***т.е. отношение подчиненных к своему начальнику.***

*В деловом общении «снизу-вверх»* общее этическое правило поведения можно сформулировать следующим образом: «Относитесь к своему руководителю так, как вы хотели бы, чтобы к вам относились ваши подчиненные».

Знать, как следует обращаться и относиться к своему руководителю, не менее важно, чем то, какие нравственные требования следует предъявлять к своим подчиненным. Без этого трудно найти «общий язык» и с начальником и с подчиненными. Используя те или иные этические нормы, можно привлечь руководителя на свою сторону, сделать своим союзником, но можно настроить его и против себя, сделать своим недоброжелателем.

Основное содержание этических правил в общении между подчиненным и руководителем сводится к **некоторым основным моментам:**

- подчиненный своим поведением должен способствовать поддержанию комфортной психологической атмосферы в коллективе и помогать в этом своему начальнику;
- попытка подчиненного руководить начальником будет считаться проявлением несоблюдения иерархического принципа и неуважения;
- подчиненный имеет право высказать свое мнение руководителю, но в корректной форме и с учетом своей должности;
- категорический тон при общении с руководством не допускается;
- обращение к руководителю руководителя считается недопустимым;

### **Общение «по-горизонтали»,**

*т.е. между коллегами примерно одного служебного статуса.*

*Общий этический принцип общения «по-горизонтали» можно сформулировать следующим образом: «В деловом общении относитесь к своему коллеге так, как вы хотели бы, чтобы он относился к вам». Если вы затрудняетесь, как вести себя в той или иной ситуации, поставьте себя на место вашего коллеги.*

Применительно к коллегам-управляющим следует иметь в виду, что найти верный тон и приемлемые нормы делового общения с равными по статусу сотрудниками из других подразделений – дело весьма непростое. Особенно если речь идет об общении и отношениях внутри одного предприятия. В этом случае они нередко являются соперниками в борьбе за успех и продвижении по службе. В то же самое время это люди, которые вместе с вами принадлежат к команде общего управляющего. В рассматриваемом случае участники делового общения должны чувствовать себя равными по отношению друг к другу.

*По определению общение между коллегами должно носить дружеский, взаимовыгодный и равноправный характер.*

*Вот некоторые примеры правил этикета на уровне «сотрудник-сотрудник»:*

- называть коллег по имени, ведь путь к налаживанию дружеских отношений лежит через имя человека;
- улыбаться и проявлять дружелюбное отношение к коллегам;
- стараться слушать коллег, а не только себя;
- рассматривать каждого сотрудника как личность;
- относиться к коллегам по возможности непредвзято;
- стараться разделить обязанности при выполнении общих заданий;
- не давать невыполнимых обещаний.

### **Контрольные вопросы к теме 3:**

1. Какая ценность положена в основание деловой этики?
2. К каким последствиям для общества и конкретных людей приводит и может привести деловой прагматизм?
3. Охарактеризуйте принципы делового общения. Постарайтесь добавить один или два принципа к тем, что рассматривались на лекции.
4. Укажите две важнейшие функции делового общения
5. Как можно объяснить нравственные запреты, накладываемые на деловое поведение руководителя?

### **Тема 4. Корпоративная этика и социальная ответственность организации.**

#### **План.**

1. Деловая (корпоративная) этика и принятие решений.
2. Социальная ответственность организации и этические нормы деятельности предприятия.

Деловая (корпоративная) этика – одна из самых молодых и стремительно развивающихся отраслей науки. Курсы по этой дисциплине читаются

на Западе, в США не только в школах бизнеса, но и в солидных университетах, став неотъемлемой частью подготовки экономистов, менеджеров, специалистов в области управления общественными организациями и государственной службы. Постепенно интерес к деловой этике возникает и в России.

В целом, совокупность этических правил и норм поведения, разделяемых участниками того или иного корпоративного социума (акционерами, директорами, менеджерами, работниками) оформляется посредством документов деловой этики, благодаря которым создаются определенные модели поведения и совместной деятельности, а также внутрикорпоративные механизмы, обеспечивающие их применение участниками корпоративного социума в отношениях между собой и с внешней средой (государством, деловыми партнерами и т. д.).

***Современные всеобщие этические принципы деловой этики основаны на аксиомах мировой философии и проверены многовековой практикой деловых отношений.*** Данные принципы бизнеса удачно сформулированы американским социологом Л. Хосмером:

1. *Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании.* Принцип основан на учении древнегреческой философии (Протагор) о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различии между долгосрочными и краткосрочными интересами.

2. *Никогда не делай того, о чем нельзя бы было сказать, что это действительно честное, открытое и истинное, о чем можно было бы с гордостью объявить на всю страну.* Принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях честности, открытости и умеренности.

3. *Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства общности и работы на одну общую цель.* Принцип основан на заповедях всемирных религий (Святой Августин), призывающих к добру и осознанию взаимосвязи и взаимозависимости.

4. *Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества.* Принцип основан на

учении Гоббса и Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за блага.

5. *Никогда не делай того, что не ведет к большему благу для общества, в котором ты живешь.* Принцип основан на этике утилитаризма – практической пользе нравственного поведения, разработанной И. Бентамом и Джоном С. Миллем.

6. *Никогда не делай того, чего ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации.* Принцип основан на императиве Канта о правиле универсальной, всеобщей нормы.

7. *Никогда не делай того, что ущемляет установленные права других.* Принцип основан на взглядах Руссо и Джефферсона на права личности.

8. *Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат,* ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства. Принцип основан на экономической теории А. Смита и учении В. Парето об оптимальной сделке.

9. *Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в обществе.* Принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса.

10. *Никогда не делай того, что препятствовало бы правам другого человека на саморазвитие и самореализацию.* Принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества.

***Нормами деловой этики можно считать:***

1. Честность, порядочность и надежность.
2. Уважение прав собственности.
3. Коллегиальность.
4. Конструктивная критика, исправление этических ошибок и бесконфликтность.
5. Экологический принцип.

6. Соответствие осуществляемой деятельности требованиям закона и иных правовых норм.

7. Направление информации о чем-либо незаконном или неэтичном поведении в руководящие органы компании или в государственные органы.

8. Гедонистический принцип.

9. Благотворительность.

10. Корпоративная социальная ответственность.

11. Профессионализм, компетентность и информированность.

12. Информированное согласие.

13. Конфиденциальность и профессиональная тайна.

14. Сотрудничество при конфликте интересов.

15. Защита и надлежащее использование активов корпорации.

16. Борьба с коррупцией.

### ***Принципы этики деловых отношений***

1. Общепринятым является центральное место так называемого золотого стандарта: «В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, коллегам своего служебного уровня, клиентам и т.п. таких поступков, которых не желал бы видеть по отношению к себе».

Порядок рассматриваемых далее принципов не обусловлен их значимостью:

2. Необходима справедливость при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами.

3. Этическое нарушение обязательно должно быть исправлено независимо от того, когда и кем оно было допущено.

4. Максимум прогресса – служебное поведение и действия сотрудников признаются этичными, если они способствуют развитию организации с моральной точки зрения.

5. Минимум прогресса – действия сотрудников признаются этичными, если они хотя бы не нарушают этических норм.

6. Этичным является терпимое отношение сотрудников организации к моральным устоям и традициям других организаций, регионах, странах.

7. Разумное сочетание индивидуального релятивизма и этического релятивизма с требованиями общечеловеческой этики.

8. Индивидуальное и коллективное начало равно признаваемы за основу при разработке и принятии решений в деловых отношениях.

9. Не следует бояться иметь свое мнение при решении любых служебных вопросов (нонконформизм должен быть в разумных пределах).

10. Никаких форм насилия, «нажима» на подчиненных.

11. Постоянство воздействия – этические стандарты могут быть успешно внедрены в жизнь организации с помощью непрекращающихся усилий со стороны руководства и всех сотрудников.

12. При воздействии на кого-либо (подчиненного, потребителя и т.п.) необходимо учитывать силу возможного противодействия.

13. Целесообразность авансирования доверия – к компетенции сотрудника, чувства его долга и т.п.

14. Стремление к бесконфликтности.

15. Наличие свободы, не ограничивающей свободы других.

16. Принцип способствования сотрудниками этичному поведению других.

17. Недопустимость критики «внутреннего» и «внешнего» конкурента.

Термин **«корпоративная социальная ответственность»** (КСО) возник в конце 20 в., как обозначение этического поведения организаций по отношению к человеческому обществу.

**Корпоративная социальная ответственность (КСО)** – это:

- выполнение организациями социальных обязательств, предписываемых законом, и готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы;

- готовность добровольно нести необязательные расходы на социальные нужды сверх пределов, установленных налоговым, трудовым, экологи-

ческим и иным законодательством, исходя не из требований закона, а по моральным, этическим соображениям.

В целом, **корпоративная социальная ответственность (КСО) предполагает:**

- производство в достаточных количествах продукции и услуг, качество которых соответствует всем обязательным нормам, при соблюдении всех законодательных требований к ведению бизнеса;
- соблюдение права работников на безопасный труд при определенных социальных гарантиях, в том числе, создание новых рабочих мест;
- содействие повышению квалификации и навыков персонала;
- защиту окружающей среды и экономию невозполнимых ресурсов;
- защиту культурного наследия;
- поддержку усилий власти в развитии территории, где размещена организация, помощь местным учреждениям социальной сферы;
- помощь малоимущим семьям, инвалидам, сиротам и одиноким престарелым;
- соблюдение общепринятых законодательных и этических норм ведения бизнеса.

Обобщая вышесказанное, стоит отметить, что понятие корпоративной социальной ответственности опирается на **концепцию 3P**, заключающуюся в том, что руководитель организации должен уделять равное внимание работе на прибыль (profit), заботе о персонале, клиентах и партнерах (people) и мероприятиям, направленным на защиту окружающей среды (planet).

КСО компаний – обязательная составляющая корпоративного управления во всех развитых странах. **В России** же пока только крупные организации постепенно внедряют в свою деятельность концепцию социальной ответственности, что **обусловлено рядом факторов.**

1. Руководители подавляющей части российских компаний *слышали о КСО*, но для них социальная ответственность *исчерывается обязанностью соблюдать законы.*

2. *Руководство федеральных и региональных органов власти не использует принципы КСО в своем взаимодействии с бизнесом и профсоюзами, а их персонал в массе своей не представляет, что и как надо делать, чтобы перейти от деклараций и соглашений к системной повседневной работе по внедрению принципов КСО.*

3. *В бизнес-организациях, в органах власти и в профсоюзах отсутствует системный и скоординированный менеджмент социальной деятельности. Усилия по обеспечению качества, удовлетворению социальных нужд персонала, охрана труда и окружающей среды, взаимодействие с местным сообществом и органами власти не связаны единой социальной политикой, не определяются социальными целями и не реализуются на основе программ скоординированных инвестиций.*

Указанные выше факторы во многом связаны с *отсутствием относительно простых, понятных и доступных документов по реализации принципов корпоративной социальной ответственности.*

А между тем, **основными результатами правильной социальной политики компании являются:**

- укрепление доверия со стороны зарубежных партнеров по бизнесу, которые охотнее строят деловые отношения на долговременной основе с социально успешными компаниями;
- возможность привлекать и удерживать квалифицированные кадры в условиях их острого дефицита;
- формирование вокруг предприятия зоны социального благополучия.

Управленческая этика исследует правила и нормы поведения менеджера, требования, предъявляемые обществом к его стилю работы, характеру общения с людьми, социальному облику.

**Управленческая этика** – наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в сфере управления, в том аспекте, в каком действия менеджера соотносятся с общечеловеческими этическими ценностями. В широчайшем спектре ее внимания все проблемные вопросы взаимоотно-

шений менеджера и подчиненных, особое место среди которых занимают вопросы соотношения цели и средств в их работе.

Признавая престижность позиции менеджера, предполагающую высокий профессионализм и уровень образования, хороший уровень оплаты труда, нельзя забывать о значимости моральной и этической стороны его работы, оказывающей влияние на направление развития, культуру, систему духовных ценностей и образ жизни всего общества.

Бесспорно, руководитель служит примером отношения к своим служебным обязанностям для рядовых сотрудников и других управленцев. Кроме того, любой поступок менеджера производит пролонгированный эффект, поскольку своими этичными или неэтичными действиями он формирует в течение некоторого времени комплекс моральных устоев окружающих его людей: подчиненных, потребителей, поставщиков, конкурентов. Другими словами, выполняя воспитательную функцию, менеджер формирует культуру отношения к организации и производимой продукции, правила общения сотрудников друг с другом, основы вертикальных контактов и т.п. Что касается внешней среды, то менеджеры (особенно высшего звена управления) обуславливают стандарты отношений с конкурентами, поставщиками, партнерами и т.д. В связи с этим, современный менеджер должен быть образцом безукоризненного нравственного поведения и воспитывать те же качества у своих подчиненных и партнеров.

Осознавая роль института менеджмента в обществе, представители бизнеса, науки и религии выработали **ряд заповедей делового человека, особенно занимающегося управленческой деятельностью.** Кратко перечислим данные заповеди:

1. Не забывая о хлебе насущном, следует помнить о духовном смысле жизни. Не забывая о личном благе, следует заботиться о благе ближнего, благе общества и Отчизны.

2. Богатство – не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа.

3. Культура деловых отношений, верность данному слову помогает стать лучше и человеку и экономике.

4. Человек – не «постоянно работающий механизм». Ему нужно время для отдыха, духовной жизни, творческого развития.

5. Государство, общество, бизнес должны вместе заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто сам не может заработать себе на хлеб. Хозяйствование – это социально ответственный вид деятельности.

6. Работа не должна убивать и калечить человека.

7. Политическая власть и власть экономическая должны быть разделены. Участие бизнеса в политике, его воздействие на общественное мнение может быть только прозрачным и открытым.

8. Присваивая чужое имущество, пренебрегая имуществом общим, не воздавая работнику за труд, обманывая партнера, человек преступает нравственный закон, вредит обществу и себе.

9. В конкурентной борьбе нельзя употреблять ложь и оскорбления, эксплуатировать порок и инстинкты.

10. Нужно уважать институт собственности, право владеть и распоряжаться имуществом. Безнравственно завидовать благополучию ближнего, посягать на его собственность.

В целом *эти заповеди – кодекс экономической этики*, являющийся прямым руководством к действию, соблюдая которые делового человека ждет успех.

#### **Контрольные вопросы к теме 4:**

1. Какие принципы бизнеса, сформулированные Л. Хосмером, используются в деловом поведении?
2. В чем состоит корпоративная социальная ответственность?
3. Что такое «концепция ЗР»?
4. Почему принципы корпоративной социальной ответственности в современной России используются неполно?

5. Опишите положительный эффект для деловых отношений правильной социальной политики организаций.
6. Назовите заповеди делового человека, имеющие важное значение в управленческой деятельности.

## **Тема 5. Общение как инструмент этики деловых отношений**

### План.

1. Общение как социально-психологическая проблема.
2. Коммуникативная интерактивная и перцептивная стороны общения.
3. Понятия «барьеров общения».

Общение между людьми - важнейший признак человеческого существования, без него невозможны деятельность, формирование и развитие личности, создание духовных ценностей и их усвоение. Проблема общения традиционно находится в центре внимания отечественных социальных психологов в связи с ее значимостью во всех сферах жизнедеятельности человека и социальных групп. Человек без общения не может жить среди людей, развиваться и творить. Это обуславливает актуальность изучения процессов общения. К тому же современная социально-экономическая ситуация в России усиливает внимание к вопросам общения и определяет новый взгляд на него как на фактор стабилизации предпринимательства, поскольку именно общение сопровождает большинство сервисных услуг по реализации любой продукции.

*Понятие общения*, как и любое научное понятие, разрабатывалось многими исследователями и имеет разнообразные трактовки. Общение привлекало внимание социологов, педагогов и философов. Но наиболее глубоко общение изучено в рамках социальной психологии.

**Общение** - сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностью совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

В отечественной социальной психологии развивается *идея единства общения и деятельности.*

1. «Общение» - явление, производное от деятельности, т.е., общение возникает в процессе совместной деятельности людей.

2. Человек - субъект трех основных видов деятельности: труда, познания, общения.

В более узком психологическом смысле *общение понимается как процесс и результат установления контактов между людьми или взаимодействие субъектов посредством различных знаковых систем.*

Важной социально-психологической проблемой является ***проблема удовлетворенности общением.***

1. Самыми значимыми являются ***стимулы, получаемые от других людей.*** Общение обусловлено целью, интересом, мотивом. Чтобы побудить человека к нужной деятельности, следует, прежде всего, проинформировать его о ценности цели и вероятности ее достижения, т.е. убедить его в целесообразности действовать.

2. Важнейшими потребностями, которые должны быть реализованы в процессе общения, являются ***потребности в достижениях и признании.*** Обе эти потребности связаны с чувством собственного достоинства человека, уважением и самоуважением и относятся к так называемым ***высшим потребностям.***

3. При общении должна удовлетворяться ***потребность в событиях.*** Необходим социальный интерес, определенная динамика жизни, которая приносит новые впечатления.

4. Удовлетворенность общением зависит от степени совпадения систем ***ценностей, которые в жизни каждого человека отражают социальные нормы и индивидуальный выбор.***

Что касается ***непосредственного взаимодействия,*** то следует отметить, что увеличилось количество ***вынужденных контактов*** между людьми. Особенно это заметно в больших городах, где сам образ жизни

определяет неизбежность контактов совершенно незнакомых людей друг с другом. Поездка на работу в общественном транспорте, покупки товаров в магазине, просмотр спектаклей — все это способы времяпрепровождения, которые связаны с многочисленными контактами. Особенность таких контактов заключается в том, что, во-первых, они многочисленны; во-вторых, поверхностны. И то и другое не является критерием качественного общения.

Тем не менее, люди все больше осознают, что многие их проблемы связаны с неумением общаться. Поэтому в последние несколько десятков лет весьма популярны *различные обучающие технологии общения*. Развитие цивилизации, определяющее постоянное совершенствование средств связи и многообразных каналов информации, приводит к противоречию между формой, средствами общения и его содержанием, глубиной. С одной стороны, человек без особого труда может установить контакт даже с теми субъектами, которые находятся вдали от него; с другой — совершенствование средств связи не обеспечивает качество и глубину общения. *Существует такой феномен как одиночество в толпе — одиночество среди людей особенно в крупных городах.*

Многие средства массовой коммуникации создают *иллюзию общения*. Работа за компьютером или просмотр вечерних телевизионных программ способствуют развитию ощущения взаимодействия с другими. Если индивид систематически смотрит какую-либо передачу, у него создается иллюзия знакомства с ведущими, ощущение, что он их хорошо знает, хотя на самом деле он всего лишь имеет некоторое устойчивое представление о телевизионном образе (имидже) ведущих. Увеличение доли квазиобщения во взаимодействии человека с окружающим его миром — также одна из особенностей современного общения.

Общение многогранно и прежде всего потому, что оно реализуется на разных уровнях: общаться могут народы, коллективы, отдельные личности. В

соответствии с этим и взаимодействие между сторонами в процессе общения будет различным по своей значимости.

В общении различают **три стороны**: *коммуникативную, интерактивную и перцептивную*.

Коммуникативная сторона общения связана с выполнением специфики информационного процесса между людьми как активными субъектами, т.е. с учетом отношений между партнерами, их установок, целей, намерений (мотивов), что приводит не просто к "движению" информации, но и к уточнению и обогащению тех знаний, сведений, мнений, которыми обмениваются люди. Средствами коммуникативного процесса являются различные знаковые системы, прежде всего речь, а также невербальные средства (жесты, мимика, поза, взгляд и т.д.), система организации пространства и времени коммуникации.

Интерактивная сторона общения представляет собой построение общей стратегии взаимодействия. Различают ряд типов взаимодействия между людьми и, прежде всего, кооперацию и конкуренцию.

Перцептивная сторона общения включает в себя процесс формирования образа другого человека. Основным механизмом познания другого человека являются идентификация (уподобление) и рефлексия (осознание того, каким воспринимают субъекта познания другие люди).

Рассмотрение трех сторон общения в единстве - важное условие совместной деятельности людей и их отношений, особенно необходимых тем категориям людей, которые профессионально связаны с процессом общения (руководители, педагоги, врачи, артисты и т.д.)

Разные исследователи отмечают разное число таких уровней и по разным основаниям, но основные варианты все-таки сопоставимы. Так, американский психолог Э. Шостром считает, что существует два основных уровня - манипуляция и актуализация. Исследователь В.Н. Сагатовский определяет 4 таких уровня: манипулирование, рефлексивная игра, правовое общение, нравственное общение. Американский ученый Э. Берн считает, что таких ос-

новых уровней (способов) общения можно выделить 6: ноль общения (уход в себя), ритуалы, работа, развлечения, игры, близость.

Сопоставляя эти и другие классификации можно свести уровни общения к **трем основным "линиям общения"**:

1. Манипулирование - обращение и отношение с людьми как с вещами. Для манипулятора он сам и его собственные чувства являются вещами, которыми можно пользоваться для разных целей.

2. Конкуренция, соревнование, соперничество. От жесткой формулы "человек человеку волк" до конструктивных форм, когда побеждает действительно дружба.

3. Сотрудничество - от бескорыстного внимания и сердечного участия в беде случайного прохожего до глубоких, на всю жизнь соединяющих, отношений дружбы, любви, сорабничества.

В мире человеческих отношений можно, конечно, отыскать одномерные, идущие почти исключительно по одной из этих линий, но это редкость. Обычно же в постоянной системе общения ткань ее оказывается "трехцветной".

Общение между людьми происходит в различных формах, которые зависят от уровня общения, его характера, цели. **Наиболее типичными формами межличностного общения являются: анонимное, функционально-ролевое, интимно-семейное и т.д.**

Являясь сложным процессом взаимодействия людей, общение далеко не однозначно. Поэтому особенности поведения людей в процессе общения, применение различных методов и приемов во многом определяются видом общения. Общение можно разделить на следующие виды:

1. **Контактно-дистантное.** Контактное общение имеет опору на ситуацию, жестово-мимические и интонационные сигналы. Здесь все на виду, многое понятно с полуслова, а не редко мимика, взгляд, фразовое ударение, интонация говорят порой больше, чем слова. К видам *дистантного*

*общения* относятся те, в которых коммуниканты разделены пространством и временем. Это может быть разговор по телефону, общение в письмах и т.д.

2. ***Непосредственное и опосредованное.*** Понятие "*непосредственное общение*" связано с *контактным* - это разговор, беседа, доклад. *К видам опосредованного общения относятся:* телефонный разговор, передача информации по радио и телевидению, через книгу, письмо.

3. ***Устное и письменное.*** Текст устный и письменный имеет свои особенности. *Устное общение, как правило, связывается с признаками контактности и непосредственности, а письменное - с признаками дистантности и опосредованности.* В письменном тексте находят воплощение наиболее сложные формы мышления, отражаемые в более сложных языковых формах. Письменный текст требует обдумывания, он подчиняется более строгим правилам лексического и грамматического отбора, он оказывается зафиксированным. Устный текст подчиняется иным правилам лексического и грамматического отбора. Устное общение не допускает переработки текста, кроме уточнений, оговорок ("слово не воробей: вылетит - не поймаешь"). Проговаривание же написанного текста в устной форме считается лишь воспроизведением письменного. Когда можно "читать по бумажке", а когда следует говорить самостоятельно, каждый из нас знает. Если мужчина на любовном свидании прочтет своей любимой объяснение по бумажке, она его засмеет. Если учитель читает текст своего урока по книге, авторитета у этого учителя нет. Плохим лектором считается тот, кто читает, уткнувшись носом в рукопись лекции. Но если напечатать текст этой лекции, она может оказаться интересной.

4. ***Диалогическое - монологическое.*** Диалог образуется сменой ролей "я" и "ты", организующей текст как смену реплик. *Диалог характеризуется относительной краткостью и простотой синтаксического строения реплик, большим количеством "пропусков" (эллипса), основанных на общности знаний говорящих, их предварительной осведомленности о предмете речи, друг о друге и о ситуации общения. При монологическом общении "я",*

как говорящий (пишущий), относительно длительное время не оставляет эту свою коммуникативную роль, хотя текст может быть адресованным конкретному лицу (лицам) или речь наедине с самим собой.

5. **Межличностное - массовое.** Количественные отношения "1 - 1" и "1 - несколько" приводят к межличностному общению, отношение "1 - много" - к массовой коммуникации. *Массовое общение - это публичное выступление, лекция, доклад и т.д.*

6. **Частное - официальное.** Частное общение может быть непринужденным, дружеским, интимным, фамильярным. В отличие от частного *официальное общение ограничено взаимными правилами строгого поведения и отношений участников общения*, поэтому текст официального общения содержит немало клишированных, стереотипных компонентов. Таковы, например, тексты деловых переговоров, дипломатических документов, протоколов, официально-деловых бумаг.

Помимо видов общения, описанных выше, можно также отделить бытовое общение от делового общения. Бытовое общение связано с нашей повседневной жизнью, с обиходом. Любое общение партнеров, направленное на решение деловых вопросов, можно назвать деловым общением.

Стержнем делового общения является "дело", по поводу которого возникает и развивается коммуникативный процесс. Но что такое "дело"? В различных словарях дается 16 различных толкований этого понятия: это и работа, и полезное занятие, и прибыльное, выгодное занятие, это и обязанность, и заинтересованное отношение и т.д. Как видно, понятие "дело" - многоплановое, отсюда и понятие "деловое общение" в психологической и социологической литературе не однозначно. Например, в любой организации выделяется две структуры - формальная и неформальная. *Поведение, определяемое формальной структурой организации, можно назвать деловым.* Другое определение предлагает А.Б. Добрич. Он выделяет 7 уровней общения. Деловым считается 5 уровень; для него характерны: а) партнер в деловом общении

всегда личность, значимая для субъекта; б) общающихся людей отличают взаимопонимание в вопросах дела; в) продуктивное сотрудничество.

Югославский исследователь П. Мицич видит особенность делового общения в стремлении одного человека или группы людей вызвать у другого человека или группы желание к действию или установлению новых отношений между участниками общения.

Несмотря на разнообразие толкований делового общения, а в них есть нечто общее, единое, а именно, совместная социально-значимая деятельность.

Деловое общение занимает значительное место в жизни многих людей, оно связано организацией производства, с жизнью трудового коллектива, выполнением должностных и служебных обязанностей, учебным процессом, предпринимательской деятельностью и т.д.

Особую роль для каждого участника общения играет значимость информации при условии, что она не просто принята, но понята и осмыслена. Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно тогда, когда участники общения обладают единой системой кодирования. Но, даже зная значения одних и тех же слов, люди не всегда понимают их одинаково в силу социальных, политических, возрастных особенностей. В результате несоблюдения вышеупомянутых нюансов возникают коммуникативные барьеры (барьеры общения), которые служат причиной непонимания собеседников и, как следствие, могут создавать предпосылки их конфликтного поведения.

**Барьеры общения** — это факторы, служащие причиной неэффективного взаимодействия, конфликтов или способствующие им.

Барьеры общения имеют социальный или психологический характер. Социальные барьеры создаются из-за отсутствия единого понимания ситуации общения, вызванной глубинными различиями, существующими между партнерами (социальными, политическими, религиозными, профессиональными и пр.). Барьеры психологического характера возникают вследствие ин-

дивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними психологических отношений.

**Выделяют три формы барьеров общения:**

**а) барьеры непонимания:**

- *фонетический барьер* (нев्यразительная быстрая или медленная речь, речь-скороговорка, речь с большим количеством звуков-паразитов);
- *стилистический барьер* (несоответствие стиля речи коммутатора и ситуации общения или стиля общения и актуального психологического состояния партнера по общению);
- *семантический барьер* (различие в системах значений слов);
- *логический барьер* (сложная и непонятная или неправильная логика рассуждений, доказательств);

**б) барьеры социально-культурного различия** (социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, приводящие к разной интерпретации понятий, употребляемых в процессе общения);

**в) барьеры отношений** (неприязнь, недоверие к коммуникатору, которое распространяется на передаваемую им информацию).

Любая поступающая к человеку информация несет на себе тот или иной элемент воздействия на его поведение, мнение и желание, с целью их частичного или полного изменения. Не всякий человек хочет этих изменений, так как они могут нарушить его представление о себе, образ мыслей, отношения с другими людьми, душевное спокойствие. Соответственно, человек может противиться получению нежелательной для него информации, защищаясь как от источника коммуникации, так от самого сообщения. Защита от информации может проявляться в виде «избегания» (индивид уклоняется от контактов с определенными людьми, не слушает собеседника в процессе разговора, использует любой предлог для его прекращения) или своеобразного «непонимания» самого сообщения (так реагирует, например, заядлый курильщик на информацию о вреде курения).

### **Контрольные вопросы к теме 5:**

1. Какую роль играет общение в жизни общества и отдельных людей?
2. В чем состоит идея единства общения и деятельности?
3. От каких факторов зависит удовлетворенность общением?
4. Опишите основные способы (основания) классификации видов общения.
5. Какие барьеры общения существуют и чем они обусловлены?

### **Тема 6. Основные формы деловой коммуникации**

План.

1. Понятие деловой коммуникации
2. Характеристика форм деловой коммуникации
3. Эффективность деловой коммуникации

**Коммуникация** (от лат. communicatio, сообщение) – специфический акт обмена информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

**Деловая коммуникация** – это процесс взаимодействия, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности.

Деловые коммуникации происходят между коллегами по работе, руководителями и подчиненными, партнерами, конкурентами. Итогом деловых коммуникаций является взаимное влияние их участников друг на друга. В деловых коммуникациях выделяются: содержание, цели, средства, функции, формы, стороны, виды, барьеры.

**Основными задачами** деловой коммуникации могут быть продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений.

Деловая коммуникация предполагает реализацию *следующих условий*:

- обязательность контактов всех участников общения независимо от их симпатий и антипатий;
- предметно-целевое содержание коммуникации;
- соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия;
- взаимозависимость всех участников деловой коммуникации в достижении конечного результата;
- коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование, камуфляж).

Деловая коммуникация реализуется в трех основных **коммуникативных формах**: монологической, диалогической и полилогической.

Деловая коммуникация отличается от простого общения тем, что в процессах ее осуществления ставится *цель и конкретные задачи*, которые должны быть решены. В деловом общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером без потерь с обеих сторон. В этом смысле этика служит своеобразным посредником, позволяющим быстрее найти оптимальное решение, сгладить острые углы, с достоинством выходить из затруднительных ситуаций.

Характерной особенностью процесса коммуникативного взаимодействия является его регламентированность, что означает подчиненность установленным рамкам, определяющимися национальными традициями и культурными обычаями, профессиональными этическими нормами.

Этикет деловых коммуникаций содержит в себе две группы правил – это нормы и наставления. Нормы – это горизонтально направленные правила, которые работают в ходе общения между членами одной группы, равных по статусу. Наставления – это вертикальной направленности правила, определяющие характер взаимодействия начальника и подчиненного.

В целом, деловые коммуникации могут быть *прямые* (предполагающие непосредственный контакт) и *косвенные* (возникающие в случаях, когда между партнерами существует какая-либо пространственно-временная дистанция).

Деловая коммуникация может осуществляться *в следующих формах*:

1. **Деловая беседа** – это форма деловой коммуникации, предполагающая обсуждение, дискуссию в целях достижения единого консенсуса между сторонами диалога.

Деловая беседа выполняет ряд функций: взаимное общение работников из одной деловой сферы; совместный поиск, выдвижение или разработка рабочих идей и замыслов; контроль и координирование деловых мероприятий. Она может быть непосредственной или опосредованной, чаще всего, *по телефону*.

Деловая беседа состоит из пяти фаз:

- начало беседы;
- передача информации;
- аргументирование;
- опровержение доводов собеседника;
- принятие решений.

Данная форма деловых коммуникаций может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

*Деловые переговоры* – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда целенаправленны и предполагают заключение сделок, подписание соглашений и контрактов.

2. **Публичная речь**. Публичная речь как компонент делового общения должна обладать качествами хорошего собеседования и при этом быть не только убедительной, но и красноречивой, доказательной, логичной, продуманной, красивой.

*Требования к публичной речи*: речь должна быть с начала и до конца захватывающе интересной и полезной. Она должна быть составлена правильно в композиционном отношении и содержать вступление, основную часть и заключение.

*Задачи публичной речи*:

- добиться интереса и внимания;
- завоевать доверие;
- изложить факты;
- привести мотивы, побуждающие людей действовать.

3. **Деловое совещание** – это общепринятая форма делового общения группы по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения. Коммуникантами в этой ситуации становятся: коммуникативный лидер (чаще всего руководитель отдела или один из ведущих сотрудников) и участники совещания, как правило компетентные специалисты, в чьих силах решить проблему, ставшую причиной совещания.

*Типы совещаний:*

1. Совещания по планированию деятельности фирмы;
2. Совещания по мотивации труда;
3. Совещания по внутрифирменной организации;
4. Совещания по контролю за деятельностью работников;
5. Специфические совещания (о внедрении инноваций, конкурентоспособности и др.)

*Цель совещания* – это описание ожидаемого результата, нужного типа решения, желательного итога работы.

*Тема совещания* – непосредственно сам предмет обсуждения. Тема должна быть конкретно сформулированной и представлять интерес для всех участников совещания.

4. **Деловой разговор** – самый распространенный ситуативный контактный метод. Цель такой коммуникации – обмен информацией по конкретному вопросу. В деловом разговоре варьируются ясно осмысленные цели, интуитивные резоны и бессознательные мотивы. Участников, как минимум, двое, регламент зависит от степени важности предмета и от возможности участников разговора.

Специфическими жанрами деловой коммуникации можно считать спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения, которые зачастую являются составляющими таких форм делового общения, как совещания, собрания и конференции, а могут иметь и самостоятельное значение.

*Спор* – столкновение мнений, разногласие по какому-либо вопросу, борьба за отстаивание собственных позиций. Спор может быть реализован через полемику, дебаты, дискуссии и т.д.

**5. Деловая переписка** – обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи информационного сообщения. Деловая переписка – важный элемент ведения бизнеса. От ее особенностей зависит то, в каком свете предстанет компания перед своими клиентами или деловыми партнерами. Для создания положительного образа надежной компании, которой можно доверять и с которой можно вести дела, необходимо иметь представление о нормах, правилах этикета деловой переписки. Соблюдение таких норм, правил обязательно будет способствовать успешности бизнеса в целом.

*По цели и форме деловые письма* можно подразделить следующим образом:

- выполняющие коммуникационную роль (отказ, претензия, оправдание, признание);
- являющиеся формой договоренности (по итогам деловых встреч, со сроками исполнения задач, выполнения различных обязательств);
- выполненные в виде запроса – для получения необходимой информации;
- являющиеся предложением (нередко это ответ на ранее полученное письмо-запрос).

**6. Презентация** – первое официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной продукции, фирмы и ее создателей. С помощью презентации информируют и убеждают

потенциальных клиентов и партнеров в необходимости приобретения конкретной продукции или услуги.

6. **Торги** – это способ продажи и закупки товаров, размещения заказов на подрядные работы путем привлечения предложений от нескольких поставщиков и подрядчиков и выбора наилучшего из них. В результате торгов заключается юридическая сделка с тем деловым партнером, который предложил наиболее выгодные условия.

7. **Пресс-конференция** — мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.

Особенности каждой формы деловой коммуникации включают следующие критерии:

- цель проведения (зачем?);
- контингент участников (кто, с кем, для кого?);
- регламент (как долго?);
- коммуникативные средства реализации намерений (как?);
- организация пространственной среды (где?);
- ожидаемый результат (какой, что "на выходе"?).

Любая форма деловой коммуникации носит уникальный, своеобразный характер, предполагая каждый раз разных участников, условий, предмета обсуждения. Но, тем не менее, все формы должны строиться в соответствии с определенными, универсальными принципами деловой этики.

**Эффективное деловое общение** возможно при наличии у человека следующих навыков и умений:

- основные коммуникативные навыки: активное слушание, ораторские умения, умение задавать вопросы, умение четко и логично изложить мысль;

- стрессоустойчивость, необходимая для управления своими эмоциями; правильное использование невербальных средств общения: мимики, жестов, позы;
- развитие вербальных средств общения: правильная дикция, техника речи, интонация; навыки самопрезентации (умение «продать» себя, свою фирму или услуги);
- управление поведением: выбор правильных стратегий в определенных ситуациях, умение убеждать, приводить аргументы, парировать;
- умение разрешать конфликтные ситуации.

Также эффективность делового общения зависит от способности человека понять собеседника, его позицию, его приоритеты. Для этого необходимо осознавать уникальность каждой личности, понимать мотивы и уметь устанавливать контакт с людьми абсолютно разного типа.

Стоит отметить, что эффективное деловое общение невозможно, если в нем не заинтересованы обе взаимодействующие стороны. Не стоит воспринимать ситуацию общения как поле брани, ведь в конечном положительном результате часто заинтересованы все участники взаимодействия.

Существует *два вида слушания* – нерефлексивное и рефлексивное.

*Нерефлексивное слушание* представляет собой внимательное молчание без вмешательства в речь собеседника или с минимальным вмешательством. (При нерефлексивном слушании контакт с собеседником поддерживается невербально и простейшими фразами, например: «Да», «понимаю», «угу»). Слушание ориентировано на чувства, душевное понимание.

*Рефлексивное слушание* – это активное слушание по мужскому типу, ориентированное преимущественно на разум и логику. Вдумчивость – внутренняя основа рефлексивного слушания. Рефлексивное слушание используется с целью осуществления точного контроля правильности восприятия полученной информации.

Развитие рыночных отношений в нашей стране, интенсификация, наблюдающаяся на всех уровнях предпринимательской коммуникации вследствие эволюции в сфере информатики, порождают необходимость быстрого и беспрепятственного распространения деловой информации, а значит организации и проведения инновационных форм делового общения, таких, как презентации, "круглые столы", пресс-конференции, собрания акционеров, брифинги, выставки и ярмарки новых товаров.

### Контрольные вопросы к теме 6:

1. Каковы основные задачи деловой коммуникации (делового общения)?
2. Какие условия необходимо соблюдать в деловой коммуникации?
3. Назовите характерные особенности коммуникативного взаимодействия и сформулируйте свое представление о каждой из них.
4. Какие навыки и умения нужны человеку для того, чтобы деловое общение было эффективным?
5. Оцените нижеперечисленные ситуации деловой и обыденной коммуникации и заполните следующую таблицу:

Деловая коммуникация	нерефлексивное слушание	рефлексивное слушание	оба типа слушания
Учитель слушает ученика			
Ученик слушает учителя			
Посетитель больницы слушает заболевшего родственника			
Начальник слушает подчиненного			
Подчиненный слушает начальника			
Мать слушает сына			
Врач слушает пациента			
Пациент слушает врача			
Следователь слушает потерпевшего			
Следователь слушает об-			

виняемого			
Чиновник слушает посетителя			
Психолог слушает пациента			
Продавец слушает покупателя.			

Какие выводы можно сделать из факта распределения типов слушания в деловой и обыденной коммуникации?

### Тема 7. Деловой этикет: сущность, требования, принципы

План.

1. Понятие этикета, его функции и виды.
2. Законы и принципы этичности в деловом общении.
3. Основные ситуации применения делового этикета.
4. Визитная карточка в деловой коммуникации

Слово «этикет» (от фр. *etiquette*) произошло от названия карточек – «этикеток», которые во Франции при Людовике XIV раздавали на светских приемах. На них были изложены правила поведения, за соблюдением которых следили церемониймейстеры.

**Этикет** – система правил поведения в общественных местах при контактах с другими людьми. На этикет огромное влияние оказывают идеологические и социально-экономические факторы.

**Основная функция** или смысл этикета состоит в формировании таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. *Второй* по значению *функцией этикета* является функция удобства, то есть целесообразность и практичность.

Современный этикет определяет нормы поведения в различных обстоятельствах: на улице, на работе, в гостях, на официальных приемах. Проявляя уважение к другому человеку, мы тем самым не умаляем свое собственное

достоинство и не начинаем прислуживать. Соблюдение правил этикета позволяет нам избежать неловких ситуаций, не поставить другого в неудобное положение, а иногда - и тактично помочь ему выйти из него.

В этикет входят *универсальные общечеловеческие морально-этические нормы*: почтительное уважение к старшим; помощь женщине; честь и достоинство; скромность; толерантность; благожелательность и другие.

Существует несколько *разновидностей этикета*:

- дипломатический,
- придворный,
- общегражданский,
- служебный,
- деловой,
- профессиональный.

Наиболее официальными являются дипломатический и придворный этикеты.

*Деловой этикет* представляет собой свод правил и норм целесообразного поведения партнеров по совместному делу, обеспечивающий уважение человеческой личности и неукоснительное соблюдение правовых, финансовых и этических обязательств.

*Профессиональный этикет* – регулирует исполнение обязанностей представителей какой-либо профессии (в медицине, в педагогике, в военизированной структуре).

Без знания правил делового этикета невозможно добиться успеха в выбранной сфере деятельности. Соблюдение всех правил и норм общения в профессиональной среде гарантирует уважение и авторитет среди коллег. Правильный выбор, уместность и своевременность слова, жеста, позы, другого этического знака раскрывает деловые и личные качества человека с лучшей стороны.

Правила делового этикета необходимо соблюдать, так как они:

- способствуют формированию положительного *имиджа*;

- благоприятствуют успешному ведению переговоров, деловых встреч;
- служат подстраховкой в случае форс-мажора, неловких моментов;
- дают возможность более успешного и быстрого достижения целей.

Нарушение общепринятых правил предпринимательства и ведения бизнеса делает его неуспешным. Неэтичным предпринимателям не удастся утвердиться на рынке.

### **Особенности делового этикета.**

В деловом общении недостаточно быть просто воспитанным, культурным, вежливым человеком. Деловой этикет имеет ряд особенностей и отличий. Правила делового этикета требуют строгости и точности в исполнении.

Особенности этики общения в организации определены спецификой экономической сферы жизни людей и традициями, сложившимися в культурной среде.

Основы делового этикета – общие принципы культуры поведения в корпоративной среде:

#### ***Вежливость***

Тон общения с коллегами, партнерами, клиентами всегда доброжелательный, приветливый. Безупречная улыбка – визитная карточка успешного в бизнесе человека. Вежливость помогает повысить прибыльность предприятия, сохранить хорошие отношения с партнерами и клиентами. Нервозность, раздражительность и панику правила делового этикета исключают.

#### ***Корректность***

В корпоративной среде не принято быть грубым и невнимательным даже по отношению к нечестному партнеру. Необходимо уметь держать себя в руках, сдерживать эмоции и регулировать поведение усилием воли.

#### ***Тактичность***

Деловые люди не забывают про чувство меры и такта во взаимоотношениях с людьми. Предусмотрительно избегают неловких, негативных, неприемлемых тем в разговоре.

#### ***Деликатность***

Деликатность предполагает мягкость, плавность, гибкость, витиеватость речи. Принято говорить комплименты, не переходящие в лесть и лицемерие.

### ***Скромность***

Способность вести себя скромно характеризует человека как воспитанного, выгодно подчеркивает его деловые и личные качества. Скромный специалист и профессионал своего дела воспринимается как уравновешенная, гармоничная, целостная, зрелая личность.

### ***Обязательность***

Если работник или руководитель взял на себя обязанность, дал обещание, он должен его сдерживать. То, насколько руководитель или сотрудник организации обязательны, может рассказать об его умении анализировать, прогнозировать, оценивать обстановку, силы, возможности.

### ***Пунктуальность***

В среде бизнеса считается неприличным быть неточным во времени, не уметь им правильно распоряжаться, ведь это признак того, что человек не ценит ни свое, ни чужое время. Например, ожидание важной встречи дольше пяти минут правила делового этикета определяют как грубое нарушение. Время особенно ценно в бизнесе.

### **Законы и принципы этичности в деловом общении.**

Правила делового этикета нужно соблюдать, так как их нарушение может привести к разрыву партнерских отношений, потере репутации, рыночного сбыта и другим негативным последствиям.

Все деловые люди соблюдают должностные инструкции, действуют по уставу организации и соблюдают устные и письменные правила корпоративного этикета. Грубое несоблюдение любого из требований делового этикета обязательно приводит к серьезным проблемам в деловых отношениях.

Выделяют ***пять основных принципов делового этикета:***

1. *Принцип разумного эгоизма* – выполняя свои рабочие функции, не мешай другим выполнять свои.

2. *Принцип позитивности* – если нечего сказать приятного или положительного, лучше молчать. А вот другие проявления этого принципа:

- не сплетничайте и не передавайте слухи. Вы думаете, что Вы запускаете копьё, на самом же деле Вы запускаете бумеранг;

- не допускайте обсуждения физических достоинств или недостатков кого бы то ни было, а также дискриминации по полу или расовой принадлежности. Помните: то, что Петр говорит о Павле, больше говорит о Петре, чем о Павле;

- если Ваше остроумие унижает других – воздержитесь от такого остроумия.

3. *Принцип предсказуемости поведения* в различных бизнес-ситуациях.

4. *Приоритет статусных различий* по сравнению с приоритетом старшего по возрасту и женщины.

5. *Принцип уместности*: определенные правила в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми. Время особенно ценно в бизнесе.

Существует ряд *стандартных ситуаций*, в которых восприятие происходящего и оценка участников, опирается на требования делового этикета:

– *отношение к труду*

Добросовестное, ответственное, порядочное отношение к труду, пожалуй, главный признак профессионализма. На работе не принято решать личные дела, посещать социальные сети, много разговаривать с коллегами не по делу, часто делать перерывы на чай.

– *использование времени*

Непунктуальных людей не любит никто. А в бизнесе дорога и распланирована каждая минута, оттого ценность времени нельзя преувеличить. Правила гласят: время – деньги; каждый профессионал и специалист должен владеть основами тайм-менеджмента; нужно планировать рабочий день. *Если человек опаздывает постоянно, - это либо неспособность организовать своё время, либо намеренная манипуляция.*

– ***письменная речь***

Образованный и культурный человек всегда пишет грамотно. Существуют правила и каноны оформления деловых писем и другой документации.

– ***устная речь***

Деловое общение должно быть структурировано, без лирических отступлений, вводных слов, слов-паразитов, нецензурных слов. Деловой этикет не допускает искажение голоса, кривляния, пародию на кого-либо, пустой болтовни.

– ***разговор по телефону***

Деловой этикет предполагает правила переговоров и беседы по телефону. К разговору по телефону готовятся заранее: определяют время, когда собеседнику удобнее разговаривать, подготавливают вопросы, которые нужно задать, отмечают основные пункты, которые нужно обговорить.

– ***общение в интернете***

Для этикета общения в интернете придумано новое слово – нетикет. Без интернета уже невозможно представить цивилизованную жизнь. Современный работник пользуется электронной почтой, сайтом компании, внутренним чатом и так далее.

Правила оформления деловых электронных писем частично совпадают с правилами написания бумажных писем. Электронное письмо принято подписывать не только именем автора, но и оставлять контактные данные (наименование организации, индекс, телефоны, ник в Skype, адрес сайта компании, график работы).

– ***рабочий стол***

На рабочем столе по правилам этикета должен быть порядок. Ровные стопки бумаг, книг, папок – все на своих местах. Рабочий стол работодателя и работника расскажет о том, как он работает. Негласное правило гласит: чем больше порядка на рабочем столе, тем больше его в голове.

– ***деловые переговоры, совещания, мероприятия***

Умение грамотно вести переговоры и результативно их завершать – особое искусство. Деловой этикет гласит: у переговоров и совещаний должна быть цель, план, определенные временные рамки и место проведения, удобные для обеих сторон.

Деловые мероприятия, такие как встреча деловых партнеров на вокзале или в аэропорту, представление членов делегации, вручение цветов и другие действия, осуществляются по протоколу. К примеру, существуют определенные правила рассадки за столом переговоров.

### **Визитная карточка в деловой коммуникации**

*Визитная карточка* — небольшой лист тонкого картона (или плотной бумаги высокого качества), на котором напечатаны основные сведения о ее владельце.

Употребление визитных карточек имеет свою историю. Впервые они появились во Франции в XVII веке, хотя нечто похожее существовало в древнем Китае. В дореволюционной России визитные карточки были весьма распространены. Прежде всего, они были своеобразным свидетельством визита. Так, например, извещая о своем возвращении, принося благодарность и т.д., необходимо было являться с визитом лично, а в случае отсутствия хозяев оставлялась визитная карточка. Практичны и удобны были визитные карточки, имеющие на 4-х углах начальные буквы обозначений различных случаев, которые могли быть причиной посещения. Например, «п» — означало поздравление, «о» — отъезд, и, следовательно, прощальный визит, «ж» — желание осведомиться о состоянии здоровья, «в» — возвращение из длительной поездки. Загибался угол, где находилась буква, означающая цель визита.

В странах с развитой рыночной экономикой (как Запада, так и Востока) визитные карточки играют важную роль в современном деловом этикете и в большинстве случаев заменяют любой документ, в т.ч. удостоверение личности. Визитные карточки уже прочно входят в повседневную деловую практику и в нашей стране.

В процессе развития визитных карточек как элементов делового общения определились две важнейшие их *функции*: *представительская и коммуникационная* (использование в качестве письменного послания).

При выполнении представительской функции наиболее известны следующие виды визитных карточек:

1. Карточка для специальных и представительских целей, на которой указывают фамилию, имя, отчество, полное название фирмы, должность, но не проставляют координаты — адрес и телефон. Такую визитную карточку вручают при знакомстве. Отсутствие адреса и телефона указывает на то, что владелец карточки не намерен продолжать контакт с собеседником.

2. Стандартная деловая карточка, на которой указывают фамилию, имя, отчество, место работы, должность, служебный телефон, телефакс (телекс). Вручение такой карточки свидетельствует о намерении ее владельца установить тесные взаимосвязи с представленным ему лицом. Номер домашнего телефона на стандартной деловой карточке обычно указывают лишь представители творческих профессий, работающие большую часть времени в домашнем кабинете. Данный вид визитных карточек используется исключительно в служебной сфере.

3. Карточка организации (фирмы), на которой указывают адрес, телефон, телефакс (телекс). С такой карточкой отправляют поздравления, подарки, цветы, сувениры по случаю знаменательных дат. Наличие на карточке нескольких телефонов, номеров внутренней связи указывает на многочисленность ее персонала, а, следовательно, свидетельствует о ее солидности.

4. Визитные карточки для неофициального общения, на которых указывают фамилию, имя, отчество, иногда — профессию, почетные и ученые звания, но не проставляют реквизиты, подчеркивающие официальный статус. Разновидностью визитных карточек для неофициального общения являются совместные карточки супругов или «семейные» карточки, на которых указывают фамилию, имена и отчества супругов (первым обычно пишется имя жены), а также домашний адрес и телефон. Такие карточки прикладывают к по-

даркам, которые преподносят от имени мужа и жены, оставляют при совместных неофициальных визитах.

При выполнении функции письменного послания в настоящее время в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки проставляются установленные в международном протоколе обозначения (начальные буквы соответствующих французских слов), указывающие на повод, по которому посылается карточка, а именно:

P.f. — поздравление с праздником (p.f.N.A. — поздравление по случаю Нового года);

P.r. — выражение благодарности;

p.f.c. — выражение удовлетворения знакомством;

p.c. — выражение соболезнования;

p.p.p. — выражение соболезнования с готовностью помочь;

p.p. — для заочного представления;

p.p.c. — при прощании вместо личного визита (например, в случае длительного отпуска или окончательного отъезда из страны пребывания).

На визитные карточки с буквами p.r., p.p.c. принято не отвечать. В ответ на визитные карточки с буквами p.c., p.f., p.p.p. посылают свою визитку с буквами p. r., т. е. благодарят. На визитку с сокращениями p.p. ответ дается в адрес представляемого лица визитной карточкой без подписи. Это означает, что представление принято и можно налаживать личные контакты.

На визитных карточках могут быть и другие надписи, краткие сообщения на родном или иностранном языке. В таких случаях текст пишется в третьем лице, подпись не ставится.

При знакомстве первым вручает свою визитную карточку тот, чье должностное положение или ранг ниже. Если партнеры находятся на одном должностном уровне, первым вручает свою визитную карточку тот, кто младше по возрасту. Если же должностное положение и возраст партнеров одинаковы, первым вручает свою визитку тот, кто вежливее. При поездке за

рубеж процедура немного упрощается, поскольку в этом случае первыми визитную карточку вручают хозяева.

Визитную карточку принято подавать партнеру так, чтобы он мог сразу прочитать текст. Нужно также отчетливо произнести имя и фамилию, чтобы партнер мог более или менее запомнить их произношение. Во время переговоров визитные карточки лучше положить перед собой, чтобы не ошибаться в именах. Однако заглядывать в них нужно незаметно, открыто считывать имя собеседника считается дурным тоном. Нельзя на глазах у хозяина визитки вертеть ее в руках, мять, делать пометки. Это может быть воспринято им как неуважение, а вы прославитесь плохими манерами.

В разных странах существуют свои правила по протягиванию визитной карточки. Согласно традициям Юго-Восточной Азии это, как правило, делается двумя руками, а текст визитки должен быть обращен к тому, кому она передается. Брать визитку также желательно двумя руками. В арабских странах ни в коем случае нельзя давать визитку левой рукой, т.к. левая рука у мусульман считается нечистой. Визитную карточку принято вручать лично, но она может быть послана курьером или шофером. Не рекомендуется, но допускается отправка визитных карточек по почте. Если визитные карточки, адресованные нескольким людям, отправляются в фирму по почте, то в верхнем левом углу визитки пишется фамилия того, кому предназначена.

Визитные карточки, привозимые адресату лично владельцем, загибаются в соответствии с местной традицией. В нашей стране принято загнуть, а затем распрямить правый верхний угол визитки или правую сторону по всей ширине. Фамилия того, кому оставляется визитная карточка, не пишется. Вручать ее с чувством благодарности лично адресату не принято. Серьезным нарушением правил этикета считается ситуация, когда, когда человек не узнает делового партнера, с которым когда-то обменялся визитными карточками.

Исправлять на визитках можно изменившиеся телефоны, просто зачеркнув старые и написав сверху новые. Но ни в коем случае нельзя исправлять должность, в этом случае нужно заказать новые визитки.

Визитки никогда не должны "вдруг" закончиться! В России или во Франции к отсутствию визитки при ведении переговоров партнер отнесется снисходительно и просто запишет информацию на листе бумаги, то в Японии бизнесмен, извиняющийся, что у него кончились визитки, полностью себя компрометирует. Собеседник воспримет это либо как несерьезность человека, либо, что еще хуже, как неуважение к себе.

*Чтобы быть этичным в профессиональной среде необходимо соблюдать все законы и придерживаться правил этикета.*

#### **Контрольные вопросы к теме 7:**

1. Каковы функции этикета?
2. Почему нужно соблюдать правила делового этикета?
3. Какие требования к поведению в деловой среде необходимо соблюдать студенту в его учебной деятельности?
4. Как вы понимаете «принцип разумного эгоизма»? Приведите примеры его применения.
5. Опишите содержание представительской и коммуникационной функций визитных карточек.

#### **Тема 8. Этичность как качество делового человека.**

План.

1. Нравственные качества делового человека.
2. Внешний вид и имидж делового человека.
3. Дресс-код.

Деловые качества человека – это способности к выполнению задач и достижению целей, определяемых спецификой работы, специальности, квалификации.

Выделяют два типа деловых качеств:

1. личные, врожденные;
2. профессиональные, приобретенные.

При приеме на работу новых сотрудников уважающие себя компании проводят психологическое тестирование, позволяющее диагностировать врожденные и приобретенные деловые качества.

*Общая и деловая культура сотрудника не менее важны, чем квалификация, трудоспособность и опыт работы.*

Несомненно, при приеме на работу учитываются нравственные качества человека. Но эти качества также могут быть приобретены, воспитаны, привиты в процессе профессиональной деятельности.

**Этичность человека** выражается в таких проявлениях его нравственности:

- совесть, чувство личной ответственности за все происходящее в жизни;
- воля, развитый самоконтроль, четкая регуляция поведения;
- честность, умение говорить правду и действовать соответственно;
- коллективизм, социальная направленность деятельности, дружелюбие, желание стремиться к общей цели;
- самообладание, стрессоустойчивость, контроль над чувствами и эмоциями;
- принципиальность, последовательность, отстаивание этических позиций, соответствие слов действиям;
- трудолюбие, желание работать, интерес к труду;
- ответственность, серьезность, стабильность;
- великодушие, терпимость, человечность, толерантность;
- оптимизм, позитивное мышление, вера в лучшее, уверенность в себе.

Нравственность и этичность – базовые характеристики личности культурного руководителя и работника. У успешного в бизнесе человека развита потребность поступать в соответствии с требованиями этики и морали, быть добрым и честным.

***Внешний вид и имидж делового человека.***

Все мы знаем, что встречают по одежке, а уж только потом рассматривают деловые качества собеседника. Поэтому важно создать имидж делового человека, иначе позитивное первое впечатление произвести не удастся.

Именно внешний вид человека задает темп проведения переговоров, бесед и иных встреч.

В обществе деловых людей есть одно главное правило: выступающий должен выглядеть чуть лучше, нежели его слушатели. Но здесь главное не переборщить. Например, вряд ли кому из обычных рабочих понравится, если на встречу с ними крупный руководитель или высокий гость придут в дорогом брендовом костюме, с золотыми швейцарскими часами на руке, в обуви индивидуального пошива и т.п., цена которых порядочно превышает их не только месячную, но и годовую заработную плату.

**Имидж** – это сформировавшийся образ делового человека или целой организации, в котором выделены характеристики, оказывающие влияние на окружение. Этот образ обязательно включает определенную эмоциональную окраску.

**Элементы делового имиджа:**

#### ***Чистоплотность и ухоженность***

Следует учитывать, что Ваши руки, лицо и волосы всегда в центре внимания, поэтому необходимо тщательнее ухаживать за ними и всегда приводить в порядок.

#### ***Физическая форма***

Успешный человек всегда должен быть в хорошей, если не сказать идеальной физической форме. На сегодняшний момент это престижно, модно и актуально. Жесты должны быть энергичными, но не чрезмерными или размашистыми. Единственное прикосновение, допустимое в бизнес-среде – рукопожатие. При этом здесь тоже есть свои правила. При рукопожатии не принято, чтобы рука была вялой, влажной, холодной. Руку собеседника нельзя долго и сильно сжимать и трясти. Существует немало психологической

литературы, посвященной языку тела, в которой рассматриваются деловые жесты и то, как их можно интерпретировать.

### ***Гардероб***

Как правило, деловые люди преимущественно используют строгие классические костюмы. Женщины могут носить как брючные, так и юбочные варианты. Второе сочетание более предпочтительно. Следует четко понимать, что при невысоком росте костюм должен иметь однотонный низ и верх, невысокие или полные мужчины не должны использовать в своем гардеробе двубортные пиджаки. Ни в коем случае нельзя выбирать одежду, не подходящую Вам по размеру. Костюм должен сидеть идеально, не указывая при этом на Ваши недостатки.

Длина брюк ни в коем случае не должна заканчиваться в районе щиколотки или слишком сильно собираться в гармошку. Идеальное соотношение – запуск на половину каблука ботинка. По костюму человека оценивают степень его надежности и стабильности, что следует учесть.

Дорогая, но немного консервативная одежда прекрасно подойдет грамотному человеку, прекрасно владеющему своей речью и умеющему вести себя в обществе. В каждом элементе одежды должен прослеживаться единый стиль, создающий впечатление уверенного в себе человека. Цветовая гамма одежды должна быть выдержанной, без крикливых тонов и деталей.

### ***Косметика***

Особое внимание следует уделить аромату, исходящему от Вас. Он должен быть приятным, свежим и не очень резким.

Безупречный внешний вид делового человека невозможен без использования косметических средств. Мужчине считается недопустимым идти на деловую встречу плохо выбритым или с неухоженным лицом. Женщина должна придерживаться нейтральных, не вызывающих оттенков теней и помады. Румянами пользоваться не рекомендуется.

Любое средство должно иметь одинаковое стилистическое направление, гармонировать друг с другом и быть наиболее предпочтительным для Вашего типа кожи.

### ***Прическа***

Деловой человек не может иметь растрепанные, нестриженные или невымытые волосы. Прическа в его образе занимает не последнее место.

В настоящий момент количество мужских стрижек и укладок поражает воображение. Они способны придать образу элегантность, шарм и респектабельность.

Женщина, обладающая длинными волосами, должна убрать их в хвост или пучок на затылке. Громоздкие вызывающие укладки делать не рекомендуется.

Короткие стрижки без челки способны открыть и омолодить лицо, к тому же, они достаточно практичны и удобны.

### ***Аксессуары***

Уделите особое внимание галстуку, туфлям и другим имеющимся аксессуарам. Они должны не только быть хорошо подобраны под весь Ваш гардероб, но и быть строгими и современными. Цвет и текстура каждого элемента должны быть выполнены в одном стиле.

Есть смысл приобрести обувь дорогой торговой марки, она должна быть на невысоком каблуке и иметь классическую форму.

Носки следует подбирать таким образом, чтобы они были в тон или чуть светлее обуви и имели достаточную длину, дабы Ваши ноги не оголились в момент принятия сидячего положения.

Сумки-визитки, чересчур дорогие часы, огромные перстни или печатки из благородных металлов, старомодные галстуки, громоздкие пряжки кожаных ремней с камнями – считаются проявлениями плохого вкуса.

В последние годы многие российские компании стали вводить для своих сотрудников DRESS-CODE.

**Дресс-код** – это набор требований к одежде и одно из внешних проявлений корпоративной культуры организации. Применительно к деловой среде *дресс-код* понимается как стиль одежды, рекомендованный и обязательный не только для ношения в офисе и во время проведения деловых переговоров, но для неформального общения с коллегами.

Это понятие еще недавно имело отношение лишь к западному образу жизни. Теперь оно стало актуально и для российской действительности. Во многих крупных компаниях дресс-код регламентирован до мелочей – от цвета сорочки и костюма до высоты каблуков и качества аксессуаров. На небольших же предприятиях речь идет о деловом стиле в общих чертах, определяющих скорее запрещенные предметы гардероба. Офисный стиль одежды следует выбирать исходя не из общепринятых норм и правил, а из нравов, царящих в офисе.

В общем виде принято различать следующие коды:

- *Court dress* (придворное платье, диктуется соответствующим двором);

- *Formal (Full formal, Full dress, Formal attire)* — женщинам бальные платья, мужчинам днём *Morning dress* — светлый (за исключением похорон) фрак или костюм со светлыми жилетом и галстуком, вечером *White tie* — чёрный фрак с белой бабочкой;

- *Semi-formal (Smoking, Le Smoking)* — женщинам коктейльные или вечерние платья, мужчинам смокинг с тёмной бабочкой (днём может потребоваться *Stroller* — чуть менее формальная разновидность *Morning dress*);

- *Informal (Cocktail (old-style) or Business attire)* — деловые костюмы.

- *Smart casual (Business casual (old-style), Cocktail (new style), Executive Casual, Corporate Casual)* — женщинам слаксы, джинсы или юбка с блузой или водолазкой, допустимы модный ремень, пиджак, куртка или свитер в зависимости от общего стиля, ботинки или туфли на среднем каблуке обустраиваются на колготки, чулки или носки. Допустимы украшения, такие, как серьги, но они, как и всё остальное, должны гармонировать со всем остальным ко-

стюмом. Мужчинам брюки (иногда джинсы) и рубашка с длинным рукавом (можно без галстука), свободные туфли типа мокасин, обутое на носки для ношения с костюмом, ремень обязателен. Возможна спортивная куртка (не ветровка).

- *Business casual (Dressy, Resort Casual, Country Club, Casual chic, Semi-casual, Neat casual)* —женщинам капри, длинные шорты или тканевые брюки (обычно не джинсы или брюки из тяжелой хлопчатобумажной ткани) с поло; мужчинам рубашка или поло и хлопчатобумажные брюки с ремнём и свободными туфлями, обутыми на носки.

Каждая организация может прописывать свои правила дресс-кода, но они всегда в рамках общепризнанных в бизнесе особенностей внешнего вида.



Приведем пример наиболее распространенных офисных стилей одежды

**Три альтернативных стиля одежды**

<i>Консервативный стиль (классический)</i>	<i>Стиль взаимодействия (неформальный)</i>	<i>Творческий стиль (свободный)</i>
Подходит юристам,	Подходит со-	Подходит к таким сфе-

<p>банкирам, государственным служащим. Основная функция – придать авторитет и подчеркнуть компетентность. Стиль, основательно проверенный временем.</p>	<p>трудникам фирм, которые заняты коммуникацией, установлением отношений и торговлей.</p> <p>Основная функция – быстро вызвать расположение. Одежда этого стиля не должна радикально отличаться от классического костюма.</p>	<p>рам деятельности, как мода, дизайн, реклама, косметика, шоу-бизнес. Основная функция – показать наличие творческого потенциала. Вы должны стараться выглядеть лучше и постоянно быть в ногу с модой.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Классический костюм.</li> <li>– Максимальный контраст между сорочкой и костюмом.</li> <li>–Комплектные аксессуары, находящиеся в согласии с костюмом.</li> <li>– Хорошие часы, серьги классической формы.</li> <li>– Макияж для женщин легкий.</li> <li>– Обувь на среднем каблуке.</li> <li>– Юбка длиной до уровня колена.</li> <li>– Мужчинам – никаких аксессуаров, кроме хороших часов, обручального кольца.</li> <li>– Одеколон, духи – нейтральных ароматов.</li> <li>– Мужчина должен быть хорошо выбрит.</li> <li>– У женщины – строгая прическа, волосы подбраны.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ничего яркого.</li> <li>– Стиль базируется на уменьшении контраста между сорочкой и костюмом.</li> <li>– Мужчинам полный костюм можно не надевать.</li> <li>– Легкий макияж для женщин обязателен.</li> <li>–Допускается легкая бородка у мужчин.</li> <li>– Допускается сочетание классической сорочки с джинсами темных тонов у мужчин.</li> <li>– Возможно ношение часов на металлическом ремешке.</li> <li>– Стиль прически – более свободный, но не распущенные волосы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Новики моды, авангард.</li> <li>– Свитера с необычной горловиной или жакеты с неправильными линиями.</li> <li>– Приближенные к классическим формы брюк для женщин.</li> <li>– Мужчинам можно галстук не надевать.</li> <li>– Цвет – хороший способ показать себя.</li> </ul> <p>Помните, то порой маленькое яркое пятно в ансамбле лучше, чем ярко-красный переливающийся костюм.</p>

## **Информация к размышлению – трактовка предпочтений в одежде с точки зрения психологии**

Если человек гармоничен, его одежда не режет глаз окружающим. Значит, с ним все в порядке, он в ладу со своим внутренним я", уважает прежде всего самого себя и с таким же уважением будет относиться к окружающим. Любая дисгармония в облике - признак изъянов, затаившихся комплексов, о которых человек не догадывается или не хочет признаться даже самому себе.

Тем не менее, будет интересно отметить, что стремление деловых дам к таким элементам и аксессуарам, как подкладные плечи, зонт-трость и шейный платок, завязанный узлом под мужской галстук, может свидетельствовать, что "Эдиповый" период формирования личности прошел в пользу идентификации с отцом. Итоговое послание окружающим – "Дело и интеллект – главное в жизни".

С другой стороны, повышенная приверженность к разнообразной бижутерии, оборкам на юбках, рюшкам на блузках и "завитушкам" на голове может свидетельствовать о проблемах становления личности – неуверенности, нестабильности, нереализованности женщины именно как женщины (борьба в "Эдиповом" треугольнике завершилась полной победой матери, но дочка так и осталась девочкой на всю жизнь). "Я еще молода и жду любви," – вот итоговое послание окружающим.

Что касается мужского пола, то самое основное – наличие или отсутствие галстука. Это не больше и не меньше как... "мужской" символ, и то, что он для вас из себя представляет! Большое значение также придается предпочитаемым аксессуарам, например, их форме.

Если обратить внимание на тон одежды, то у человека, обычно выбирающего розово-голубые расцветки, очевидна регрессия и инфантилизм, а упорный и внесезонный выбор черно-белой гаммы будет говорить о повышенном уровне тревожности данной личности.

Привычка застегиваться на все пуговицы говорит о том, что человек боится людей, ответственности, всегда в дурном настроении и ждет : от жиз-

ни гадостей. Одежда для него – защитный панцирь. Он стремится не проявлять чувств и лучше вообще их не иметь. Человек, уверенный в своих силах, может позволить себе и не застегиваться. Две расстегнутые пуговицы на сорочке свидетельствуют, что человек способен принимать решения, не боится перемен, а порой и сам эти перемены организует.

Как видите, подходы психологов к одежде часто находятся в противоречии с требованиями бизнес-этикета.

### **Контрольные вопросы к лекции по теме 8:**

1. Опишите деловые качества личности, разделив их на врожденные и приобретенные. Приведите примеры проявления этих качеств в деловом поведении.

2. Если Вам нужно произвести благоприятное впечатление на работодателя, то на какие элементы имиджа вы обратите наибольшее внимание?

3. Университет – деловая официальная среда. Какой стиль в одежде преподавателей и студентов здесь наиболее применим? Изложите свой ответ в развернутой форме.

4. Как вы думаете, умение создать определенный имидж нужно всем или только представителям определенных профессий, статусов? Дайте развернутый ответ.

### **Тема 9. Универсальные группы делового этикета.**

План.

1. Этикет приветствий и представлений.
2. Этикет знакомства и рукопожатий.
3. Этикет деловых переговоров.
4. Этикет деловой переписки.
5. Телефонный этикет
6. Этикет использования мобильных телефонов.

*Этикет приветствий и представлений и знакомства* — совокупность правил первоначального межличностного взаимодействия, касающихся внешнего проявления отношения к людям.

В современном деловом этикете выработаны некоторые правила относительно знакомства и приветствий в зависимости

- от пола, возраста и должности контактирующих людей,
- а также от того, находятся ли они в группе или в одиночку.

### ***Этикет приветствий.***

*Первичное правило приветствия состоит в том, что в любой ситуации оно должно показывать вашу расположенность и доброжелательность.* На характере приветствия не должно сказываться ваше настроение или негативное отношение к другому человеку.

Существуют определенные правила этикета в отношении не только форм приветствий, но и условий, в которых наиболее целесообразно применять ту или иную форму. Молодые обязаны приветствовать старших первыми, так же как мужчина — женщину, лица младшего ранга (служебного положения) — старших, запаздывающий — ожидающего, входящий — присутствующих и т.д. Однако женщина, входя в комнату, где уже собрались гости, должна первой приветствовать всех присутствующих, не ожидая, когда с приветствиями к ней обратятся мужчины. Мужчины же, в свою очередь, не должны ждать, когда женщина подойдет к ним и поздоровается. Лучше, если мужчины поднимутся и пойдут ей навстречу. Уходя, женщина должна также первой прощаться. Лицам равного ранга, возраста, положения можно порекомендовать следовать совету, высказанному графом А.А.Игнатьевым, автором известной книги "50 лет в строю"; "Из двух офицеров, имеющих одинаковое звание, первым здоровается тот, кто более вежлив и воспитан". Кстати, это положение содержится во французском военном уставе прошлых времен.

Входя в помещение, в котором находятся приглашенные хозяином гости, человек должен поздороваться с каждым присутствующим отдельно или со всеми сразу. Подходя к столу, поприветствовать всех присутствующих и,

занимая свое место, еще раз поздороваться с соседями по столу. При этом руку подавать в обоих случаях необязательно.

На официальных приемах в первую очередь приветствуют хозяйку или хозяина, после них дам, сначала более пожилых, затем — молодых; после этого — более пожилых и старших по положению мужчин, а затем остальных гостей. Хозяйка и хозяин должны пожать руку всем гостям, приглашенным в свой дом.

Большое значение при приветствиях имеет манера держаться. На человека, с которым здороваешься, следует смотреть прямо, с улыбкой. Неблагоприятное впечатление производит человек, который, протягивая правую руку для приветствия, левую руку держит в кармане, смотрит в сторону, вниз или продолжает разговаривать с другим человеком. Такая невежливость не располагает к продолжению знакомства.

Сидящий мужчина, приветствуя даму или старшего по возрасту или положению человека, должен обязательно встать. Если он приветствует лиц, проходящих мимо, не вступая с ними в разговор, он может не вставать, а лишь приподняться.

Если встречаются супружеские пары, то сначала женщины здороваются друг с другом, затем мужчины приветствуют женщин, и лишь после этого мужчины приветствуют друг друга.

Первой здоровается женщина, идущая в обществе мужчины, с женщиной, которая идет (или стоит) в одиночестве.

Женщина первой приветствует мужчину, если она его обгоняет.

На улице первым кланяется проходящий мужчина стоящему.

Приветствуя знакомую женщину на улице, мужчина должен поднять шляпу или кепи (но не берет или зимнюю шапку). Если приветствие сопровождается рукопожатием, мужчина должен снять перчатку, а женщина может ее не снимать, поскольку перчатки (шелковые, матерчатые, лайковые), сумка, шарф, головной убор являются частью дамского туалета. Однако варежки и теплую кожаную перчатку рекомендуется снимать и женщине.

Женщине в знак приветствия никогда не целуют руку на улице: делают это только в помещении.

### ***Этикет представления.***

Существует ряд общепринятых правил этикета, которые необходимо соблюдать при представлениях и знакомствах.

При равном положении (ранге) более молодой представляется более пожилому, подчиненный — начальнику, один человек представляется паре, группе, обществу, даже женщина представляется супружеской паре первой.

Когда в обществе (гостях) представляют одного человека сразу несколькими, обычно громко называют его фамилию, имя. Представляемый отвешивает легкий поклон всему обществу. Кланяться каждому отдельно не принято.

Если мужчина в момент представления сидит, он обязан встать. Женщина может не вставать, за исключением тех случаев, когда ее представляют даме значительно старше ее по возрасту или положению.

Любое представление сопровождается легким поклоном. Следует избегать глубоких поклонов, резких движений и щелканья каблуками.

После представления человек, которому представляют нового знакомого, называет свою фамилию и добавляют "Очень приятно". "Рад с Вами познакомиться". Тот, кого представляют, говорить этого в момент представления не должен. Новые знакомые, как правило, обмениваются несколькими словами, вступают в непродолжительную беседу. Инициатором такой беседы является человек, старший по рангу и положению, или женщина.

К женщине предпочтительно обращаться по фамилии мужа. В трудно произносимых и сложных именах можно обойтись и без этого, употребив международную форму "мадам".

Членов своей семьи представляют, как правило, не называя их фамилий, например: "Федор Степанович, позвольте представить Вам моего сына Ивана".

В гостях, на вечерах, ужинах и других подобных мероприятиях для представления лучше прибегать к помощи посредника из числа знакомых гостей или членов семьи хозяина. Однако если нет человека, который мог бы вас представить, можно представиться самому. Если кто-нибудь представляется вам, в ответ следует назвать свою фамилию.

### ***Этикет знакомства.***

Если кто-то знакомит двух людей, он должен сам назвать представляемых. Нельзя подвести их друг к другу и сказать: "Познакомьтесь", обязывая их самих назвать себя. Это невежливо.

Если надо познакомить женщину с мужчиной, следует сказать, обращаясь к женщине, например: "Нина Ивановна, разрешите представить Вам Филиппа Константиновича" или "Разрешите Вас познакомить: это Филипп Константинович".

При обращении к официальным лицам, имеющим государственный статус или воинское, дипломатическое, религиозное звание, как правило обходятся без упоминания имени. Говорят: "Господин президент", "Господин премьер-министр", "Господин генерал" (не называя полного чина, скажем "генерал-майор", "генерал-лейтенант" и т.д.).

В том случае, если представляющий знакомит людей одного возраста и пола, он должен представить менее знакомого человека более знакомому.

### ***Этикет рукопожатий.***

После представления новые знакомые обмениваются приветствиями и в большинстве случаев рукопожатиями. Первым руку подает тот, кому представляется новый знакомый. Подавать руку следует в последний момент, идти с протянутой рукой или обмениваться рукопожатием через стол не принято.

Если женщина или старший по положению, возрасту не предлагает руки, следует слегка поклониться. Протягивать вместо руки несколько пальцев или кончики пальцев нетактично. Как правило, следует протягивать для рукопожатия правую руку. Если она по какой-то причине занята или поврежде-

на (в повязке), можно протянуть левую руку, но предварительно извинившись.

Рукопожатие не должно быть слишком сильным или, наоборот, чрезмерно слабым. Трясти руку неприлично, не рекомендуется и пожимать ее двумя руками.

Хотя рукопожатие и стало привычным и стандартным ритуалом, оно может передать отношение людей друг к другу. Первый вариант — вы чувствуете, что человек как бы доминирует над вами, т. е. пытается вами управлять и надо быть с ним поосторожнее. Это происходит потому, что его рука направлена вниз по отношению к вашей руке и вы чувствуете довольно сильное давление. Как правило, такой человек первым протягивает руку для рукопожатия. Второй вариант — человек протягивает руку так, что его ладонь смотрит вверх и таким образом он дает вам понять, что готов подчиняться и признает ваше лидерство. Третий вариант — руки движутся параллельно друг к другу и вертикально по отношению к плоскости пола. Давление ладоней также примерно одинаковое. Это отношения равенства, партнерства.

Принятое у нас и на Западе рукопожатие при встрече или при представлении мужчины и женщины в мусульманских странах абсолютно неуместно. Ислам не приемлет даже простое соприкосновение лиц разного пола, если они не связаны кровными узами. Не принято обмениваться рукопожатиями и у народов Юго-Восточной Азии.

В лифте не представляются, но в присутствии дамы мужчины снимают шляпу.

При обращении к незнакомому человеку всегда следует говорить "Вы". На "ты" можно обращаться лишь к близким людям, родным, родственникам (если они моложе или ваши ровесники), детям и друзьям. В ряде иностранных языков, в частности, в английском вообще нет обращения на "ты".

Вербальный этикет допускает так же применение различных психологических приемов, таких как, например, форм напутствия и краткой оценки

общения. Это словесные обороты типа: «Удачи Вам», «Желаю успеха», «Приятно было встретиться».

Если вы обращаетесь к незнакомому человеку с какой-то просьбой, обязательно используйте вступительные слова: "Простите", "Извините", "Будьте добры", "Позвольте" и т. д.

При приветствии и прощании, кроме слов «Здравствуйтесь», «Добрый день» и «До свидания», желателен присоединение имени и отчества собеседника, особенно, если он занимает по отношению к вам подчиненное положение.

Если позволяют условия и время беседы, возможен обмен нейтральными фразами: «Как дела?» — «Спасибо, нормально. Надеюсь, что и у Вас все обстоит хорошо» — «Спасибо, да».

### ***Этикет деловых переговоров.***

Основная цель ведения таких переговоров заключается в подписании договора или протокола о намерении сотрудничать. Поэтому готовиться к такому мероприятию нужно с особенной тщательностью. Чтобы правильно организовать и провести встречу, стоит обратиться к правилам и нормам делового этикета:

1. Прибытие. Естественно, ни в коем случае не стоит опаздывать на встречу. Во-первых, это нарушение протокола, а во-вторых, такое поведение воспримется как неуважительное. Если опоздание неизбежно, то предстоит извиниться перед принимающей стороной. В деловом мире существует такое понятие, как «деловая ниша», то есть опоздавшего будут ждать 15 минут, если он за это время не появится, то принимающая сторона имеет полное право отменить встречу.
2. Место. Основным в деловом этикете считается место встречи, так как оно должно полностью соответствовать событию. В фильмах и сериалах часто можно увидеть, что деловые переговоры проходят в ресторанах или саунах, но это не совсем то место, где можно решать серьезные вопросы. Важные деловые переговоры стоит проводить в офисе или в

помещении с нейтральной обстановкой. Что касается ресторана, то его можно выбрать для проведения делового обеда, чтобы поддержать партнерские отношения, поговорить о своих увлечениях или отпраздновать успешную сделку, но не для других случаев.

3. Встреча. Согласно особенностям делового этикета принимающая сторона должна быть в полном составе в комнате переговоров. Встречей гостей и сопровождением их к месту занимается деловой партнер, который сам не принимает участия в переговорах.
4. Начало переговоров. Генеральный директор принимающей стороны должен полностью нести ответственность за начало переговоров и за то, чтобы в разговоре не возникало долгих пауз. Если же молчание будет длиться слишком долго, присутствующие могут посчитать его сигналом к окончанию встречи. Также не нужно сразу переходить к главной теме, нельзя спрашивать в лоб: «Так берешь корову или нет?» Согласно правилам хорошего тона, сначала нужно поговорить о других, нейтральных вещах. Также не стоит поднимать темы, которые могут вызвать споры, к примеру политика, религия, спорт. Они всегда находятся под запретом в деловом мире.
5. Длительность. В России западные стандарты совсем не работают: переговоры могут длиться несколько часов, но стороны так и не примут никакого решения. Культура делового этикета говорит, что мероприятие должно длиться 40 минут, максимум полтора часа, но в таком случае обязательно нужно сделать перерыв.
6. Завершение. Когда мероприятие уже будет подходить к концу, неплохо разрядить обстановку. К примеру, генеральный директор может предложить продолжить переговоры, но уже, как говорится, без пиджаков. Договоренности переговоров, вне зависимости от того в каких формах они согласованы (устной или письменной), обязательно нужно соблюдать.

### *Этикет деловой переписки.*

Деловое письмо – это первый контакт, по которому будут судить о писавшем человеке, а также обо всей компании в целом. Красивый и правильный стиль письма дает возможность понять не только деловые качества, но и личность человека, поэтому крайне важно зарекомендовать себя как профессионала и специалиста.

Во-первых, письмо должно быть направлено одному адресату. Это облегчит жизнь как пишущему, так и читающему.

Во-вторых, на полученное письмо необходимо ответить всегда. Оставлять письмо без ответа – это недостойный поступок для уважающей себя фирмы. Ответ нужно составлять таким образом, чтобы его восприняли точно и однозначно, то есть не должно быть двусмысленных намеков. Да и отправленное сообщение должно требовать только одного ответа.

В-третьих, если письмо нужно отправить для нескольких человек, то их адреса следует просто добавить в строку «Копия». В случае если ответ нужен только от одного человека, но ознакомиться с содержанием сообщения должно несколько людей, для остальных просто в письме делается метка «копия». Главный адресат должен прислать ответ, остальные отвечать не обязаны.

В-четвертых, массовая рассылка разрешена только в том случае, когда на письмо не нужно отвечать. Обычно такие письма уточняют работу сотрудников.

В-пятых, всегда нужно указывать тему письма, надо уметь экономить чужое время – это еще одно правило хорошего тона. В письме следует сначала поприветствовать адресата и уже потом переходить к делу. Если к человеку обратиться по имени и отчеству, он автоматически станет считать, что к нему относятся с уважением. В-шестых, очень важно писать грамотно. Перед отправкой нужно несколько раз перечитать письмо на соответствие правилам орфографии и пунктуации.

## ***Телефонный этикет***

Чтобы наладить деловые долгосрочные отношения, большое внимание уделяют телефонному разговору. Это совсем не то, что личная встреча, и деловой речевой этикет здесь совершенно другой. В целом репутация компании во многом зависит от того, насколько правильно ведутся телефонные разговоры. Поэтому этикет телефонных разговоров крайне важен для любой фирмы, к тому же правила здесь не настолько сложные:

1. Всегда нужно приветствовать человека, который звонит. Не забывать о приветствии стоит и тогда, когда звонок совершает сам человек.
2. Обращать внимание на интонацию. Собеседник должен слышать, что ему рады.
3. Нельзя говорить фразы «беспокою вас» или «тревожу вас».
4. После приветствия нужно представиться.
5. Разговаривая с конкретным человеком, сначала надо узнать, есть ли у него время на диалог.
6. Отвечать нужно не позднее чем через три звонка.
7. Если звонящий хочет поговорить с кем-то из сотрудников, не нужно вешать трубку, необходимо удержать разговор и перевести звонок на того человека, с которым звонивший хочет поговорить.
8. Разговаривая с новым собеседником, нужно подстроиться под скорость его речи.
9. Во время телефонного разговора нельзя курить, пить или что-то жевать.
10. Заканчивая разговор, нужно уточнить у собеседника, остались ли у него еще какие-то вопросы, и только потом попрощаться.

## ***Этикет использования мобильных телефонов.***

Этикет не стоит на месте и с развитием технологий и сфер жизни появляются новые правила. Не удивительно, что правила этикета делового обще-

ния распространились и на сотовые телефоны, которые уже давно стали неотъемлемой частью нашей жизни.

Иногда бывают ситуации, когда мобильник необходимо ставить на беззвучный режим или вовсе выключать. Отключение аппарата приемлемо в том случае, когда человек никак не сможет ответить на звонок. Если человек находится среди людей, то деловой этикет запрещает повышать голос, напротив, говорить нужно тише обычного. Плохим тоном считается ведение телефонного разговора в общепите. Только если это что-то срочное. И то лучше попросить собеседника подождать несколько минут, отойти в более спокойное место и перезвонить. Также не нужно забывать, что громкий звонок неприемлем. Если уж телефон «завопил», то стоит извиниться, но ни в коем случае не оправдываться.

Когда звонит телефон и человек находится не один, он может ответить, но говорить *максимум полминуты*. Нельзя, чтобы телефонный разговор нарушил частную встречу. Если ожидается очень важный звонок, человек должен заранее предупредить присутствующих и извиниться перед ними.

В этикете сегодня наблюдается тенденция упрощения: некоторые правила становятся демократичнее. Появляются новые сферы взаимоотношений, например, сетевой этикет. Одним из последних «камней преткновения» стали голосовые сообщения. Их неприято начитывать человеку, с которым вы незнакомы, а тем более - в деловой сфере. Считайте это вторжением в личное пространство. Собеседнику может быть неудобно прослушивать сообщение, он находится на конференции или в общественном месте. Рядом с ним могут быть третьи лица, которые не должны слышать данное послание. Он также может уехать за город, где плохо ловит интернет, а значит голосовое сообщение будет загружаться дольше текстового. Есть и другие нюансы. Обычно когда мы пишем текст, то думаем над каждым словом, логически выстраиваем фразы. Голосовые же сообщения чаще всего превращаются в набор междометий, слов-паразитов и сплошных повторений. То, что могло поместиться в пару предложений, становится двухминутной аудиозаписью. Также имеют-

ся технические недостатки таких посланий. В случае необходимости вы не сможете по поиску найти информацию, которая содержится в голосовой записи. С текстом удобнее: достаточно вбить в поиск мессенджера фразу или словосочетание и вам будут предложены сообщения, в которых имеется искомое. В деловом общении не допускается использование смайликов. Они предназначены для внерабочих ситуаций.

Неправильно не отвечать на сообщения, как по e-mail, так и в мессенджерах. Если вы затрудняетесь ответить, например, вам нужно время для сбора информации, требуется уточнить факты, то следует в любом случае отреагировать на сообщение и обозначить сроки. Например: «Анна, смогу ответить вам в течение двух часов».

В заключение следует отметить, что в этикете нет мелочей, поэтому всегда надо стремиться к проявлению максимальной вежливости и соблюдению общепринятых правил и норм поведения и общения.

#### **Контрольные вопросы к теме 9:**

1. Что является определяющим в выборе формы приветствия, представления (знакомства), рукопожатия в деловом общении: пол, возраст, статус (должность)?
2. Кто имеет право первым протянуть руку для рукопожатия?
3. Как рукопожатие может выявить отношение людей друг к другу?
4. Назовите этикетные правила деловых переговоров.
5. Опишите этикетные нарушения в деловой переписке.

#### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

Выпускник вуза в глазах окружающих должен не только иметь профессиональные умения и знания, но производить должное впечатление культурой поведения и общения. Помимо знания принципов и правил этики, он должен четко понимать, что у каждого народа свои традиции, культура, ценностные ориентации, особенности восприятия и мышления. Все это, безусловно, обуславливает особенности национального стиля деловых отноше-

ний. Однако не стоит абсолютизировать национальные стили. В современных условиях интенсификации международных деловых отношений происходит взаимодействие стилей, их адаптация друг к другу.

Спустя некоторое время после окончания вузов большинство выпускников волеются в ряды российских управленцев разного уровня. Деятельность в роли менеджера имеет свою специфику, подготовиться к которой и призван курс «Этики делового общения». Стоит отметить некоторые *особенности современной этики управления в России:*

1. Наличие командной системы во многих организациях. Подавление инициативы подчиненных мешает развитию организации, ее приспособлению к новым экономическим условиям хозяйствования.

2. Избегание менеджерами высшего звена делегирования полномочий и ответственности второму эшелону менеджмента. Подобное желание самому все контролировать связано с недоверием подчиненным, их низкой квалификацией, а также с неумением мотивировать наемных менеджеров.

3. Значительная зависимость условий и оплаты труда наемных работников от взаимоотношений с руководителем, а не от их квалификации и результатов работы. Особенно это характерно для малых городов.

4. Неуважение к людям и игнорирование этики управления.

5. Необязательность соблюдения законов, правил и предписаний.

6. Большое внимание уделяется общим целям, выработке стратегий, но относительно маленькое – тактике их достижения.

7. Избегание рисков – большинство менеджеров стремятся в ситуации риска выбрать вариант меньшей прибыли при меньшем риске.

8. Большинство россиян в ситуации сотрудничества видят в значительной мере конфликт интересов, нежели их совпадение («оттяпать себе кусок пирога побольше»).

9. Преобладание эмоциональной стороны общения – резкая смена настроений в отношении партнера – от дружелюбия до холодного отчуждения.

10. Не распространение продвижения и обучения сотрудников в плане повышения квалификации, приобретение новых знаний и навыков.

11. Зачастую подбор новых сотрудников осуществляется по неформальным каналам – среди родственников и знакомых, а не по деловым качествам.

12. Без начальника не принимается ни одно решение.

13. Безоговорочное принятие подчиненными решений администрации и их исполнение даже в условиях некорректности в сложившихся обстоятельствах.

14. Руководство организаций делает упор на осуществление функций контроля.

15. В условиях кризиса или совершения ошибки ищутся виноватые, а не анализируются причины и варианты их избегания в будущем.

16. При гарантированном получении рыночной заработной платы нежелание сотрудников повышать производительность своего труда.

Существует и ряд других особенностей в этике менеджмента, которые накладывают свой отпечаток на всю систему деловых коммуникаций. Надеемся, что курс «Этика делового общения» окажется полезным для применения в студенческой и профессиональной среде для разрешения многообразных сложностей, возникающих в реальной жизни.