

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Экономический факультет

Н.Н. Медзяловская

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

Учебно—методическое пособие

Благовещенск

2010

1

ББК 65.

М

*Печатается по решению
редакционно–издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Медзяловская Н.Н.

Профессиональная этика и деловой этикет. Учебно–методическое пособие для студентов экономических специальностей. – Благовещенск: Амурский гос. ун–т, 2010.

Учебно–методическое пособие содержит теоретический материал дисциплины, представленный в схемах и таблицах, практические задания и может быть использовано при проведении аудиторных занятий и для самостоятельной работы студентов экономических специальностей очной, заочной и сокращенной форм обучения, изучающих учебный курс «Профессиональная этика».

Рецензент: Т.Б. Сахарова, заместитель генерального директора по экономике ООО «Аккумуляторная компания», канд.техн.наук

ВВЕДЕНИЕ

Любое профессиональное общение должно происходить в соответствии с профессионально–этическими нормами и стандартами.

Применение в деловом общении принципов профессиональной этики дает конкретному сотруднику любой организации концептуальную этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий и т.п.

Профессиональная этика и деловой этикет являются одним из главных «орудий» формирования имиджа фирмы. Поэтому всегда нужно помнить один из главных постулатов, который знают бизнесмены всего мира: хорошие манеры прибыльны.

Выполнение сотрудниками организации норм и правил этики деловых отношений становится ее «визитной карточкой» и определяет во многих случаях тот факт, будет ли внешний партнер или клиент иметь дело с данной организацией в дальнейшем и насколько эффективно будут строиться их взаимоотношения.

Существенную роль в установлении деловых взаимоотношений играет внешний облик человека, его соответствие ситуации, этика приветствия, рукопожатия и представления человека человеку. В деловом общении необходимы знания правил этики проведения деловых бесед, совещаний, переговоров.

Тема 1. ПРИРОДА И СУЩНОСТЬ ЭТИКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

1.1 Сущность этики деловых отношений

Под *этикой* в широком смысле понимается система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни.

Первые теоретические исследования об этике и морали появились еще в античности. Основоположником этики как науки о морали является древнегреческий философ Аристотель. Наиболее известными являются его труды: «Никомахова этика», «Большая этика», «Эвдемова этика» (IV в. до н.э.)

Различают этику:

- 1) общечеловеческую (её еще называют универсальной);
- 2) профессиональную.

В деловом общении все виды этики тесно взаимосвязаны между собой (см. рисунок 1.1, 1.2).

Рисунок 1.1 – Взаимосвязь видов этики

Рисунок 1.2 – Виды этики

Следует различать понятия – «этика» и «этикет».

«*Этика*» (учение о морали, нравственности) – система норм нравственного поведения людей, их общественный долг, их обязанность по отношению к друг другу.

«*Этикет*» (ярлык, знак) – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношений к людям.

Таким образом, несмотря на разное содержание этих понятий, между ними много тождественного, прежде всего – это нравственное начало.

Профессиональная этика вырабатывает нормы, стандарты, требования, характерные для определенных видов деятельности. Таким образом, профессиональная этика – это кодекс поведения, предписываемый тип отношений, которые представляются наилучшими с точки зрения выполнения работниками своих служебных обязанностей в профессиональной сфере.

Работодатели уделяют все большее внимание вопросам этики деловых и личностных взаимоотношений при отборе персонала и его приеме на работу, а также в процессе непосредственного выполнения сотрудниками своей профессиональной роли.

При этом понятие «профессиональная роль» включает в себя не только способности к выполнению должностных обязанностей, но и навыки взаимоотношений с внешним окружением (коллегами, руководством,

подчиненными, партнерами и т.д.) в процессе реализации зафиксированных для конкретной должности профессиональных задач и функций.

Таким образом, соблюдение этики деловых отношений является одним из главных критериев оценки профессионализма как отдельного сотрудника, так и организации в целом.

Известный американский специалист в области человеческих отношений Дэйл Карнеги еще в 1936 г. вывел формулу успеха в профессиональной деятельности:

Успехи в профессиональной деятельности	=	15% (профессиональные качества)	+	85% (умение общаться)
---	----------	--	----------	----------------------------------

1.2 Принципы, нормы, стандарты и требования этики деловых отношений

Любое профессиональное общение должно протекать в соответствии с профессионально–этическими нормами и стандартами. Их можно объединить в две группы (см.рисунок 1.3):

1) комплекс этических представлений, норм, оценок, которыми личность владеет от рождения, т.е. собственный этический кодекс, с которым человек живет и работает;

2) те нормы и стандарты, привносимые извне: правила внутреннего распорядка организации, этический кодекс фирмы, устные указания руководства, профессиональный этический кодекс.

Этика деловых отношений является профессиональной этикой, регулирующей систему отношений между людьми в сфере бизнеса.

Выделяют семнадцать основных принципов, составляющих основу этики деловых отношений (см. таблицу 1.1).

**Рисунок 1.3 – Профессионально–этические нормы и стандарты
профессионального общения**

Таблица 1.1

Принципы, составляющие основу этики деловых отношений

№ принципа	Содержание принципа
1	<i>Первый принцип</i> , занимающий центральное положение, так называемый «Золотой стандарт» или «Золотое правило менеджера» : <i>в рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, к коллегам своего служебного уровня, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе</i>
2	<i>Второй принцип</i> : необходима справедливость при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.)
3	<i>Третий принцип</i> требует обязательного исправления этического нарушения независимо от того, когда и кем оно было допущено
№ принципа	Содержание принципа

4	<i>Четвертый принцип</i> (принцип максимума прогресса): служебное поведение и действия сотрудника признаются этичными, если они способствуют развитию организации (или ее подразделения) с моральной точки зрения
5	<i>Пятый принцип</i> (принцип минимума прогресса): действия сотрудника или организации в целом этичны, если они хотя бы не нарушают этических норм
6	<i>Шестой принцип</i> : этичным является терпимое отношение сотрудников организации к моральным устоям, традициям и пр., имеющим место в других организациях, регионах, странах
7	<i>Седьмой принцип</i> рекомендует разумное сочетание индивидуального релятивизма и этического релятивизма с требованиями общечеловеческой этики
8	<i>Восьмой принцип</i> : индивидуальное и коллективное начало равно признаваемы за основу при разработке и принятии решений в деловых отношениях
9	<i>Девятый принцип</i> : не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых служебных вопросов. Однако нонконформизм как черта личности должен проявляться в разумных пределах
10	<i>Десятый принцип</i> : никакого насилия, т.е. «нажима» на подчиненных, выражающегося в различных формах, например, в приказной, командной манере ведения служебного разговора
11	<i>Одиннадцатый принцип</i> : постоянство воздействия, выражающееся в том, что этические стандарты могут быть внедрены в жизнь организации не единовременным приказом, а лишь с помощью непрекращающихся усилий со стороны и менеджера, и рядовых сотрудников
№ принципа	Содержание принципа

12	<i>Двенадцатый принцип:</i> при воздействии (на коллектив, на отдельного сотрудника, на потребителя и пр.) учитывать силу возможного противодействия. (Дело в том, что, признавая ценность и необходимость этических норм в теории, многие сотрудники, сталкиваясь с ними в практической повседневной работе, по той или иной причине начинают им противодействовать)
13	<i>Тринадцатый принцип</i> состоит в целесообразности авансирования доверием – к чувству ответственности сотрудника, к его компетенции, к чувству долга и т.п.
14	<i>Четырнадцатый принцип</i> настоятельно рекомендует стремиться к бесконфликтности. (Хотя конфликт в деловой сфере имеет не только дисфункциональные, но и функциональные последствия, тем не менее конфликт – благоприятная почва для этических нарушений)
15	<i>Пятнадцатый принцип:</i> свобода, не ограничивающая свободы других. (Обычно этот принцип, хотя и в неявной форме, обусловлен должностными инструкциями)
16	<i>Шестнадцатый принцип</i> можно назвать принципом способствования: сотрудник должен не только сам поступать этично, но и способствовать такому же поведению своих коллег
17	<i>Семнадцатый принцип</i> гласит: не критикуй конкурента. (Имеется ввиду не только конкурирующая организация, но и «внутренний конкурент» – коллектив другого отдела, коллега, сидящий за соседним столом)

Стремясь учесть специфику российской деловой культуры, Национальный фонд «Российская деловая культура» разработал документ «Двенадцать принципов ведения дела в России», призывающий предпринимателей к утверждению следующих принципов деловых отношений (см. таблицу 1.2).

«Двенадцать принципов ведения дела в России»

№ п/п	Наименование группы принципов	Наименование принципов
1	Принципы личности	1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли. 2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств. 3. Воздерживайся от насилия и угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.
2	Принципы профессионала	4. Всегда води дело сообразно средствам. 5. Оправдывай доверие, в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера. 6. Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.
3	Принципы гражданина России	7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти. 8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов. 9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания.
№ п/п	Наименование группы принципов	Наименование принципов

4	Принципы гражданина Земли	10. При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе. 11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодны всем. 12. Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они не хуже и не лучше нас, они – просто другие.
---	--	--

1.3 Этические принципы международного бизнеса

Принципы деловой этики в той или иной степени присутствуют и признаются справедливыми в различных деловых культурах. Идеальной, хотя и весьма отдаленной целью мирового делового сообщества становится тип отношений, основанный на торжестве морально–этических принципов.

Одним из важнейших шагов в этом направлении можно считать принятую в 1994 г. в швейцарском городе Ко (Саух) Декларацию Ко – «Принципы бизнеса». В декларации предпринята попытка объединить основы восточной и западной деловых культур. Она объединяет японский этический принцип «киосэй», т.е. стремление к общему благу в сочетании с честной конкуренцией, и западноевропейские принципы достоинства и независимости личности. В декларации в качестве главных принципов международного бизнеса выделены следующие (см. рисунок 1.4):

Рисунок 1.4 – Принципы международного бизнеса

Вопросы для контроля знаний по теме 1:

1. Как связаны между собой общечеловеческая и профессиональная этика?

2. Каковы задачи профессиональной этики деловых отношений?

3. Какие факторы, под влиянием которых складывается комплекс этических норм и представлений каждого человека, можно считать постоянными и какие временными?

4. Назовите принципы, действующие в сфере современных деловых отношений.

5. Как влияет общественная среда (культура, политика, научно–технический прогресс, демография, особенности исторического развития) на формирование принципов этики деловых отношений?

6. Каковы направления дальнейшего развития этических требований в деловой сфере?

7. Чем объясняется повышенное внимание к этическим нормам поведения в деловой практике?

8. Соблюдение каких этических принципов вы считаете наиболее важным для развития деловых отношений в современных условиях?

Тема 2. ИСТОРИЯ И ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

2.1 История развития делового этикета

Первым, кто на Руси стал придавать значение этикету, был боярин Андрей Курбский. Он впервые ввел обращение на «Вы», и оно долго оставалось формой аристократического обращения. Со временем «Вы»–общение широко вошло в обиход, ибо требовалось обществу как знак социального достоинства.

Англию и Францию называют обыкновенно «классическими странами этикета». Однако родиной этикета назвать их никак нельзя.

В то время как вся остальная Европа утопала в междоусобицах, а феодальные порядки держались еще в полной силе, в Италии развивалась новая культура. Если сравнивать Италию XIV – XV в.в. с другими народами Европы, то сразу бросается в глаза более высокая степень образованности, богатства. Эта страна и заслуживает по справедливости быть названной родиной этикета.

В начале XVIII стал усиленно внедряться западный тип: на русскую почву переносились не только фасоны одежды, но и манеры, и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием настойчиво следил Петр I.

Этикет – явление историческое. Правила поведения людей изменялись в соответствии с динамикой условий жизни общества. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царствующих особ, для закрепления определенной иерархии взаимоотношений. Нарушение этикета приводило к вражде между племенами, народами и даже войнам.

Этикет всегда выполнял определенные социальные функции. Например, подчеркивал разделение общества по чинам, сословиям, знатности рода, званиям, имущественному положению.

2.2 Виды этикета

В современном обществе практически никакие дипломатические, политические, культурные, экономические и прочие отношения не могут быть свободны от норм этикета.

Этикет (etiquette) – французское слово, означающее манеру, способ вести себя в обществе.

Различают следующие виды этикета (см. рисунок 2.1).

Рисунок 2.1 – Виды этикета

Исторически этикет возник, прежде всего, во дворцах, поэтому и был назван дворцовым или государственным.

Нормы государей при встречах, развиваясь, дали жизнь дипломатическому этикету.

Одновременно развивался воинский этикет, поддерживающий строгость правил поведения в армии, без которого порядок просто был бы невозможен.

Появились и другие виды этикета – светский, иногда сейчас называемый общегражданским. Самый молодой из них – деловой этикет.

2.3 Принципы делового этикета

Деловой этикет – важная составляющая деловых отношений, базирующаяся на многовековой мудрости, определяющей представления о духовных ценностях.

Деловой этикет базируется на следующих принципах (см. таблицу 2.1).

Таблица 2.1

Принципы, на которых базируется деловой этикет

№	Наименование принципа	Содержание принципа
1	Здравый смысл	Нормы делового этикета не должны противоречить здравому смыслу, а здравый смысл подсказывает, что деловой этикет в целом направлен на поддержание порядка, организованности, экономию времени и другие разумные цели. Нормы этикета, нарушающие деловые взаимоотношения, устоявшиеся правила общения, здравым смыслом поддерживаемы быть не могут.
2	Свобода	Имеется ввиду то, что правила и нормы делового этикета, хотя и существуют и весьма ревностно исполняются, тем не менее не должны препятствовать свободному волеизъявлению каждого делового человека, свободе подбора методов и способов исполнения договоренностей между сторонами. Свобода также предполагает: 1) терпимое отношение к проявлению национальных особенностей, культурных и национальных традиций; 2) лояльность к свободно проявляемой точке зрения, к различным деловым позициям.

№	Наименование принципа	Содержание принципа
3	Этичность	Весь комплекс норм, стандартов, требований, рекомендаций, составляющих деловой этикет, имеет своей главной целью «окружить» бизнес множеством «этических фильтров», оставляющих аморальное поведение и поступки людей за рамками сферы деловых отношений.
4	Удобство	Нормы делового этикета не должны мешать деловым отношениям, тем самым тормозя развитие экономики. Удобным для делового человека должно быть все – от деловой одежды до правил проведения презентаций и требований, предъявляемых к деловым переговорам.
5	Целесообразность	Суть этого принципа в том, что каждое предписание делового этикета должно служить определенным целям. Виды деловых отношений – презентация, деловая беседа, переговоры и т.п. – имеют разнообразные цели, и каждый аспект делового этикета должен им соответствовать..
6	Экономичность	Деловой этикет не должен обходиться слишком дорого, высокая «стоимость» моральности в делах сама по себе не этична, поскольку представляет собой вычет либо из прибыли организации, либо из доходов отдельного сотрудника. Разумная стоимость – вот тот принцип, которым следует руководствоваться протокольному отделу организации.

№	Наименование принципа	Содержание принципа
7	Консерватизм	Этот принцип является само собой разумеющимся, так как корни делового этикета – в этикете государственном, воинском, светском, имеющих многовековую историю. Консерватизм во внешнем облике делового человека, в его манерах, приверженности к тем или иным традициям невольно вызывает ассоциации надежного делового партнера.
8	Непринужденность	Нормы делового этикета должны быть таковы, чтобы соблюдение их не превращалось в нечто навязываемое, отторгаемое психологически. Непринужденность не следует путать с бесцеремонностью, невоспитанностью.
9	Универсализм	Это значит, что следует стараться, чтобы каждая рекомендация или норма делового этикета была направлена на многие стороны деловых отношений.
10	Эффективность	Суть этого принципа в том, что стандарты деловых отношений должны способствовать сокращению сроков исполнения договоров, уменьшению количества конфликтов в коллективе. В конечном счете использование деловой этики является экономически выгодным.

Одно из важнейших правил, определяющих деловой этикет – поступать так стоит не потому, что так принято, а потому что это или целесообразно, или удобно, или просто уважительно по отношению к деловым партнерам и самому себе.

Вопросы для контроля знаний по теме 2:

1. Что такое деловой этикет и как он связан с этикой деловых отношений?
2. Что собой представляет историческая основа делового этикета?
3. Как связаны между собой традиции, обычаи, правовые нормы и нормы делового этикета?
4. Какие функции выполняет деловой этикет?
5. Каковы принципы современного делового этикета и как они отличаются от ранее существовавших?
6. Каковы на Ваш взгляд перспективы изменений в нормах делового этикета?
7. Какое значение имеет следование требованиям делового этикета для установления эффективных деловых отношений?
8. Как влияют принципы делового этикета на его сущность, содержание и направление развития?
9. Охарактеризуйте роль делового этикета и культуры поведения в бизнесе?

Тема 3. МЕХАНИЗМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ И НОРМ В ПРАКТИКУ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

3.1 Классификация механизмов внедрения этических норм

Для того, чтобы этические принципы, нормы, правила и стандарты превратились в реалии деловой жизни, они:

- 1) должны быть включены в процесс принятия решений на всех уровнях управления;
- 2) должны быть включены в практику работы всех сотрудников;
- 3) должны быть частью реальной кадровой политики.

В мировой экономике существует семь основных механизмов, посредством которых можно внедрить в практику этические нормы (см. рисунок 3.1, таблицу 3.1).

Рисунок 3.1 – Механизмы внедрения в практику этических норм

Таблица 3.1

Механизмы внедрения в практику этических норм

№	Наименование механизма	Содержание механизма
1	Этические кодексы	<i>Этический кодекс</i> является наиболее часто применяемым механизмом. Около 90% зарубежных компаний внедряло этические принципы посредством таких кодексов. Этические кодексы могут быть разработаны: 1) для компании в целом и содержать общие для всех этические правила; 2) для определенных функциональных подразделений (например для отдела закупок), и затрагивать только специфические для данного отдела этические проблемы. Этический кодекс, как правило, разрабатывается специально созданным органом – комитетом, комиссией Основные принципы и правила делового поведения формулируются в этических кодексах. Это могут быть стандарты, по которым живут отдельные фирмы (<i>корпоративные кодексы</i>), или правила, регулирующие отношения внутри целой отрасли (<i>профессиональные кодексы</i>). В современной мировой экономике наметился переход от <i>национальных к международным (всемирным)</i> деловым кодексам. Международные своды правил ведения бизнеса приняты Организацией Объединенных Наций, Международной торговой палатой, Организацией экономического сотрудничества и развития.

№	Наименование механизма	Содержание механизма
2	Комитет по этике	<i>Комитет по этике</i> корпорации имеет определенный набор функций, к которым относятся следующие: 1) вынесение этических вопросов для обсуждения правлением или топ-менеджерами; 2) доведение основных требований этического кодекса до сведения менеджеров всех уровней и рядовых сотрудников; 3) разработка мер, поддерживающих кодекс; 4) анализ и пересмотр кодекса на основе ежегодных внутрикорпоративных отчетов и в зависимости от изменений внешней среды организации; 5) составление отчетов о деятельности комитета для совета директоров; 6) обеспечение высшего уровня менеджмента консультациями специалистов по этическим вопросам.
3	Этический тренинг	Управленческий <i>этический тренинг</i> – это наборы этических норм, своеобразные этические модули, которые включаются в общую программу подготовки менеджеров низового и среднего звена. Таким образом, если комитет по этике обслуживает высший уровень менеджмента корпорации, помогая найти индивидуальные решения этических проблем, то этический тренинг снабжает и среднее, и низовое звено менеджмента набором готовых решений, укладывающихся в рамки этических требований.

№	Наименование механизма	Содержание механизма
3	Этический тренинг	Практическому внедрению этических принципов способствует разработка <i>карт этики</i> – это набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс организации для каждого сотрудника. Карты этики содержат также имя и телефон консультанта организации по этическим вопросам. Данный метод активно применяется в японских компаниях.
4	Социальный аудит	<i>Социальный аудит</i>, как и другие формы внедрения этических требований в корпоративную практику, имеет сравнительно небольшую историю. Социальный аудит представляет собой попытку оценивать социальное поведение корпорации в общественной среде. Социальный аудит призван проверить и дать информацию о том, в какой степени действия корпорации соответствуют ожиданиям общества (соответствие государственным нормам по здравоохранению, безопасности или контролю за загрязнением окружающей среды). Социальный аудит может быть использован в корпорации для внутреннего контроля за степенью этичности действий корпуса менеджеров, за выполнением этического кодекса. Однако социальный аудит, несмотря на его ценность для развития бизнеса, менеджмента и общественного блага в целом, особого развития не получил и применяется в основном только в масштабах корпорации по причине трудности и дороговизне осуществления аудиторских проверок.

№	Наименование механизма	Содержание механизма
5	Юридический комитет	<i>Юридический комитет</i> занимается контролем за соблюдением корпорацией всех законов и подзаконных актов по всем направлениям деятельности. Часть работы такого комитета касается наблюдения за соответствием действий корпорации законам и подзаконным актам, носящим этический характер: по охране окружающей среды, защите прав человека и т.п.
6	Службы, рассматривающие претензии граждан по этическим вопросам	Лишь немногие предприятия имеют <i>специальные службы по урегулированию этических претензий</i> . Сотрудники таких служб рассматривают жалобы и претензии по этическим вопросам, поступившие как со стороны, так и от работающих в данной корпорации.
7	Изменения в корпоративной структуре	По данным, характеризующим мировую экономику, лишь незначительное число корпораций предпринимает <i>внутренние структурные изменения</i> с целью приспособления к этическим требованиям.

3.3 Преимущества и недостатки создания и внедрения этических кодексов

Разработка этических кодексов является еще одним подтверждением существования важной и нерешенной проблемы создания этического делового климата в системе служебных отношений.

Очевидно, что невозможно рассмотреть в кодексе любую этическую проблему, с которой могут столкнуться сотрудники. Вместе с тем письменные

инструкции могут помочь разрешению этических вопросов, встречающихся наиболее часто.

Этические кодексы предлагают менеджерам сфокусировать свое внимание на основном, первостепенном и подсказывают самые логичные решения.

Можно указать на ряд преимуществ, которые дает корпорации в целом и ее сотрудникам создание и внедрение этического кодекса (см. рисунок 3.2).

Рисунок 3.2 .– Преимущества создания и внедрения этических кодексов.

У этических кодексов есть ряд недостатков (см. рисунок 3.3).

Но недостатки этических кодексов не умаляют их значения. Особенно большую пользу они приносят в корпорациях, где менеджеры осознают недопустимость неэтичной практики. При этом руководством должны приниматься меры по ознакомлению менеджеров с положениями этих кодексов, должна создаваться система поощрения менеджеров при условии учета ими вопросов этики при принятии решений и соответствия их служебного поведения этическим нормам, зафиксированным в кодексах.

Рисунок 3.3 – Недостатки этических кодексов
Вопросы для контроля знаний по теме 3:

1. Какие механизмы внедрения этических принципов и норм деловых отношений Вы можете предложить в дополнение к существующим?
2. Какие механизмы представляются Вам наиболее эффективными?
3. Имеете ли Вы опыт знакомства с этическими кодексами, социальными аудитами и т.д.?
4. В чем разница в целях внутреннего и внешнего контроля за соблюдением этического кодекса организации (или иного документа, регулирующего мораль)?
5. Каковы ваши прогнозы на развитие документационного обеспечения (кодексы, правила внутреннего распорядка и т.д.)?
6. Дайте оценку эффективности применения программ обучения этике в учебных заведениях Российской Федерации для формирования комплекса этических норм и стандартов, применяемых в сфере служебных отношений.
7. В организации, в которой Вы проходили производственную практику существует ли проблема создания этичного делового климата в системе служебных отношений?
8. Какую систему поощрения менеджеров Вы предлагаете при условии учета ими вопросов этики при принятии решений и соответствия их служебного поведения этическим нормам, зафиксированном в этическом кодексе.

Тема 4. ТИТУЛИРОВАНИЕ, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ, ПРИВЕТСТВИЕ

4.1 Титулирование

Титул отражает положение человека в общественной и служебной иерархии. Титулы помогают продемонстрировать уважение к тому, кого титулируют, и хорошие манеры того, кто титулирует.

Однако избыточное титулирование говорит как раз о плохих манерах. Но умеренное титулирование и даже иногда самотитулирование приносит пользу, информируя присутствующих о наличии у данного лица прав на тот или иной титул. При повседневных деловых контактах, особенно если они проходят на примерно равном должностном уровне, титулы обычно опускаются, а к руководителю обращаются по имени и отчеству – без прибавления титула.

В письменном деловом общении титулирование обязательно.

В целом, используя титулы, следует придерживаться золотой середины: и отсутствие титулирования, и избыточное применение титулов равно нежелательны и не являются демонстрацией хороших манер.

Различают следующие виды титулов (см. рисунок 4.1, таблицу 4.1).

Рисунок 4.1 – Виды титулов

Таблица 4.1

Виды титулов

№	Виды титулов	Применение титулов
1	Титулы, связанные с занимаемой должностью	Титулы, связанные с занимаемой должностью: <i>господин министр, господин президент, господин директор, господин ректор.</i> При личных контактах деловой этикет допускает употребление имени и фамилии сотрудника без титула. Однако если имеет место деловое мероприятие или письменное деловое общение, рекомендуется использовать при обращении титул. Титулирование по должности целесообразно до того момента, пока человек данную должность занимает, – в отличие от научных титулов.
2	Титулы, связанные с научными званиями	Научные звания (доцент, профессор) присваиваются на основании соответствующих документов (аттестатов) пожизненно, поэтому таким титулом можно пользоваться по отношению к данному человеку постоянно. Например, если у сотрудника есть профессорский аттестат, к нему можно соответственно обращаться, используя титул <i>«господин профессор»</i>, – независимо от того, какую должность он занимает, – в отличие от титулов, определяемых должностью. Титул «господин доцент» не применяется. Если у сотрудника научное звание «доцент», то по отношению к нему принято использовать титул <i>«господин профессор»</i>.
№	Виды титулов	Применение титулов

3	Куртуазные титулы	Куртуазные титулы применяются: 1) по отношению к членам королевских семей (<i>король, принцесса</i>); 2) по отношению к лицам, осуществляющим управление страной или представляющим ее в других странах (<i>премьер-министр, министр, посол</i>); 3) в иерархии римско–католической церкви (<i>Ваше святейшество, Ваше преосвященство</i>); 4) по отношению к ректору университета (<i>магнетиций</i>) – этот титул применяют в особо торжественных обстоятельствах.
4	Анонимное титулирование	Анонимное титулирование – это применение титула без обозначения должностного, научного и пр. статуса. В настоящее время принято использовать следующие анонимные титулы: 1) в Германии – <i>«Герр», «Фрау»</i>; 2) в Великобритании и других англоязычных странах – <i>«Мистер», «Миссис», «Мисс»</i>; 3) во Франции и других франкоговорящих странах – <i>«Месье», «Мадемуазель», «Мадам»</i>; 4) в России – <i>«Господин», «Госпожа»</i>.

4.2 Представление

При представлении в основе делового этикета лежат правила светского этикета.

Для того, чтобы иметь право кого–либо представить кому–либо, представляющий обязан быть знакомым с обеими сторонами.

Согласно деловому этикету представить кого–либо – значит назвать его имя, фамилию, должность, организацию, в которой он работает. Назвав имя представляемого, следует назвать и того, кому представляем.

Правила представления представлены на рисунке 4.2.

Рисунок 4.2 – Правила представления

После представления, для подтверждения знакомства, обычно принято обменяться несколькими любезными общими фразами, или непродолжительно побеседовать. Инициативы при этом у женщины или лица более высокой должности, т.е. у того, кому представляли.

Бывают случаи, когда представляющее лицо просто не нужно, его услуги не требуются. Вообще, представляющий нужен как гарант для обеих сторон, гарант достоверности данных, порядочности представляемых друг другу людей – его роль определяется правилами, идущими из глубины веков. Но в

сегодняшнем деловом мире роль гаранта может выполнить организация, в которой работают (или встретились на деловом мероприятии) сотрудники.

Примеры ситуаций при представлении в деловом общении представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Примеры ситуаций при представлении в деловом общении

Ситуация	Представление
Первое лицо (президент компании, директор, ведущий собраний или совещания) хочет представить вновь прибывшего сотрудника присутствующим	Президент компании должен это сделать следующим образом: 1) идет навстречу вновь прибывшему и они обмениваются рукопожатием; 2) президент (директор) говорит присутствующим: «Позвольте Вам представить – господин Сергеев, руководитель нашего филиала; 3) новоприбывший и присутствующие пожимают друг другу руки, и при этом присутствующие по очереди называют свои фамилии. Вновь прибывший этого не делает, так как его уже представил президент компании.
При большой разнице в служебном положении, когда лицо нижестоящее по должности представляют лицу вышестоящему по должности	Представляющий произносит: «Господин директор, позвольте Вам представить нашего нового молодого сотрудника в отделе рекламы – Сергея Кузнецова».
Ситуация	Представление

При представлении лиц одного пола, близких по возрасту и служебному положению	Представляющий может воспользоваться формулировкой: «Познакомьтесь, пожалуйста, уважаемые коллеги», не акцентируя внимание на том, кто кому представлен.
На совещание в головную фирму приглашены руководители филиалов фирмы. Некоторые из них не знакомы друг с другом.	Чтобы познакомиться, им совсем не надо искать кого-то, кто бы представил их друг другу. Они являются сотрудниками организации, которая и выступает в данном случае гарантом. Следует просто сказать: «Мы с Вами не знакомы, хотя и сидим уже час на этом совещании: позвольте представиться» (или: «Не возражаете, если мы с Вами познакомимся?») Далее следует обмен визитными карточками.

4.3 Приветствие

Согласно общим правилам вежливости, первым приветствует:

мужчина – женщину;

младший – старшего;

проходящий – стоящего;

опаздывающий – ожидающего;

входящий – находящихся в помещении.

Эти нормы сохраняются и в деловом этикете, однако деловая сфера вносит свои поправки: здесь пол и возраст, как критерии того, кто кого должен приветствовать первым, отступают на второй план, а на первый план выступает должность: *т.е. нижестоящий по должности первым приветствует вышестоящего по должности.*

Однако и здесь могут быть отступления от правил: например, молодой генеральный директор (мужчина), если он хорошо воспитан, не станет дожидаться приветствия от своего заместителя по финансовым вопросам

(женщины), а здоровается с ней первым, хотя она ниже его по должностному рангу.

Обычно, в повседневной деловой практике, первым здоровается тот, кто первым другого увидел – если нет уж слишком большой разницы и в должностном ранге, и в возрасте.

Правила приветствия при деловом общении изображены на следующей схеме (см. рисунок 4.3).

Рисунок 4.3 – Правила приветствия при деловом общении

Приветствуя женщину или старшего по должности или возрасту, мужчина обычно встает – это предписывает светский этикет.

Деловой этикет и тут вносит свои поправки: женщина в деловой обстановке также приветствует входящего сотрудника вставая, – если входящий значительно выше по должности.

То есть в данном случае неважно *кто* приветствует – мужчина или женщина, и неважно, *кого* приветствуют – мужчину или женщину; важно другое: *лицо нижестоящее приветствует лицо вышестоящее вставанием.*

При приветствии лучше всего пользоваться традиционным официальным «Здравствуйте».

«Доброе утро» принято говорить до 12 часов, «Добрый день» – до 18 часов, «Добрый вечер» – после 18 часов. (Три последних приветствия не рекомендуется обращать к вышестоящим лицам, хотя последние могут таким образом адресоваться к нижестоящим).

Если обстоятельства таковы, что приветствие голосом нецелесообразно – слишком большое расстояние или между здоровающимися есть стоящие или проходящие сотрудники, имеет смысл обменяться *поклонами*. При поклоне голова фиксируется в наклоненном состоянии на 1–2 секунды.

Приветствие может сопровождаться *рукопожатием*, однако при ежедневном общении каждый день пожимать руки друг другу не принято, обычно это делается если сотрудники не виделись какое-то время (например, после возвращения из отпуска).

По правилам светского этикета первым руку для рукопожатия протягивает:

женщина – мужчине;

старший по возрасту – младшему.

Но снова эти общепринятые правила этикета уступают в сфере деловых отношений первенство другим, где главный критерий – должностной статус, т.е. *руку первым для рукопожатия протягивает старший по должности*.

Отступления есть и здесь – президент компании (мужчина) на деловом совещании должен первым протянуть руку рядовому сотруднику рекламного отдела (женщине), однако он, будучи светским человеком, может не воспользоваться своим правом старшего по должности и помедлить с протягиванием своей руки, давая возможность женщине первой сделать это, и лишь тогда пожать ей руку.

Чтобы легко было запомнить, кто и кому первым протягивает руку, существует подсказка: *руку первым протягивает тот, кто «снисходит» до партнера, а «снисходит» тот, у кого более привилегированный статус в обществе, – это «прекрасный пол», человек более старшего возраста, или занимающий более высокую должность*.

В процессе делового общения могут складываться различные ситуации, имеющие специфику приветствия, представления друг другу или рукопожатия. Эта специфика выражается главным образом в том, кто обладает правом или обязан быть первым в указанных действиях. Право или обязанность «первого шага» кого–либо из сотрудников в некоторых наиболее характерных ситуациях приведены в таблице 4.3.

Таблица 4.3

Правила приветствия в различных ситуациях

Условные обозначения: знаком «+» обозначен первый из сотрудников, производящий действие в рассматриваемой ситуации.

Ситуация или вариант встречи сотрудников	Должен быть первым при:		
	приветствии	рукопожатии	представлении
Мужчина	+		+
Женщина		+	

Ситуация или вариант встречи сотрудников	Должен быть первым при:		
	приветствии	рукопожатии	представлении
Старший по возрасту Младший по возрасту	+	+	+
Старший по должности Младший по должности	+	+	+
Проходящий мимо группы Стоящий в группе	+	+	+
Входящий в комнату Находящийся в комнате*	+	+	+
Обгоняющий идущего	+		
Руководитель делегации, входящей в комнату Руководитель делегации, находящейся в комнате	+	+	+

Примечания:

** первым руку для рукопожатия протягивает хозяин кабинета.*

4.4. Рукопожатие

Такой элемент приветствия как рукопожатие пришел к нам из глубины веков. В свое время он демонстрировал отсутствие оружия в руке.

Хотя рукопожатие стало привычным и стандартным ритуалом, оно может передавать отношение людей друг к другу, надо только уметь считывать эту информацию.

Типы рукопожатий представлены на следующей схеме (см. рисунок 4.4, таблицу 4.4).

Рисунок 4.4 – Типы рукопожатий

Таблица 4.4

Типы рукопожатий

Тип рукопожатия	Примечания
1. Доминирующее рукопожатие	При рукопожатии вы чувствуете, что человек как-бы доминирует над вами, т.е. пытается вами управлять и надо быть с ним поосторожнее. Это происходит потому, что <i>его рука направлена вниз по отношению к вашей руке</i> и вы чувствуете довольно сильное давление. Как правило, такой человек первым протягивает руку для рукопожатия. Он ясно дает понять, что намерен взять инициативу в предстоящем разговоре на себя. Изучение рукопожатий руководителей крупных фирм показало, что 80% из них первыми протягивали руку для рукопожатия и пожимали руку собеседника именно в такой властной манере.

Тип рукопожатия	Примечания
2.Рукопожатие человека, признающего ваше лидерство	При рукопожатии человек протягивает руку так, что <i>его ладонь смотрит вверх</i> и таким образом он дает вам понять, что признает ваше лидерство, а вы чувствуете что можете управлять этим человеком. Однако, существуют обстоятельства, которые следует принимать во внимание: А) например, человек с больной рукой просто вынужден ограничиться легким пожатием руки; Б) те, для кого состояние рук играет определяющую роль в их профессии, оберегают свои пальцы и не стремятся к крепким рукопожатиям (музыканты, хирурги). В) следует также учитывать национальную принадлежность: латиноамериканцы ведут себя активно, представители восточных стран – сдержанно.
3.Рукопожатие на равных	При рукопожатии <i>руки движутся параллельно друг к другу и вертикально по отношению к плоскости пола</i>. Давление ладоней также примерно одинаковое. Это отношения равенства, партнерства. Вы при этом чувствуете, что можете отлично поладить с этим человеком. Когда руки друг друга пожимают два доминирующих человека, то происходит своеобразная символическая борьба, попытка повернуть руку делового партнера в подчиненное положение. В результате обе ладони остаются в вертикальном положении, что демонстрирует уважение и доверие друг к другу.

Вопросы для контроля знаний по теме 4:

1. Какие критерии при определении приоритетов в приветствии и представлении действуют в современной деловой жизни?
2. В какой мере общегражданский (светский) этикет определяет церемонию приветствия и представления в деловой обстановке?
3. Какие факторы, кроме норм общегражданского этикета, влияют на процедуру приветствия, представления и титулирования в практике деловой жизни?
4. В чем суть основных затруднений в анонимном титулировании в сфере российского бизнеса?
5. Каковы основные принципы анонимного титулирования, практикуемые в деловой сфере?
6. Укажите тенденции изменений в современной процедуре приветствия, представления и титулирования.
7. Сформулируйте Ваши предложения по реализации принципа обязательного анонимного титулирования применительно к условиям деловой жизни в России.

Тема 5. ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА В ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ

5.1 Виды и функции визитных карточек

В современной деловой жизни визитная карточка – обязательный атрибут. Деловому человеку рекомендуется всегда иметь при себе не менее десяти своих визитных карточек. Наличие визитной карточки у сотрудников фирмы помогает общению с деловыми партнерами в соответствии с общепринятыми международными нормами делового этикета.

В деловой практике применяются визитные карточки следующих видов (см. рисунок 5.1, 5.2 таблицу 5.1):

Рисунок 5.1 – Виды визитных карточек

Таблица 5.1

Виды визитных карточек

Вид визитной карточки	Содержание визитной карточки	Применение визитной карточки
1	2	3
Визитные карточки для официального общения:		
Стандартная визитная карточка сотрудника фирмы	На карточке указывают: фамилию, имя, отчество, должность, служебный телефон (может быть не один), название организации, ее почтовый адрес, телефон секретариата, телефакс. Номер домашнего телефона на стандартной деловой карточке указывают лишь представители творческих профессий, работающие большую часть времени в домашнем кабинете (адвокаты, художники).	Данный вид служебной карточки используется исключительно в служебной сфере. Вручение такой карточки свидетельствует о намерении ее владельца установить тесные взаимосвязи с представленным ему лицом.
Представительская карточка сотрудника фирмы	На карточке указывают: фамилию, имя, отчество, но не проставляют координаты – должность, название организации, адрес и телефон.	Такая карточка используется на этапах делового общения, когда требуется закрепить первое знакомство, а в сведениях об организации, должности, и занятиях владельца карточки потребность еще не возникла.

1	2	3
Карточка организации (фирмы)	На карточке указывается полное официальное название фирмы, ее логотип, почтовый адрес и адрес в Интернете, телефоны секретариата, иногда отдела по связям с общественностью, направление деятельности фирмы, в ней могут размещаться адреса и телефоны филиалов за рубежом.	Визитные карточки фирм используются во время презентаций, на выставках–ярмарках. Цели использования таких карточек – в основном рекламные.
Визитные карточки для неофициального общения:		
Личная визитная карточка	На карточке указывают: фамилию, имя, отчество, иногда профессию, почетные и ученые звания, но не проставляют реквизиты, подчеркивающие официальный статус (должность, служебный телефон, название организации). Можно указать домашний телефон.	Личная визитная карточка используется для неофициального общения.
Семейная визитная карточка	На карточке указывают: имя, фамилию главы семьи (без указания должности и фирмы), имя и фамилию его супруги, можно указать имена детей, домашний адрес и телефон.	Такие карточки прикладывают к подаркам, которые преподносят от имени мужа и жены, оставляют при совместных неофициальных визитах. Карточки используются, например, когда фирма направляет своих сотрудников с семьями для работы в зарубежном филиале.

Рисунок 5.2 – Образцы визитных карточек

В процессе развития визитных карточек как элементов делового общения определились их основные функции (см. рисунок 5.3):

Рисунок 5.3 – Функции визитных карточек

5.2 Стандарты оформления визитных карточек

Визитная карточка – одна из составляющих имиджа фирмы, выражение индивидуального и корпоративного стиля, поэтому при ее оформлении целесообразно воспользоваться услугами профессионального дизайнера.

Классическим вариантом считается визитная карточка белого цвета со строгим черным шрифтом.

Текст визитной карточки должен быть предельно простым, легко читаемым, и не золотого или еще какого–либо экзотического оттенка, а черного цвета, без цветных или золотых напылений, объемных изображений и т.п. элементов «украшения». *Чем проще карточка, тем больше в ней достоинства и элегантности.*

Не рекомендуются визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке с одной стороны и на иностранном языке с другой стороны.

Предпочтительнее делать отдельные комплекты визитных карточек на русском и иностранном языке.

Использование визитной карточки на родном языке делового партнера – проявление уважения к нему. При этом важно чтобы текст карточки подготовил профессиональный переводчик.

Основные требования к оформлению визитных карточек следующие (см. таблицу 5.2).

Таблица 5.2

Основные требования к оформлению визитных карточек

Наименование показателя	Основные требования
Качество бумаги	Визитные карточки печатаются на плотной мелованной бумаге высокого качества
Размер карточки	Наиболее распространенный размер визитных карточек 90х50 мм. Значительные отклонения от этих размеров нежелательны – визитки большего размера не помещаются в стандартные визитницы
Расположение текста	Текст на визитной карточке принято располагать вдоль длинной стороны
Размер и тип шрифта	Размер и тип шрифта визитных карточек строго не регламентируются

Наименование показателя	Основные требования
Цвет шрифта и цвет фона	Классическим вариантом считается визитная карточка белого цвета со строгим черным шрифтом.
Расположение эмблемы	На карточке работника фирмы может быть изображена эмблема фирмы (эмблема может быть выполнена в цвете)
Расположение герба страны	На карточке представителя государственного учреждения может быть изображен герб страны (герб может быть выполнен в цвете)
Особенности оформления карточки <i>сотрудника, занимающего руководящую должность</i>	1) При оформлении карточки <i>сотрудника, занимающего руководящую должность</i>: а) имя, отчество, фамилия <i>руководящего сотрудника</i> фирмы печатается в центре карточки; б) должность более мелким шрифтом под именем; в) название, адрес фирмы помещаются в левом нижнем углу; г) номер телефона, телефакса помещается в нижнем правом углу
Особенности оформления карточки <i>сотрудника, не занимающего руководящую должность</i>	При оформлении карточки <i>сотрудника, не занимающего руководящую должность</i>: а) в центре карточки печатается название и адрес фирмы; б) в нижнем левом углу карточки печатается имя, отчество, фамилия <i>сотрудника</i>; в) номер телефона, телефакса помещается в нижнем правом углу
Карточки на иностранном языке	Если визитная карточка напечатана на иностранном языке, фамилия и имя владельца пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой.

5.3 Правила вручения визитных карточек

При деловом знакомстве обмен визитными карточками обязателен. Если кем-либо из участников встречи не вручена карточка, это быть может расценено как неуважение, нежелание продолжать контакты – ни деловые, ни личные, а также как пренебрежение.

При вручении визитных карточек необходимо соблюдать следующие правила:

1) при обмене визитными карточками первым вручает свою визитную карточку младший по должности, если должности равны – младший по возрасту;

2) визитная карточка вручается таким образом, чтобы текст ее был сразу прочитан. При этом владельцу визитной карточки следует вслух произнести свою фамилию, чтобы облегчить деловому партнеру ее запоминание;

3) получивший карточку должен, держа ее в руке, прочитать ее содержание, поблагодарить и убрать в кейс, папку или во внутренний карман (но не в наружный) пиджака. Вручается и принимается визитная карточка обычно правой рукой, при этом оба деловых партнера обмениваются легкими поклонами;

4) если деловая встреча проходит за рубежом, то первыми вручают свои визитные карточки представители принимающей фирмы, т.е. «хозяева»;

5) представителям ближневосточных стран карточку принято вручать правой рукой, в странах Азии, в частности в Корее, Китае, Японии – обеими руками.

Принимают визитные карточки также правой рукой или обеими руками. Таковы традиции, и их надо уважать;

5) во время деловых переговоров можно положить визитные карточки перед собой в том порядке, в котором сидят деловые партнеры.

Нельзя использовать чужие визитные карточки для записи во время переговоров, складывать их, и просто вертеть в руках. Это будет воспринято как знак неуважения к хозяину карточки и, следовательно ко всем остальным.

5.4 Использование визитных карточек в качестве письменного послания

При выполнении функции письменного послания в настоящее время в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки проставляются установившиеся в международном протоколе обозначения (начальные буквы соответствующих французских слов), указывающие на повод, по которому посылается карточка (см. таблицу 5.3).

Таблица 5.3

Обозначения, указывающие на повод, по которому посылается карточка

Обозначение	Повод, по которому посылается карточка	Ответ на посланную визитную карточку
p.f. (pour feliciter)	Поздравление с праздником	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
p.f.N.A. (pour feliciter a Nouvelle Annee)	Поздравление по случаю Нового года	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
p.r. (pour remercier)	Выражение благодарности	Принято не отвечать
p.f.c. (pour faire connaissance)	Выражение удовлетворения знакомством	
p.c. (pour condoleance)	Выражение соболезнования	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
p. p. p.	Выражение соболезнования с готовностью помочь	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят

Обозначение	Повод, по которому посылается карточка	Ответ на посланную визитную карточку
р. р. (pour presenter)	Для заочного представления	Ответ дается визиткой без подписи. Это означает, что представление принято и можно налаживать личные контакты
р. р.с. (pour prendre conde)	При прощании вместо личного визита (например, в случае отъезда из страны пребывания)	Принято не отвечать

Эти французские выражения приняты во всем мире и употребляются независимо от того, на каком языке говорят жители страны.

Так, например, в приглашении на деловой ужин принято указывать форму одежды, используя все те же устоявшиеся французские слова: «cravate noire (черный галстук)», т.е. имеется ввиду, что на ужин необходимо явиться в смокинге. Некоторые фирмы под французским текстом пишут аналогичный английский: «blake tie» – если гостей приглашают в смокингах, или «white tie» – если гостей приглашают во фраках. Однако полностью заменить французские слова английскими, т.е. нарушить вековые традиции этикета, никто не решается.

Если деловой человек хочет быть представлен определенному лицу, он может воспользоваться своей карточкой и карточкой другого делового человека, который хорошо знаком с тем, с кем данный человек хочет познакомиться. Тогда свою карточку и карточку посредника с надписью **р. р.** отправляют по почте или отвозят сами в офис. Инициатору знакомства положительный ответ на его послание отправляют по указанному им адресу визитной карточкой без надписей. После этого можно позвонить и договориться о встрече.

Поводы, по которым посылается визитная карточка перечислены в таблице 5.4.

Таблица 5.4

Поводы, по которым посылается визитная карточка

Повод, по которому посылается визитная карточка	Особенности применения визитной карточки	Ответ на посланную визитную карточку
Посылка сувенира, подарка, букета цветов	Внизу карточки (обязательно в третьем лице) пишется, например, «С наилучшими пожеланиями»	Ответ дается визиткой с надписью «Благодарит за внимание»
В менее официальных случаях, например, при поздравлении с национальным праздником	Внизу карточки (обязательно в третьем лице) пишется, например, «Поздравляет с национальным праздником»	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
Приглашение на неофициальный прием	Вверху карточки пишут фамилию, имя и отчество приглашенного, а внизу – место, число и время проведения приема	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
При изменении адреса	Новую визитную карточку вместе со старой отправляют по почте своим знакомым	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят
При посылке карточек в одном конверте нескольким лицам, работающим в одной организации	В верхнем левом углу каждой карточки пишется фамилия лица, которому она адресована	Ответ дается визиткой с буквами p.r. , т.е. благодарят

Правила, которые необходимо соблюдать при применении визитных карточек, перечислены на рисунке 5.3.

Рисунок 5.3 – Правила применения визитных карточек

Вопросы для контроля знаний по теме 5:

1. Как исторически развивалась система требований к форме и содержанию визитной карточки?
2. Охарактеризуйте визитную карточку как инструмент делового общения.
3. Каковы формы использования визитной карточки в современном деловом мире?
4. Как следует вручать и получать визитную карточку?
5. С какой целью загибают верхний правый угол визитной карточки?
6. Каковы правила применения визитных надписей?
7. Надо ли подписывать визитные карточки, ставить дату отправки?
8. Можно ли отвечать на присланные визитные карточки по телефону?
9. Можно ли отправлять визитные карточки по почте, или они должны быть обязательно вручены лично?
10. Существуют ли требования к оформлению визитных карточек?
11. В случае использования визитной карточки для передачи информации возможно ли дополнительное внесение текста?
12. Какие новые виды визитных карточек появились в последние десятилетия в деловой практике?
13. Каковы перспективы использования визитных карточек в будущем?
14. Повлияло ли появление сети Интернета на вид, форму и практическое использование визитных карточек?

Тема 6. ОДЕЖДА И ВНЕШНИЙ ОБЛИК ДЕЛОВОГО МУЖЧИНЫ

6.1 Общая характеристика стиля делового мужчины

Успех в бизнесе зависит от компетентности делового человека, его профессионализма, активности и многих других факторов. Косвенные факторы также влияют на успех, и внешний облик делового человека – именно тот фактор, который тоже определяет эффективность деловых связей и способствует созданию необходимой рабочей атмосферы.

Внешний вид и манеры – это то, что окружающие вас партнеры по бизнесу видят и оценивают сразу, пока еще не состоялось обсуждение предполагаемых сделок, пока еще не лежит на столе проект договора.

Общая характеристика стиля делового мужчины представлена на рисунке 6.1.

Рисунок 6.1 – Характеристика стиля делового мужчины

6.2 Основные требования к внешнему виду делового мужчины

Основной вид мужской деловой одежды – костюм–тройка. В деловом этикете существуют требования к цвету и ткани костюма (см. таблицу 6.1).

Таблица 6.1

Цвет и ткань мужского делового костюма

Цвет, ткань костюма	Характеристика костюма, ткани	Преимущества костюма	Применение костюма
Темно–синий цвет костюма	Костюм темно–синего цвета более строгий и официальный, чем другого цвета.	Темно–синий цвет костюма не запоминается, потому что он нейтральный, следовательно его можно надевать не один раз в неделю в сопровождении разных сорочек и галстуков. Темно–синий цвет делает цвет лица своего “носителя” более здоровым, в таком костюме вы не будете выглядеть уставшим к концу рабочего дня.	Ежедневное деловое общение.
Серый цвет костюма	Костюм серого цвета психологически мягче, “теплее”.	Деловой мужчина в сером костюме выглядит приятным, дружелюбным, располагающим к беседе и общению. Темно–серый костюм будет выглядеть более дорогим, независимо от истинной его цены, а светло–серый костюм – более дешевым.	Ежедневное деловое общение.

Цвет, ткань костюма	Характеристика костюма, ткани	Преимущества костюма	Применение костюма
Черный цвет костюма	Костюм черного цвета – символ торжественности делового мероприятия, – независимо от того, сопровождается ли оно позитивными настроениями (деловой прием) или негативными (траурная церемония).		Для торжественных мероприятий, для вечерних деловых приемов и траурных церемоний.
Цвет костюма бордо, коричневый, болотно–зеленый и т.п.	Эти цвета для костюмов для отдыха, спорта. Для костюмов для делового общения не применяются.		В деловом общении не применяются.
Костюм из ткани в полосу	Полоска не должна быть слишком широкой или резкой, контрастной.	Костюм в полосу делает фигуру более стройной.	Ежедневное деловое общение.

Цвет, ткань костюма	Характеристика костюма, ткани	Преимущества костюма	Применение костюма
Костюм из ткани в клетку	Клетка не должна быть слишком широкой или резкой, контрастной. Клетка должна быть еще менее заметна, чем полоска.		Ежедневное деловое общение.
Костюм из ткани букле и твид	Такой костюм не носится целиком, используется обязательно пиджак из букле или твида с брюками из гладкокрашеной ткани и гладкой фактуры.		Ежедневное деловое общение.
Костюмы и пиджаки из вельвета, бархата, кожи	Эти ткани для костюмов для отдыха, спорта. Для костюмов для делового общения не применяются.		В деловом общении не применяются.
Костюм из ткани из сильно крученой нити	Такая ткань хорошо сохраняет форму костюма.	Такая ткань для костюма не мнется, “стрелки” на брюках держатся долго, при попадании под дождь долго остается сухой. К концу рабочего дня костюм из такой ткани не будет выглядеть мятым.	Ежедневное деловое общение.

Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений делового мужчины представлены в таблице 6.2:

Таблица 6.2

**Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений
делового мужчины**

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений делового мужчины
Деловой костюм	Деловой костюм, как и вся одежда делового человека соответствует моде, но умеренно, экстравагантность в деловой одежде, особенно мужской, не допустима. Пиджак носят застегнутым, но нижняя пуговица однобортного пиджака не застегивается, чтобы дать некоторую свободу шага и удобство в случае, когда человек садится. В прочем, в последнем случае пиджак можно вообще расстегнуть. Двубортный пиджак всегда застегнут на все пуговицы. По интенсивности окраски на первом месте – пиджак, на втором – галстук, на третьем – сорочка. Два элемента костюма подряд не должны иметь узор. Если галстук в полоску, то сорочка, являющаяся следующим элементом, не может быть полосатой, а пиджак может. Если сорочка в полоску, то пиджак и галстук должны быть без рисунка. Не допускаются в мужском деловом костюме элементы спортивного и военного стиля, например, накладные карманы, погончики.
Сорочка	Сорочка должна быть всегда светлых тонов – белая, светло-серая, светло-голубая, светло-песочного оттенка. Цвет сорочки должен гармонировать с цветом костюма. Сорочка, надеваемая с костюмом, должна иметь длинные рукава. Манжеты сорочки должны быть видны из-под рукавов пиджака на 1,5–2 см.

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений делового мужчины
Галстук	Деловой костюм без галстука не носится. Цвет (или цвета) галстука должен гармонировать с цветом сорочки и костюма. Галстук должен быть светлее костюма и темнее сорочки. Галстук может быть однотонным или иметь рисунок геометрического характера – полосы, мелкие квадраты, ромбы, окружности и т.п. В завязанном состоянии галстук должен касаться нижним концом пряжки ремня. Ширина галстука должна быть соразмерна ширине лацканов пиджака.
Обувь	Обувь – кожаные полуботинки, цвет только черный, только на шнурках, подошва тонкая, без рантов. Допускается, например летом, к серому костюму темно–коричневый цвет обуви. Не допускается обувь из замши, лаковая (она для вечерних деловых приемов). Никогда не надевайте костюм и спортивную обувь.
Носки	Носки – их цвет повторяет цвет обуви. Недопустим цветной рисунок на носках, он может быть только фактурный.
Носовой платок	У вас должно быть два носовых платка светлых тонов – белого, нежно–серого и т.п., но ни в коем случае не в яркую клетку.
Брючный ремень	Брючный ремень должен быть только из натуральной кожи, темного цвета, со скромной пряжкой.

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений делового мужчины
Верхняя одежда	В верхней одежде, как и в костюме, не допускаются черты спортивного и военного стиля, предпочтительный цвет – серый, черный, синий.
Шарф	Шарф – этот элемент гардероба может быть и ярким и скромным по расцветке, но должен гармонировать со всей прочей одеждой. Недопустим в деловой одежде шарф ручной вязки.
Головной убор	Головной убор – должен соответствовать моде, но умеренно.
Аксессуары	Аксессуары – визитка, портмоне, папка или кейс, футляр для очков и др. – предпочтительно из натуральной кожи. Цвет аксессуаров – черный, темно–серый, никаких ярких расцветок. Надев костюм, не берите сумку спортивного типа (только дипломат, кейс, портфель, папку).
Украшения	Украшениями в деловой мужской одежде может быть только одно кольцо, допускается натуральный камень, но цвет камня – серый, черный, бесцветный. Обручальное кольцо украшением не является, это символ семейного статуса.
Запонки и булавка для галстука	Запонки и булавка для галстука должны составлять единое целое по оформлению, т.е. комплект. Они не должны быть слишком крупными, должны быть выполнены из натуральных материалов. Булавка крепится к галстуку на уровне четвертой пуговицы сверху сорочки.
Ручка для письма	При подписании деловых бумаг используются перьевые ручки хорошего качества. “Рекламные” авторучки в солидном офисе не должны фигурировать.

Парфюмерные и косметические средства, используемые деловым мужчиной, должны быть одного наименования, запах должен быть сведен к минимуму.

Прическа делового мужчины – по моде, но в умеренном ее выражении. Сзади волосы не должны быть длиннее верхнего края воротника сорочки.

Современный деловой этикет отрицательно относится также к бороде и усам как элементам внешнего вида.

6.3 Одежда для деловых приемов

Одежда для деловых приемов, так же как и повседневная деловая, отличается консервативностью, приверженностью к традициям.

Основные требования к одежде для деловых приемов представлены в таблице 6.3.

Таблица 6.3

Основные требования к одежде для деловых приемов

Вид делового приема	Основные требования к одежде для деловых приемов
Все виды деловых приемов, начинающиеся до 19 часов	Рекомендуется одноцветный костюм неяркого тона; чем ближе к вечеру, тем костюм темнее. Обувь – черные полуботинки. Если прием проходит летом, то к одноцветному костюму неярких тонов допускается темная цветная обувь гармонирующего с костюмом цвета.
Деловые приемы, начинающиеся в 19 часов и позже	Рекомендуется костюм темного цвета, это вполне может быть и черный костюм. Обувь – черные полуботинки.
Если в приглашении на вечерний прием указано быть в смокинге	К смокингу рекомендуется сорочка белого цвета, галстук – неяркой расцветки или галстук–бабочка. Цвет галстука должен гармонировать с цветом костюма. К смокингу необходима лаковая обувь.

Вопросы для контроля знаний по теме 6:

1. Есть ли связь между внешним видом делового мужчины и его успехом в бизнесе?
2. Каковы характерные черты внешнего вида и манер современного делового мужчины?
3. Можно ли спрогнозировать (на основании анализа исторического развития требований к внешнему виду), как изменятся внешний облик, манеры, имидж делового мужчины в будущем?
4. Что является недопустимым в современной деловой одежде бизнесмена?
5. Каковы принципы формирования гардероба делового мужчины?
6. Перечислите характерные особенности цвета и фактуры тканей для мужской деловой одежды?
7. Каковы основные требования к имиджу современного делового мужчины?
8. Какие виды обуви не допускаются правилами этикета на деловых встречах?
9. По каким причинам правила этикета не допускают пользование рекламными авторучками при заключении контракта?

Тема 7. ОДЕЖДА И ВНЕШНИЙ ОБЛИК ДЕЛОВОЙ ЖЕНЩИНЫ

7.1 Основные требования к одежде и внешнему облику деловой женщины

В современном деловом мире женщина играет все более значительную роль. Требования, предъявляемые к одежде деловой женщины, в принципе мало чем отличаются от требований, предъявляемых к одежде делового мужчины, однако деловой этикет в целом относится к женщине более снисходительно, позволяя ей во многом отходить от жестких мужских стандартов.

Отличия касаются прежде всего цвета, и, хотя основной вид повседневной деловой одежды у женщины, как и у мужчины, – костюм, гамма цветов этого костюма для женщины весьма обширна.

Женский костюм может быть практически любого цвета, но нельзя допускать ярких оттенков в деловой одежде, а также резких контрастных сочетаний. Умеренность – вот тот принцип, который не следует нарушать в расцветках женского делового костюма.

Консервативный костюм был и остается главным предметом гардероба деловой женщины.

Современный гардероб деловой женщины, как правило, должен содержать не менее пяти типов костюмов (см.таблицу 7.1).

Деление костюмов на пять типов достаточно условно и не отражает фактического многообразия.

Деловой этикет позволяет женщине следовать моде, но в умеренном ее выражении.

Тип одежды следует определять исходя из сложившейся ситуации.

Пять типов костюмов современной деловой женщины

Тип костюма	Характеристика костюма
Костюм первого типа	Это <i>традиционный костюм</i>, который имитирует цвета и дизайн мужского костюма, жакет может быть с лацканами и без них. Если вы собираетесь на собеседование в фирму, деловая сфера которой вам не знакома, цвет такого костюма должен быть темно–синим или серым.
Костюм второго типа	Костюм второго типа <i>отличается цветом</i>, это могут быть различные оттенки – красного, пурпурного, малинового, фиолетового. Главное, цвет не должен быть контрастным, кричащим, ярким.
Костюм третьего типа	Костюм третьего типа представляет собой стильную <i>профессиональную модель</i>. Различные цветовые оттенки и покррой обуславливают создание имиджа, символизирующего мягкость и женственность деловой женщины.
Костюм четвертого типа	Это <i>изысканные костюмы пастельных тонов</i> (бледно–желтого, кремово–белого), изысканность и женственность которых подчеркивают маленькие воротнички из бархата.
Костюм пятого типа	Пятый тип костюма (<i>“костюм для успеха”</i>) консервативного покроя предпочитают преуспевающие деловые женщины. Он может быть темно–сливовым, темно–бордовым и т.п., его элегантность, безупречность незаменимы при работе с самыми высокопоставленными особами.

Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений деловой женщины представлены в таблице 7.2:

Таблица 7.2

**Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений
деловой женщины**

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений деловой женщины
Деловой костюм	Основной вид повседневной деловой одежды женщины – костюм, т.е. классический пиджак с английским воротником и на подкладке с английской юбкой, также на подкладке. Что касается конкретного фасона костюма, то деловой этикет “любезно” позволяет женщине следовать моде, однако в самом умеренном ее выражении. Принято считать классическими три варианта длины юбки: до колена, по колению, до середины икроножной мышцы. В фасоне костюма не рекомендуется использование элементов спортивной и военной одежды (погончики, накладные карманы и т.п.). Костюм может быть практически любого цвета, но нельзя допускать ярких оттенков, а также резких контрастных сочетаний. Для весны и лета необходим светлый костюм. Рекомендуемые цвета: слоновой кости, серовато–бежевый, серовато–коричневый. Чем светлее костюм, тем более качественного пошива он должен быть. Черный женский деловой костюм постепенно вытесняется из числа допустимых как деловая одежда на каждый день, оставаясь, как и черный мужской костюм, одеждой для вечера или для торжественных мероприятий.

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений деловой женщины
Блузка	Блузка к женскому костюму рекомендуется светлая, по цвету гармонирующая с костюмом.
Платье	Деловая женщина может быть одета и в платье–костюм. На легкое платье из шелка следует надевать жакет.
Обувь	Обувь должна соответствовать моде, но в самом умеренном ее выражении. Рекомендуется классическая “лодочка” черного цвета, или темно–синего, коричневого (под цвет костюма). Классический фасон “лодочки” не предполагает никаких украшений типа бантиков и т.д. Высота каблука – по желанию, но однако не стоит выбирать туфли с каблуком утрированной формы. Обувь деловой женщины – из кожи, но не из замши и велюра. В летней обуви открытые носки не допустимы. Цвет летней обуви выбирают под цвет одежды: бежевый, светло–серый.
Чулки (колготы)	Рекомендуется телесного цвета, без рисунка; носят всегда независимо от времени года.
Изделия из трикотажа	В женской деловой одежде исключаются предметы из трикотажа: жилеты, джемперы, и т.д.
Сумка	Сумка составляет элемент комплекта “сумка – туфли – перчатки”, т.е. сумка должна быть из кожи того же цвета, что и туфли, – предпочтительно черного. Для документов может применяться кейс, папка.

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений деловой женщины
Аксессуары	Записная книжка, папка для визиток, футляр для очков и прочие подобные мелочи должны быть недешевыми, отличаться вкусом, т.е. не должны содержать избыточное число “украшательских” элементов
Очки	Очки придают женщине деловой вид. Женщина в затемненных очках, даже в самых модных и дорогих, не вызывает доверия.
Ручка для письма	Для подписания деловых бумаг необходима элегантная дорогая перьевая ручка.
Украшения	Украшения в одежде деловой женщины вполне допустимы: бусы – не слишком крупные и не слишком длинная нить; брошь – предпочтительно из натуральных материалов; кольца – одно или два, можно с камнями, но не слишком объемными, обручальное кольцо в счет не идет. Не рекомендуется смешивать разные украшения. Недопустимо смешивать цвет металла в украшениях (обручальное кольцо в счет не принимается). Исключение составляют двухцветные украшения.
Верхняя одежда	Верхняя одежда не должна содержать спортивных и прочих “неделовых” элементов. Куртка весьма нежелательна, поскольку это разновидность спортивной одежды. Предпочтительнее пальто, плащ классических фасонов.
Шарф	Шарф может быть длинным и коротким, но обязательно фабричного изготовления, ни в коем случае не ручной вязки.

Вид одежды, аксессуаров, украшений	Основные правила при выборе одежды, аксессуаров, украшений деловой женщины
Головной убор	Головной убор должен быть по погоде, в соответствии с модой, но в умеренном ее выражении. Не рекомендуются яркие расцветки, обилие украшений, вычурные фасоны.
Перчатки	Перчатки должны быть кожаные, под цвет обуви. Цвет может быть черный, коричневый, допустим серый.

Требования делового этикета к прическе, макияжу и косметике деловой женщины представлены в таблице 7.3.

Таблица 7.3

Основные требования делового этикета к прическе, макияжу и косметике деловой женщины

Наименование	Основные требования делового этикета к прическе, макияжу и косметике деловой женщины
Прическа	Прическа деловой женщины допускается по моде, но есть определенные ограничения: длина распущенных волос не должна быть ниже линии плеч. Если волосы длинные – их следует заколоть определенным образом.
Макияж	Макияж не обязателен, но и не возбраняется. Макияж не должен быть чрезмерным, не должен быть “видным”.
Маникюр	Маникюр – обязателен, а вот покрытие ногтей лаком – нет. Лак может применяться только естественных тонов, не останавливающий на себе взгляд.
Косметика	Средства парфюмерии и косметики не должны доставлять неудобства коллегам, запах духов должен быть едва ощутим.

7.2 Одежда для деловых приемов

Одежда для деловых приемов, так же как и повседневная деловая, отличается консервативностью, приверженностью к традициям.

Основные требования к одежде для деловых приемов представлены в таблице 7.4.

Таблица 7.4

Основные требования к одежде для деловых приемов

Вид делового приема	Основные требования к одежде для деловых приемов
Все виды деловых приемов, начинающиеся до 20 часов	Рекомендуется платье или костюм строгих и скромных тонов. Обувь – туфли из кожи на удобном каблуке.
Деловые приемы, начинающиеся после 20 часов	Рекомендуются более нарядные и открытые (вечерние) платья. Они могут быть длинными и обычной длины. Можно остановиться на классическом костюме традиционного английского стиля, однако выполненного из “парадных” тканей – атласа, шелкового бархата и т.д. Одежда дополняется вечерними туфлями из кожи или замши на удобном каблуке и маленькой сумочкой.

Вопросы для контроля знаний по теме 7:

1. Назовите характерные особенности современного женского делового костюма.
2. Перечислите основные требования к цвету, фактуре, сочетаемости тканей, аксессуаров, украшений и пр. в одежде деловой женщины, в том числе в верхней одежде.
3. Как проявляется мода в подборе гардероба современной деловой женщины?

Тема 8. ЭТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

8.1 Правила поведения в приемной и в кабинете руководителя

В деловом этикете нет мелочей. Поведение руководителя создает его имидж, свидетельствует о его культуре. Правила поведения в приемной и в кабинете руководителя представлены в таблице 8.1.

Таблица 8.1

Правила поведения в приемной и в кабинете руководителя

Ситуация	Правила поведения в данной ситуации
Приемная руководителя	Секретарь регулирует “поток” посетителей к руководителю.
Если у руководителя нет приемной и секретаря	Если нет приемной и секретаря, подчиненные <i>не стучатся, приоткрывают дверь и спрашивают позволения войти.</i> Не получив ответа в кабинет входить нельзя. Если руководитель говорит по телефону, надо дождаться, когда он закончит разговор.
Подчиненный в кабинете руководителя	Когда сотрудник получает разрешение войти в кабинет руководителя, он должен поздороваться, дойти до приставного стола и остановиться. <i>Без разрешения или приглашения садиться не следует.</i> Руководитель не всегда обязан приглашать присесть подчиненного.
Если подчиненный идет к руководителю после рабочего дня	Если вы идете к руководителю после рабочего дня, в обеденный перерыв – <i>стучаться обязательно</i> , потому что это личное время руководителя.

Ситуация	Правила поведения в данной ситуации
В кабинет руководителя входит посетитель	Если руководитель находится в своем кабинете, а в кабинет входит посетитель: хозяин кабинета встает, застегивает пиджак и выходит из-за стола, приветствуя посетителя. <i>Руку для рукопожатия при этом всегда подает первым хозяин кабинета (пол и возраст не играют роли).</i> Не следует идти навстречу посетителю с протянутой рукой. Нельзя протягивать руку для рукопожатия через стол. Хозяин кабинета предлагает посетителю сесть. Более почетным считается место лицом или боком к окну, при этом хозяин кабинета обычно садится лицом к двери. Женщине, вошедшей в кабинет в качестве посетительницы, принято не указывать на конкретное место, на которое она должна сесть. Хозяин кабинета в этом случае может сказать: «Пожалуйста, садитесь, где Вам удобнее».

8.2 Этика проведения делового совещания

Проведение совещания по заранее продуманному и выверенному сценарию является одним из важных моментов деятельности руководителя. Наметив тему совещания, определив дату и время его проведения, составив список обязательных участников, руководитель поручает секретарю заранее проинформировать коллектив о предстоящем совещании. Основные правила этики при проведении делового совещания представлены в таблице 8.2. и на рисунке 8.1.

Рисунок 8.1 – Основные правила этики при проведении делового совещания

Основные правила этики при проведении делового совещания

Наименование	Правила этики при проведении делового совещания
Стиль проведения совещания	Стиль проведения совещания должен быть предельно деловой. Демократичность, краткость деловитость, точное следование установленному порядку – соблюдение руководителем этих требований обеспечит этику делового совещания.
Соблюдение регламента совещания	Совещание следует начинать в точно назначенное время, не ожидая опоздавших, так как соблюдение регламента совещания, в том числе времени его начала, – знак уважения к присутствующим. Руководитель не должен предлагать для обсуждения вопросы, не обозначенные в повестке дня.
Процесс проведения совещания	Нельзя “давить” на подчиненных – участников совещания, навязывая им то или иное решение. Чем демократичнее ведет себя руководитель, соблюдая уважительное отношение к подчиненному, тем более успешными будут результаты проведенного совещания.
Контроль за временем	Не стоит руководителю, проводящему совещание, постоянно смотреть на ручные часы. В помещении, где проходит совещание, необходимо иметь настенные часы. Если этого нет, а следить за временем необходимо, следует снять наручные часы и положить их перед собой.

Наименование	Правила этики при проведении делового совещания
Опоздание на совещание	Неэтично руководителю допрашивать опоздавшего на совещание, какова причина его опоздания. Не стоит прерывать для этого ход совещания, и опоздавшему не следует объяснять причину. Деловой человек никогда не опоздает на совещание, но если это все же случилось, очевидно для этого есть веская причина. Однако после совещания руководителю все же имеет смысл выяснить, что заставило подчиненного опоздать, или хотя бы сделать ему замечание. Совершенно исключается с точки зрения этики опоздание на совещание самого руководителя.
Подведение итогов и окончание совещания	После того как руководитель подведет итоги и объявит об окончании совещания, он встает первым, а за ним подчиненные. Нужно уважать себя и других.

8.3 Этика проведения приема по личным вопросам

Перед приемом по личным вопросам руководителю следует взять у секретаря список записавшихся на прием по личным вопросам и запомнить их имена и отчества. Лучше обращаться к сотрудникам по имени–отчеству, такое обращение на порядок поднимает авторитет руководителя.

Основные правила этики при проведении приема по личным вопросам представлены в таблице 8.3.

Основные правила этики при проведении приема по личным вопросам

Наименование	Правила этики при проведении приема по личным вопросам
Стиль проведения приема по личным вопросам	Посетителя нужно слушать внимательно, при необходимости делать пометки в своем блокноте.
Прием сразу нескольких сотрудников, если они хотят решить один и тот же вопрос	Никогда нельзя приглашать одновременно нескольких посетителей, даже если они хотят решить один и тот же вопрос. У каждого своя точка зрения на один и тот же наболевший вопрос и ему надо высказать ее без посторонних.
Телефонные звонки во время приема по личным вопросам	Телефонные звонки не должны мешать работе руководителя во время ведения приема по личным вопросам. Все переговоры в день приема ведет секретарь.
Контроль за временем	Во время приема по личным вопросам руководителю смотреть на часы неприлично. Время, отведенное для приема сотрудников по личным вопросам, должно принадлежать им. Но это не значит, что кому-то можно говорить долго и не по существу.
Отказ в выполнении просьбы сотрудника	Если руководитель по каким-либо причинам в данный момент не может выполнить просьбу посетителя, он должен отказать ему, но так, чтобы не обидеть человека, чтобы тот понял: отказ обоснован, в настоящее время решить проблему невозможно, но она, скорее всего, будет решена в будущем. Желательно, чтобы и срок, хотя бы приблизительный, для решения вопроса был намечен.

Вопросы для контроля знаний по теме 8:

1. Укажите основные этические нормы поведения руководителя.
2. Каковы этические нормы поведения руководителя во время делового совещания?
3. Каковы этические нормы поведения руководителя во время приема по личным вопросам.
4. Укажите этические требования к общению руководителя с подчиненными.
5. Каковы наиболее распространенные ошибки этического свойства в поведении руководителя?

Тема 9. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ КРИТИКИ

9.1 Функции критики как обязательной составляющей служебной деятельности

Необходимость критического разбора работы сотрудников – это одна из специфических функций руководителя любого ранга. Если он в силу каких-либо причин отказывается от ее выполнения, то это может стать прямым путем к снижению исполнительности и дисциплины во вверенном ему подразделении.

С другой стороны, человеческая психика устроена таким образом, что практически любая критика в наш адрес воспринимается болезненно.

Выполнение руководителем функций критического разбора деятельности и поведения сотрудников является зачастую источником обид, взаимных упреков, обострения отношений.

Критика является достаточно сложным, ответственным элементом делового общения, часто приводящим к противоречивым последствиям. Сталкиваясь с объективной или субъективной необходимостью критических замечаний в чей-то адрес, следует проявлять максимальную осторожность и корректность.

Игнорирование, а чаще незнание правил критики приводит к тому, что у критикуемой стороны возникает “защитный барьер”, обида, чувство ущемленного достоинства. В результате даже полезная, объективная критика не воспринимается конструктивно.

8.2 Правила конструктивной критики

Конструктивная критика – это высказывания, указывающие на недостатки в действиях кого-либо, основанные на соблюдении этических норм.

На рисунке 9.1 представлены основные правила критики и их рекомендуемая последовательность.

Рисунок 9.1 – Основные правила конструктивной критики

Соблюдение этических норм и правил критики вряд ли способно полностью устранить ее негативное воздействие на психическое самочувствие и настроение критикуемой стороны. Однако выполнение этих норм и правил может свести к минимуму остроту рассматриваемой проблемы, сохранить нормальные взаимоотношения между сотрудниками. Правила критики направлены на повышение ее конструктивности и восприимчивости.

Во многих случаях важным является не только соблюдение правил критики, но и общая последовательность их применения в процессе беседы.

Ответ на вопрос «Имеете ли вы право критиковать?» зависит от той профессиональной роли, которую выполняет критикующий в организации. Если по своим профессиональным функциям вы не наделены правом критического разбора деятельности других сотрудников, лучше откажитесь от критики в чей-либо адрес. Она вряд ли будет воспринята конструктивно и по-деловому.

8.3 Принципы восприятия критики

Руководитель имеет право на критический разбор деятельности подчиненных – это одна из его непростых функциональных обязанностей.

Исходя из этого, подчиненным нужно чаще обращаться к принципам восприятия критики и стараться использовать их в своих взаимоотношениях с руководителем.

Принципы восприятия критики помогают объективно и взвешенно оценить негативные моменты в собственной профессиональной деятельности, а также увидеть положительные элементы в критическом разборе своего труда и поведения. Обращаясь к принципам восприятия критики можно снизить остроту рассматриваемой проблемы и реагировать на критику достаточно адекватно.

В таблице 9.1 представлены принципы восприятия критики.

Принципы восприятия критики

№ п/п	Содержание принципа
1	Восприятие критики должно быть направлено на то, чтобы убедить нас в принципиальном отсутствии бесполезных критических замечаний, – <i>любая критика является формой помощи</i> (пусть даже несколько специфической) в решении возникающих в процессе профессиональной деятельности проблем.
2	Эффективное восприятие критики предполагает <i>абстрагирование от того, кто критикует и в какой форме</i> . В любом случае следует выделить в критических замечаниях их деловую сущность и рациональное “зерно”.
3	Центральный принцип конструктивного и делового восприятия критики – отказ от навязчивого психологического стереотипа, заставляющего нас считать все то, что мы делаем, нормальным и не нуждающимся в совершенствовании. <i>Всегда можно делать ту или иную работу лучше – постарайтесь принять эту точку зрения с позиции критикующей стороны.</i>
4	<i>Воспринимайте любую критику с благодарностью</i> (как бы это ни казалось трудным и неестественным), ведь критикующий вас человек тратит свое время и усилия на прояснение ситуации. При этом он высказывает свое отношение к вашим действиям открыто, а не у вас за спиной.

Вопросы для контроля знаний по теме 9:

1. Объясните место и значение критики в процессе профессиональной деятельности.
2. В чем выражается значимость правил критики?

3. С чего должна начинаться беседа, содержащая элементы критики?
4. Назовите этические нормы проявления уважения к личности критикуемого.
5. Какова последовательность практического применения правил критики в процессе беседы?
6. Какое значение имеют правила восприятия критики и каковы формы их практического использования?
7. Назовите основные принципы восприятия критики.

Тема 10. СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

10.1 Значение подарков и сувениров в современной деловой практике

Вопрос о подарках один из самых деликатных в деловых отношениях. Подарки, как и речь, являются средством общения как внутри организации, так и за ее пределами – с отечественными и зарубежными деловыми партнерами.

В деловой практике часто приходится дарить и принимать сувениры и подарки. Это улучшает деловые связи, демонстрирует благожелательное отношение.

В чем различие между сувениром и подарком? Подарок – это то, что дарят, а цель сувенира (*souvenir* – напоминать) – напомнить о какой-либо встрече или событии.

В современной деловой практике принято дарить подарки по случаю:

- 1) юбилейной даты в деловой жизни сотрудника;
- 2) юбилейной и других значительных дат в жизни фирмы;
- 3) государственных праздников (День независимости и пр.);
- 4) общемировых праздников (Новый год, Рождество и пр.);
- 5) личных праздников в жизни сотрудника (получение диплома и пр.);
- 6) по случаю ухода сотрудника на пенсию;
- 7) юбилейных дней рождения сотрудников;
- 8) деловой встречи с зарубежными партнерами.

Особое внимание следует уделять упаковке подарка.

Серьезным нарушением этикета считается повторение подарка (кроме цветов, шоколадных наборов, спиртных напитков).

Если подарок передается с курьером, к нему прилагается визитная карточка.

В деловой сфере принято использовать в качестве подарков следующие вещи (см.таблицу 10.1):

Что можно использовать в качестве подарков в деловой сфере

Что можно использовать в качестве подарков	Дополнительные требования к подарку
Записные книжки, ежедневники, деловые календари, авторучки, значки (в наборе), брелки для ключей и др. предметы, используемые на рабочем месте	Подарки будут выглядеть веселее, если их украсить гравировкой или монограммой, эмблемой вашей фирмы.
Гравюра, эстамп, картина	Хорошо если их содержание напоминает о чем-либо, связанном с определенной датой, местностью, фирмой, страной
Книга (подарочное издание)	Хорошо, если книга имеет отношение к интересам того сотрудника, кому предназначен подарок: книги по вопросам охоты, рыболовства, репродукции картин известных художников и т.п.
Коробка дорогих конфет	
Спиртные напитки	Спиртные напитки должны быть обязательно в фирменной картонной коробке. Женщинам крепкие спиртные напитки дарить не принято.
Сувенир, имеющий национальный характер: гжельская керамика, жостовский поднос, палехские изделия и т.п.	Такой сувенир можно подарить иностранным деловым партнерам.

Что можно использовать в качестве подарков	Дополнительные требования к подарку
Цветы	Цветы в качестве подарка уместны всегда. Упаковка с цветов не снимается, если составляет с ними одно художественное целое – по цвету, фактуре. Если цветы дарятся иностранному деловому партнеру, то количество, цвет цветов и какие должны быть цветы – определяется в зависимости от деловой культуры страны партнера.

Не рекомендуется в деловом общении дарить: личные вещи (духи, галстук, шарф и т.п.), жемчуг, иконы, часы, зеркала, ножи (и в западных и в восточных деловых культурах это не принято). Не рекомендуется иностранным деловым партнерам дарить матрешки и самовары (они есть почти у каждого иностранца).

Какова должна быть стоимость подарка, чтобы он выполнял функцию напоминания, вызывал приятные ассоциации и при этом не был замаскированной взяткой? В мировой практике этот вопрос решается следующим образом: стоимость подарка, преподнесенного кем-либо сотруднику из внешнего по отношению к данной организации окружения, не должна превышать двадцати долларов.

Можно порекомендовать не превышать этот уровень и при выборе подарка для сотрудника внутри организации.

10.2 Правила делового этикета, действующие при вручении и получении подарков

Правила, действующие при вручении и получении подарков, представлены в таблице 10.2.

Таблица 10.2

Правила, действующие при вручении и получении подарков

Деловая ситуация	Правила, действующие при вручении и получении подарков
Вручение подарков	При вручении подарка произносятся соответствующие фразы поздравительного содержания. В знак уважения и особого внимания подарок вручается двумя руками (исключение составляют мелкие предметы, например коробка с авторучкой), с легким поклоном.
Получение подарков	Принимается подарок двумя руками. Получивший подарок, согласно правилам этикета, должен поблагодарить, развернуть подарок, т.е. снять упаковку (но не с цветов), достать из коробки, выразить умеренное удовольствие. Затем можно снова положить подарок в коробку и убрать ее.
Вручение подарков иностранным деловым партнерам	Необходимо изучить национальные и культурные особенности страны делового партнера, что и как принято дарить в этой стране. Чаще всего принято, что во время первой встречи подарки вручают хозяева, а не гости. Поэтому нужно обязательно преподнести что-либо прибывшему зарубежному представителю в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и предполагают длительные отношения. Подарки следует дарить строго по рангам. Нежелательно руководителю и членам делегации дарить одинаковые подарки. Обмен подарками происходит после подписания документа о сотрудничестве, после того как стороны пожелали друг другу успеха, поблагодарили друг друга за удачное завершение встречи.

Деловая ситуация	Правила, действующие при вручении и получении подарков
Получение подарка стоимостью явно выше допустимой	В том случае, если подарок вручен сотруднику фирмы лично, следует поблагодарить за внимание, а затем сказать: «К сожалению я не могу принять подарок по причине его высокой стоимости». Если подарок прислан по почте или доставлен специально выделенным лицом, его следует отправить назад с запиской такого же содержания. Однако можно порекомендовать и такой вариант действий: обратиться к своему непосредственному руководителю. В последние годы в регламентирующих документах некоторых фирм появилось указание о том, что в случае получения подарка высокой стоимости сотрудник не должен возвращать его дарителю, а обязан передать его по акту передачи в казначейский отдел фирмы.

Вопросы для контроля знаний по теме 10:

1. Каковы основные функции подарков и сувениров в деловой жизни?
2. Перечислите этические требования к подбору и преподнесению подарков в служебной сфере.
3. Какие существуют ограничения по стоимости подарка в деловой сфере?
4. Различаются ли требования к подаркам, преподнесенным отдельному сотруднику, и к подаркам для фирмы?
5. Каковы особенности выбора и преподнесения подарков для иностранных деловых партнеров?

Тема 11. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ С ИНОСТРАННЫМИ ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ

11.1 Приглашение и встреча иностранных деловых партнеров

При приглашении иностранного делового партнера в Российскую Федерацию необходимо решить следующие вопросы: оформить приглашение, получить визу на въезд в нашу страну, зарегистрировать прибывших, составить программу пребывания.

Перед встречей обе стороны обязательно оговаривают условия проведения переговоров (возможно по телефону) и решают следующие обязательные вопросы: цель встречи, место встречи, дата встречи, число участников, наличие переводчика (с чьей стороны он будет), кому и как фиксировать встречу.

К приезду зарубежной делегации готовятся программы пребывания (см.таблицу 11.1).

Таблица 11.1

Программы пребывания

Наименование программы	Назначение программы пребывания
Общая	Общая программа пребывания предназначена для гостей, представляет собой расписанный по дням график пребывания их в стране. Ее готовят на русском языке и языке гостей, распечатывают на высококачественной бумаге, малым форматом и вручают всем членам делегации в начале визита.
Подробная (рабочая)	Подробная (рабочая) программа пребывания предназначена для организаторов приема, представляет собой подробно расписанный по дням график с указанием персонально ответственных лиц за его выполнение.

Наименование программы	Назначение программы пребывания
Программа для жен членов делегации	Если члены делегации прибывают с супругами, то отдельно программа готовится для жен, так как в деловой части визита они могут быть не заняты.

Правила, которые необходимо соблюдать при встрече иностранной делегации, представлены в таблице 11.2.

Таблица 11.2

**Правила, которые необходимо соблюдать при встрече
иностранной делегации**

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при встрече иностранной делегации
Состав встречающих	Количественный и персональный состав лиц, встречающих зарубежную делегацию, определяется с учетом уровня значимости визита. <i>При этом официальный статус встречающего должен соответствовать статусу главы приезжающей делегации.</i> Иногда допускается, что встречать делегацию может не руководитель, а его заместитель. <i>Встречающая сторона должна состоять как минимум из трех человек.</i> <i>Если гость приезжает с супругой, то его встречает глава делегации также с супругой, участвующей в последствии во всех представительских мероприятиях для супруги гостя.</i>

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при встрече иностранной делегации
Приветствие и представление	<i>Первым представляется глава встречающей делегации, если с ним приехала супруга (встречать супругу гостя), то он представляет и ее, далее представляет сопровождающих его лиц – в начале женщин, потом мужчин (по нисходящей).</i> Хозяева вручают цветы дамам, прибывшим в составе делегации гостей.
Обращения	Существуют общие универсальные правила, которых можно придерживаться в международном общении. При обращении к официальным лицам, имеющим государственный статус, воинское звание, дипломатический ранг, ученую степень, в большинстве стран обходятся без упоминания имени: “господин министр”, “господин посол”, “господин мэр”, “господин полковник” и т. д. Исключением является Германия, где в подобном случае все же присоединяется фамилия: “господин доктор Браун”. Согласно этикета, обращаясь к официальному лицу, обычно его как бы повышают в должности. Так, подполковника называют “господин полковник”, заместителя министра – “господин министр”, посланника – “господин посол”. К женщинам предпочтительно обращаться по фамилии мужа. При сложных и труднопроизносимых именах можно прибегнуть к международной форме “мадам”.

11.2 Рассадка по автомашинам

Прежде всего, машину следует подать так, чтобы правая дверца была обращена к тротуару. Правила рассадки гостей в автомашине представлены в таблице 11.3.

Правила рассадки гостей в автомашине

Схема рассадки гостей в автомашине	Правила рассадки гостей в автомашине
	Первым на заднее сидение справа по ходу движения садится наиболее почетный гость (1), за ним, с левой стороны, – гость, занимающий второе по значимости положение (2). Рядом с водителем (В) – переводчик (3).
	Если в машине должен разместиться еще один человек (3), он занимает место между двумя главными гостями (1 и 2), а рядом с водителем садится последний по рангу или занимаемому положению (4).
	В лимузине с откидными сиденьями гости располагаются в порядке, показанном на схеме.
	Если встречающий сидит за рулем в своей личной автомашине, тогда места будут распределяться таким образом: первое почетное место (1) – рядом с встречающим–водителем (В), второе почетное место – заднее правое (2), третье место – заднее левое (3), четвертое – между вторым и третьим (4).

Приглашая почетных гостей сесть в машину, перед ними открывают дверцу, а когда гости сели, закрывают дверцу за ними. Эту функцию должен выполнять либо водитель, либо переводчик, либо кто-то из сопровождающих лиц.

Иногда условия не позволяют подать автомобиль правой стороной к тротуару. В таком случае садящийся на почетное место пассажир пользуется левой дверцей.

Для высадки пассажиров автомобиль подъезжает таким образом, чтобы гости выходили через правую дверцу, причем первым выходит наиболее почетный гость, за ним уже все остальные.

11.3. Особенности проведения переговоров с иностранными деловыми партнерами

Основные правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров, представлены в таблице 11.4.

Таблица 11.4

Правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров
Количество участников	Согласно международной практике, на переговорах принято придерживаться принципа паритета (равенства) количественного состава и уровня представительства делегаций. Его нарушение может повлечь односторонне преимущество одной из делегаций в выработке и принятии решений по обсуждаемым вопросам.
Язык переговоров	Преимущество имеет язык принимающей стороны. Задача состоит в том, чтобы обеспечить качественный перевод выступлений и текстов.

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров
Стенографирование	Международные правила не допускают стенографирование хода переговоров в одностороннем порядке, равно как и использование диктофонов, средств видеозаписи.
Визит вежливости	Первый визит в организацию – это визит вежливости. Он предназначен для того, чтобы при личной встрече окончательно уточнить программу пребывания. В назначенное время гостя встречает в вестибюле ответственный сотрудник фирмы и провожает к руководителю. Прием проходит в специально отведенном помещении, оборудованном диваном и мягкими креслами вокруг журнального столика. В соответствии с протоколом гостя усаживают на диване, а руководитель фирмы садится в кресло, находящееся с левой стороны от дивана. Таким образом, гость должен оказаться по правую руку от хозяина. Первым садится глава принимающей стороны. Если гость прибыл с дамой, то по правую руку от хозяина, т. е. на самом почетном, должна сидеть дама. Гость в этом случае будет сидеть слева, т. е. на втором почетном месте. Инициатива ведения беседы принадлежит хозяину, инициатива ухода – прерогатива гостя. Визит вежливости длится 20–30 минут. Через 5–7 минут после его начала может быть подано угощение: чай, кофе, фрукты, конфеты и т.д.

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров
Встреча гостей в здании, где будут проходить переговоры	Встречает гостей в вестибюле здания работник протокольного отдела или секретарь. Он провожает делегацию в помещение, где в полном составе находится делегация принимающей стороны. Встречающий идет слева от гостя, поскольку место справа считается почетным.
Рассадка участников переговоров	Главы делегаций сидят во главе стола или в центре напротив друг друга, слева от каждого переводчик, остальные члены делегаций размещаются далее по рангам. При проведении многосторонних переговоров делегации рассаживаются вокруг круглого стола в алфавитном порядке по часовой стрелке. Существует еще один (менее распространенный) вариант, когда вокруг стола садятся только главы, а члены делегаций располагаются сзади, во втором ряду. Проведение переговоров за “Т”-образным столом исключается.
Представление участников (если они ранее не были представлены)	Взаимное представление участников происходит до начала переговоров: первым представляется глава делегации хозяев и представляет своих сотрудников. Затем то же делает руководитель делегации гостей.
Продолжительность переговоров	Оптимальная продолжительность переговоров не более двух часов в день. По обоюдному согласию длительность переговоров может быть увеличена, но в таком случае целесообразно сделать перерыв.

Наименование	Правила, которые необходимо соблюдать при проведении международных деловых переговоров
Завершение встречи	Первым по завершении встречи из–за стола встает “хозяин кабинета” и проходит на то место, где он встречал делегацию. После того как “хозяин кабинета” попрощался с гостями, ему выходить не рекомендуется. Ответственный за делегацию должен проводить их до следующего места назначения или до машины.

Порядок проводов зарубежной делегации должен соответствовать порядку ее встречи. Снижение уровня проводов может быть расценено как проявление хозяевами неудовлетворенности итогами визита.

В случае, если делегация отъезжает на автомобилях, правилом хорошего тона будет, если кто–то из хозяев на своей автомашине проводит их до черты города (границы региона).

Вопросы для контроля знаний по теме 11:

1. Какие правила необходимо соблюдать при встрече иностранных деловых партнеров?
2. Какие существуют универсальные правила, которых можно придерживаться в международном деловом общении?
3. Каковы правила рассадки гостей по автомашинам?
4. Какие существуют варианты рассадки делегаций за столом переговоров?
5. Какова оптимальная продолжительность переговоров?

Тема 12. ЭТИКЕТ ПИСЬМЕННОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

12.1 Виды деловых писем

Важная часть делового этикета – это служебная переписка.

Переписка – это общение в миниатюре, это своеобразное искусство, имеющее свои традиции и законы.

В бизнесе дорожке всего ценится время. Поэтому всегда нужно помнить о том, что деловое письмо должно быть *кратким, точным и по существу*.

Крупные фирмы обычно имеют свой фирменный бланк, состоящий из эмблемы фирмы, ее полного названия, почтового и телеграфного адреса, телефона, банковских реквизитов.

Хорошо, если организация имеет свои фирменные конверты – это свидетельствует о ее солидности.

Перечень ситуаций в деловой жизни, которые принято сопровождать письменными сообщениями:

1) поздравление (в связи с юбилейной датой, по случаю получения нового служебного назначения, по случаю выигранного конкурса и т.п.

С днем рождения письменно поздравляют только при наступлении круглой даты;

2) выражение благодарности за прием (на следующий день), за подарок, за поздравления (лучше от руки);

3) извинения (если возникла необходимость принести извинения в письме, то его пишут от руки).

Отвечать на письмо с извинениями обязательно;

4) соболезнования по соответствующему случаю (только от руки).

Виды деловых писем изображены на следующей схеме (см. рисунок 12.1).

Рисунок 12.1 – Виды деловых писем

Наиболее часто используются в деловой жизни следующие виды деловых писем.

1) Письмо с просьбой о приеме на работу.

Письмо с просьбой о приеме на работу и резюме – это две разновидности делового письма имеющие общую цель: привлечь внимание адресата и пробудить у него желание принять Вас на работу или пригласить на личную встречу (собеседование).

Разница в том, что письмо обращено к конкретному лицу, от которого зависит решение.

Основное содержание делового письма и резюме практически одинаковы:

а) фамилия, имя, отчество (полностью);

б) образование;

в) настоящее место работы (здесь целесообразно указать и другие места работы, где соискатель работал ранее);

г) должность, на которую претендует соискатель; но это может быть не конкретная должность, а направление работы, которой хотел бы заниматься соискатель.

Здесь уместно дать обоснование (пояснение, подтверждение) тому, почему именно на эту должность или работу претендует соискатель. Самое логичное – указать на определенные деловые способности, стажировки или временное исполнение обязанностей.

Это самая важная часть письма, и соискателю необходимо продемонстрировать (не лично, а письменно – это труднее) свою полную убежденность в объективной необходимости для замещения автором резюме должности, на которую он претендует.

Составив черновик письма, перечитайте его, представив себя на месте адресата: хотели бы Вы, чтобы потенциальный сотрудник, автор письма, работал бы во вверенной или принадлежащей Вам организации?

2) Рекомендательное письмо.

Самый простой вариант рекомендательного письма – визитная карточка рекомендующего и на ней строчки написанные от руки (в третьем лице): рекомендует такого– то (фамилия рекомендуемого); можно добавить слова «как отличного добросовестного, инициативного...».

Но рекомендательное письмо может быть и более многословным. В современной деловой жизни принято такое содержание рекомендательного письма:

а) представление рекомендующего адресату (К Вам обращается ...) и повод для обращения;

б) характеристика рекомендуемого: образование, опыт работы, уровень компетентности и профессионализма, личные характеристики;

в) иногда к письму рекомендации прилагается резюме;

г) в заключение письма излагается просьба – встретиться с рекомендуемым для принятия окончательного решения (неэтично при этом навязывать адресату положительное решение вопроса, и слова «настоятельно рекомендую» здесь недопустимы).

д) в конце письма – подходящая для данной ситуации «формула вежливости» – в данном случае это признательность за внимание, проявленное при ознакомлении с рекомендательным письмом.

3) Письмо–отказ.

Письмо–отказ используется тогда, когда надо ответить отрицательно кому–либо из претендентов.

Принято считать, что неэтичной является формулировка: «Вы нам не подходите», хотя, вполне возможно, именно это и является причиной настоящего отказа.

Более приемлемой и этичной является фраза: «К сожалению, мы не имеем возможности в настоящее время предоставить Вам возможности трудоустройства в силу следующих причин». Далее следует указать достаточно объективную причину, препятствующую приему на работу Например,

невозможность увеличения контингента работающих), чтобы не нанести психологическую травму претенденту.

4) *Письмо–запрос* о ходе исполнения дела (договоренности, сделки и т.п.).

Соответствующее деловое письмо должно содержать:

а) номер договора (или другого документ), дату заключения, суть договора, кем он подписан с обеих сторон;

б) затем формулируются вопрос и причины, его вызвавшие («не имеем сведений о ...», «не располагаем информацией о ходе ...»);

в) в заключение формула вежливости – «Приносим извинения за хлопоты, вызванные необходимостью...».

5) *Письмо–поздравление.*

В деловых взаимоотношениях фирм, их руководителей и сотрудников большое значение имеет оказание внимания по поводу различных торжественных дат, например:

а) с юбилейной датой;

б) с назначением на должность;

в) с годовщиной учреждения фирмы;

г) с открытием филиала.

б) *Письмо–благодарность.*

Благодарность в деловой практике может быть выражена по самым различным поводам:

а) за поздравление по случаю юбилея и пр.;

б) за рекомендацию при устройстве на работу;

в) за рекомендованного для найма сотрудника, если он идеально подошел для замещения вакантной должности;

г) за приглашение на прием;

д) за помощь в любом виде – предоставление необходимой информации, обработку материалов, в принятии решения.

Обычно стиль письма благодарности носит менее официальный характер, чем другие деловые письма. В таком письме, естественно, просматривается эмоциональная окраска положительного свойства, так как письмо должно донести до адресата теплоту и искренность.

7) Письмо–напоминание.

Такое письмо напоминает о назначенном ранее мероприятии – совещании, деловой встрече, приеме. Рассылка таких писем вызвана информационной перегрузкой современного делового человека.

Содержание такого письма сводится к дате и цели мероприятия и выражению надежды (или уверенности), что адресат «почтит его своим посещением». Текст такого письма должен быть весьма краток.

8) Письмо–уведомление.

Такие письма обычно рассылают организации, особо заботящиеся о своих клиентах (покупателях). Организация сообщает последние новости о новых видах продукции или услуг, т.е. цели письма–уведомления в основном рекламные.

Для написания деловых писем используются специальные «трафареты» – рекомендуемые формулировки писем. Приведем пример трафарета для написания благодарственных писем (см. таблицу 12.1).

Таблица 12.1

Рекомендуемые формулировки для благодарственных писем

Наименование	Содержание
Основные формулировки	Благодарю (благодарим) Вас (вас) ... Выражаем благодарность ... Позвольте поблагодарить ... Разрешите выразить свою благодарность ... Мы исключительно благодарны Вам (вам) ... Мы имеем намерение поблагодарить Вас (вас) ...

Наименование	Содержание
Примите нашу благодарность ...	... за поздравления за содействие в решении за приглашение за теплый и дружественный прием ...
Пользуясь случаем, прошу передать ...	...руководству организации... ...совету директоров компании... ...Вашим (вашим) коллегам... ...господину... ...мою благодарность... ... нашу признательность... ...пожелания всего наилучшего... ...наши новые предложения о сотрудничестве... ...наши ответные поздравления в связи с...
Мы ...	Мы надеемся, что Ваша (ваша) организация и впредь... Мы рассчитываем на то, что Вы (вы) останетесь в числе наших наиболее надежных партнеров... Мы высоко ценим прочность и надежность наших деловых и дружеских связей... Мы выражаем уверенность в том, что у нашего взаимовыгодного партнерства — прекрасные перспективы... Мы крайне удовлетворены состоянием наших деловых контактов и надеюсь ... Я глубоко убежден, что наши организации смогут уже в ближайшие годы существенно расширить сферы сотрудничества... Я исхожу из обоюдной заинтересованности наших организаций в укреплении дружеских взаимоотношений...

12.2 Особенности применения деловых писем

По функциональному признаку деловые письма делятся на две группы (см.рисунок 12.2).

1) Не требующие обязательного ответа.

2) Требующие обязательного письма–ответа:

а) инициативные коммерческие письма (письмо–запрос, письмо–предложение, письмо–рекламация);

б) письмо–просьба;

в) письмо–приглашение;

г) письмо–поздравление.

Рисунок 12.2 – Распределение деловых писем по функциональному признаку

На письма, требующие ответа, принято обязательно давать ответ, даже если ответ отрицательный или адресат затрудняется с ответом (суть ответа в данном случае должна быть именно такая – «затрудняюсь с ответом»).

Обязательно должны выдерживаться, принятые в деловом мире, сроки ответа на деловые письма (см. таблицу 12.2).

Таблица 12.2

Сроки ответа на деловые письма

Вид делового письма	Сроки ответа на деловое письмо
Телеграфный запрос	Три дня
Письмо	Десять дней
Если запрос требует подробного рассмотрения	В течение трех дней надо сообщить, что письмо принято к сведению и дать окончательный ответ в течение тридцати дней

12.3 Особенности оформления деловых писем

Деловое письмо должно производить впечатление безупречности во всем:

- а) безупречный стиль;
- б) безупречное правописание;
- в) безупречная бумага.

Основные требования к оформлению делового письма представлены в таблице 12.3.

Таблица 12.3

Требования к оформлению деловых писем

Наименование	Требования к оформлению деловых писем
Формат бумаги	Бланк должен быть стандартного формата А4
Шрифт	Шрифт должен быть не мелкий, разборчивый, не имитирующий рукописный, достаточно жирный
Межстрочный интервал	Текст печатается через полтора – два интервала, желательно избегать переноса слов

Наименование	Требования к оформлению деловых писем
Поля	Необходимо наличие широких полей
Расположение текста	Расположение текста применяется «в край», т.е. без абзаца, поскольку в современных деловых кругах печатание «в край» считается более официальным
Нумерация страниц	Страницы нумеруются начиная со второй
Число страниц	Письмо должно быть достаточно коротким, так оно легче воспринимается
Грамматика	Рекомендуется традиционное, классическое построение фраз: подлежащее, сказуемое, обстоятельство места т.п., минимум прилагательных, почти полное отсутствие местоимений. Не стоит начинать письмо с местоимения «Я».
Вступительное обращение	Рекомендуется вступительное обращение: «Уважаемый ...»
Заключительная формула вежливости	Заключительная формула вежливости, например: «со словами благодарности за сотрудничество и выражением надежд на его продолжение»
Подпись отправителя	Подпись под деловым письмом всегда ставится от руки, факсимиле в деловых письмах не допускается, так как свидетельствует о неуважении к адресату или об отсутствии к нему интереса
Приложения	Далее следует ссылка на документы, являющиеся приложением
Конверт	Складывается письмо текстом внутрь. Наиболее важные деловые письма следует не сгибать, а посылать в большом плотном конверте

12.4 Особенности международной деловой переписки

Письмо зарубежному деловому партнеру должно быть составлено, как правило, на языке адресата. При невозможности это сделать (трудности с переводом на сравнительно редкие языки) допустимо составление письма на английском языке как наиболее распространенном в деловых отношениях.

Направление письма на русском языке (кроме случаев, когда вы знаете, что ваш деловой партнер свободно владеет им) крайне нежелательно, так как могут возникнуть трудности с переводом, а также искажение текста.

Можно рекомендовать направление двух текстов письма: основного – на русском языке (с подписями) и параллельного – на языке адресата или на английском языке.

При указании даты, надо помнить, что сокращенное написание даты в деловом мире не принято, так как возможно разночтение. В некоторых странах, например в США, принято указывать сначала месяц, а затем число.

При написании имен и фамилий нужно принимать во внимание существующие в разных странах традиции.

Если вы посылаете письмо за рубеж, помните, что с прописной буквы необходимо писать:

- а) кроме собственных имен, прилагательные, обозначающие национальную и государственную принадлежность (Russian, English);
- б) слова, включая сокращения, входящие в названия фирм и организаций;
- в) слова в обозначении занимаемой должности (Chief Engineer, Director);
- г) сокращения, обозначающие названия городов, республик;
- д) полные и сокращенные названия товаров, торговых марок.

Вопросы для контроля знаний по теме 12:

1. Каковы принципы и этические требования к деловой переписке?
2. Перечислите виды деловых писем.
3. В каком случае деловое письмо, согласно требованиям этики, должно быть написано от руки?
4. Каковы, по Вашему мнению, перспективы развития письменного делового общения?
5. Какие формы и виды деловых писем Вы можете предложить в дополнение к перечисленным?
6. Есть ли отличия в требованиях к переписке внешней и внутриорганизационной?
7. В чем особенности деловой переписки с зарубежными партнерами?

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ:

Тема 1: ПРИРОДА И СУЩНОСТЬ ЭТИКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Задание 1. Еще в 1912 году российскими предпринимателями были выработаны семь принципов ведения дел в России:

№ п/п	Содержание принципа
1	<i>Уважай власть.</i> Власть – необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.
2	<i>Будь честен и правдив.</i> Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах.
3	<i>Уважай право частной собственности.</i> Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.
4	<i>Люби и уважай человека.</i> Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявить себя с лучшей стороны.
5	<i>Будь верен своему слову.</i> Деловой человек должен быть верен своему слову. «Эдиножды солгавший, кто тебе поверит». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.
6	<i>Живи по средствам.</i> Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

№ п/п	Содержание принципа
7	<i>Будь целеустремленным.</i> Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна, как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Источник: Источник: Уткин Э.А., Драчева Е.Л., Кочеткова А.И., Юликов Л.И. Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу «Менеджмент». – М.: Финансы и статистика, 2001.

Вопросы:

1. Что из приведенных принципов 1912 года в полной мере сохранило свою актуальность и в настоящее время, а что отошло на второй план?
2. Какие новые принципы бизнеса должны быть внедрены в практику предпринимательской деятельности в России сегодня?
3. Какие принципы бизнеса считаются сегодня приоритетными?
4. Проанализируйте предложенные принципы и определите: какие из них вы считаете целесообразным применить к своей будущей фирме, в какой мере вы выполняете в своей работе и жизни рассмотренные этические нормы?

Задание 2. Вашему вниманию предлагается девять затруднительных с этической точки зрения ситуаций, приводимых Филиппом Котлером, в которые может попасть предприниматель. При этом если свой выбор он остановит на действиях, дающих сиюминутный эффект, его поведение можно будет, пожалуй, считать безнравственным и аморальным. Если же он не предпримет ни одного из таких действий, то может оказаться несостоятельным как управляющий. Поэтому совершенно очевидно, что управляющий должен выработать необходимый свод этических принципов, которые смогут помочь

ему в моральной оценке каждой ситуации и решении проблем – насколько далеко можно зайти в деловом общении, не преступая этических норм.

Как поступите Вы в каждой из предлагаемых ситуаций?

№ п/п	Ситуация (адаптировано)
1	Ваш научно–исследовательский отдел усовершенствовал один из выпускаемых фирмой товаров. Товар не стал по–настоящему «усовершенствованной новинкой», но вы знаете, что появление подобных утверждений на упаковке и в рекламе повысит его сбыт.
2	Вас попросили пополнить «дешевый» сектор вашего товарного ассортимента упрощенной моделью, которую можно было бы рекламировать для привлечения покупателей. Товар, лишенный усовершенствований, будет не очень хорошим, но можно надеяться, что продавцы–консультанты сумеют уговорить покупателей приобретать более дорогие модификации. Вас просят дать «зеленый свет» созданию «раздетого» варианта.
3	Вы беседуете с женщиной, которая еще совсем недавно была управляющей по товару в конкурирующей фирме, и считаете, что ее можно взять на работу. Она с удовольствием расскажет вам обо всех планах конкурента на предстоящий год.
4	У одного из ваших дилеров на важной сбытовой территории недавно начались неурядицы в семье, и показатели его продаж упали. В прошлом это был один из самых высокопроизводительных продавцов фирмы. Как скоро войдет в норму его семейная жизнь, неясно, а пока что большое количество запродаж теряется. Есть юридическая возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его.
5	Есть шанс привлечь крупного клиента, который будет много значить и для вас лично, и для фирмы в целом. Его агент по закупкам намекнул, что может сработать «подарок». Вам помощник советует послать этому агенту на дом телевизор.

№ п/п	Ситуация (адаптировано)
6	Вы узнали, что конкурирующая фирма придумала своему товару свойство, которое окажет большое влияние на сбыт. На ежегодной специализированной выставке у этой фирмы будет офис для гостей, и на одном из приемов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве товара. Вы без труда можете послать на этот прием своего сотрудника, чтобы узнать о нововведении.
7	Вы изо всех сил стараетесь добиться заключения большого контракта и в ходе переговоров о запродаже узнаете, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу. У вас нет желания брать его к себе, но, если вы намекнете ему об этой возможности, он, по всей вероятности, передаст заказ вашей фирме.
8	Вам предстоит выбрать одну из трех рекламных кампаний, в общих чертах разработанных рекламным агентством для вашего нового товара. Первая кампания (А) построена на частной информации и принципах «мягкой продажи». Вторая кампания (Б) использует преувеличенные выгоды товара. Третья кампания (В) – запутанная, кричащая, вызывающая раздражение, но она наверняка привлечет к себе внимание аудитории. Предварительные тесты показали, что по своей эффективности ролики располагаются в следующем порядке: В, Б и А.
9	Вы хотите опросить выборку потребителей об их реакциях на товар конкурента. Предлагается провести эти интервью якобы от имени некоего несуществующего Института по исследованию маркетинга.

Источник: Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ, 2004.

Задание 3. Используя ключевые слова в описании поведения типов личности, определите к какому этическому типу личности относитесь вы и ваши коллеги по группе. Ознакомьтесь с рекомендациями для данного типа личности по этике взаимодействия людей, способствующие лучшему пониманию друг друга, развитию сотрудничества, достижению успеха в работе.

ТЕСТ «ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭТИЧЕСКОГО ТИПА ЛИЧНОСТИ»

(Крегер О., Тьюсон Дж.М.)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА В ОПИСАНИЯХ ПОВЕДЕНИЯ ТИПОВ ЛИЧНОСТЕЙ	
ТИП E — ЭКСТРАВЕРСИЯ	ТИП I — ИНТРОВЕРСИЯ
Общительный	Замкнутый
Взаимодействие	Сосредоточенность
Внешнее проявление	Внутренняя жизнь
Широта	Глубина
Экстенсивное	Интенсивное
Обширные связи	Ограниченные связи
Расходование энергии	Сохранение энергии
Внешнее проявление эмоций	Внутренняя реакция
Сначала говорят, потом думают	Сначала думают, потом говорят
Не любят уединения	Любят уединение
Любят получать публичную похвалу	Похвала настораживает
ТИП S — СЕНСОРНЫЙ, РЕАЛЬНЫЙ	ТИП N — ИНТУИТИВНЫЙ
Закономерный	Случайный
Настоящее	Будущее
Реалистичный, конкретный	Концептуальный, глобальный
Трудная работа	Общий
Факты	Вдохновение
Земной	Теории взаимосвязи
Практичный	Парящий в облаках
Точный	Оригинальный
Есть реальные факты — есть предмет для обсуждения	Общее впечатление
	Что было бы, если бы ...

ТИП Т — МЫСЛИТЕЛЬНЫЙ	ТИП F — ЧУВСТВУЮЩИЙ
Объективный Твердый Законы Стоять на своем Справедливый Четкость Аналитический Установка Беспристрастный	Субъективный Мягкосердечный Обстоятельства Убеждение Гуманный Гармония Чуткий Общечеловеческие ценности Причастный
ТИП J — РЕШАЮЩИЙ	ТИП Р — ВОСПРИНИМАЮЩИЙ
Урегулирование Решено Неменяющийся Управлять Закрытость Спланированный Структура Определенный Предельный срок	Нерешенность «Поживем—увидим» Гибкий Адаптироваться Открытость Неокончательный Поток Ориентировочный «Что еще за срок»

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЭТИКЕ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

ТИП Е. Если вы — тип Е, то нужно выслушать человека, не перебивать, не ввязываться в спор, не спешить давать поверхностные советы.	Если другой — тип Е, помогите ему определиться, задав конкретные вопросы.
ТИП I. Если вы — тип I, проявите внимание к переживаниям другого, посочувствуйте, но не уносите чужие проблемы с собой, не переживайте их наедине.	Если другой — тип I, помните, что ему трудно делиться мыслями. Следует ему помочь раскрыться, создать соответствующую атмосферу. Если экстраверт склонен к преувеличениям, то интроверт — к преуменьшениям.

ТИП S. Если вы —тип S, не давайте другим отклоняться в сторону, требуйте подробностей, фактов, убедитесь, что вопрос решаем, а проблема — в вашей компетенции.	Если другой — тип S, то он может воспринять этическую ситуацию вне контекста, не заметить вариантов, интерпретировать ситуацию негативно. Задача — показать, что не все плохо, вернуть его на твердую почву.
ТИП N. Роль типа N — обращать внимание на масштабные явления, видеть судьбу компании в перспективе и в связи с этим обнаруживать возможные варианты. Принадлежащие к интуитивному типу поведения — преобразователи мира, могут увидеть выход в безнадежной (по мнению других) ситуации.	Если другой — тип N, то, вероятно, он уже много чего напридумывал вокруг проблемы, и надо дать ему возможность разобраться, получить дополнительную информацию, стать на реальную почву, упростить ситуацию.
ТИП Т. Если вы — тип Т, помогите другим разобраться, в чьей компетенции эта этическая проблема, а также сохранить объективность, логичность, реализм.	Если другой — тип Т, то следует ему напомнить, какими последствиями для других чревато его решение, какие у него самого были ощущения в подобном положении, чтобы он лучше обдумывал последствия.
ТИП F. Если вы — тип F, постарайтесь не спасать другого от этической проблемы, не брать все на себя, не навязывать своей системы ценностей, но и не отказываться от нее. Следует остаться объективным и отстраненным, но высказав, как бы вы себя чувствовали на его месте, вы можете помочь другому.	Если другой — тип F, то в ситуации этической проблемы он может быть противоречив, вносить много личного, следует помочь ему разобраться, с кем из близких это связано, быть тактичным, но твердым.

ТИП Ж. Если вы — тип Ж, избегайте стремления разделаться с ситуацией и с виновными быстро. Лучше продумать хотя бы приблизительный план.	Если другой — тип Ж, то он придет с готовым планом, пакетом решений. Следует поспорить с ним, рассмотреть другие варианты и обстоятельства.
ТИП Р. Если вы — тип Р, не давайте другим рубить сплеча, покажите возможные альтернативы, но умеете вовремя остановиться, дайте высказаться и другим.	Если другой — тип Р, то он преподнесет этическую проблему туманно, возможно, смещав с другими проблемами. Следует помочь ему сосредоточиться на истинной проблеме, быть определенным и последовательным, довести дело до конца, проконтролировать исполнителя.

Источник: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Задание 4. Оцените уровень этичности организации, в которой вы проходили производственную практику (или с которой вы знакомы).

ТЕСТ «ОЦЕНКА УРОВНЯ ЭТИЧНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ» (адаптировано)

(Пугачев В.П.)

Оцените утверждение и подсчитайте результаты:

Утверждение	Оцените утверждение				
	совершенно согласен	согласен	не согласен	совершенно не согласен	
1	2	3	4	5	

1	2	3	4	5
Не следует ожидать, что рабочие будут сообщать о своих ошибках руководству				
Бывают случаи, когда руководитель должен игнорировать требования контракта и нарушать стандарты безопасности, чтобы справиться с делом				
Не всегда возможно вести точную регистрацию расходов для отчетности, поэтому иногда необходимо давать примерные цифры				
Бывают случаи, когда нужно скрыть неблагоприятную информацию от начальства				
Нам всегда следует поступать так, как велят наши руководители, хотя мы можем сомневаться в правильности этих действий				
Иногда необходимо заняться личными делами в рабочее время – ничего страшного в этом нет				
Иногда целесообразно задавать цели, немного, превышающие норму, если это может стимулировать усилия работников				
Я бы раскрыл «желательную» дату отгрузки заказов, чтобы заполучить этот заказ				
Можно пользоваться служебной линией связи для личных телефонных разговоров, когда ею не пользуется организация				
Руководство должно быть ориентировано на конечную цель, поэтому цель обычно оправдывает средства, которые мы применили				
Если ради получения крупного контракта потребуется устройство банкета или легкая деформация политики организации, я дам на это разрешение				
Без нарушения политики организации и существующих инструкций жить совершенно невозможно				

1	2	3	4	5
Отчеты по контролю товарных запасов нужно составлять так, чтобы по полученным товарам фиксировалась «нехватка», а не «излишки»				
Использовать время от времени копировальную технику организации для личных или местных целей вполне приемлемо				
Унести домой то, что является собственностью организации (карандаши, бумага и т. д.), приемлемая дополнительная льгота				
Если есть возможность работать по совместительству в организации конкурента, то это частное дело работника и вполне приемлемо				
Заниматься посторонними или своими личными делами в помещении организации в рабочее время – допустимо, если это не вредит организации, не снижает ее доходы				
Предложить лицам, ответственным за закупки ваших товаров, выгодную работу, сделку – допустимо				
Принять подарки, деньги от другой организации вполне допустимо				
Клевета, ложь, пренебрежительное замечание о конкурентах допустимы, если они сделаны в интересах организации				
Принцип «взаимосвязи» или «ты мне – я тебе» вполне допустим и укрепляет отношения с партнерами				
Обманывать коллег, делать ложные заявления в целях организации допустимо				
Если нужно, то можно использовать мощь организации для запугивания или угроз по отношению к конкурентам с целью добиться своего				

1	2	3	4	5
Предъявить организации счет за неизрасходованный бензин, неиспользованные авиабилеты допустимо и является маленькой добавкой к личному доходу				
Угрозы по отношению к наемным работникам в целях решения задач организации допустимы				
Использование грубости по отношению к подчиненным в случае крайней необходимости допустимо				
Ношение оружия на территории организации с согласия администрации допустимо				
Запугивание подчиненных в интересах повышения уровня дисциплины допустимо				
Работать и не нарушать законодательство невозможно				
Дискриминация по признакам цвета кожи, религии, возраста, национальности, инвалидности, стажа работы может быть допустима с различными оговорками				

Ключ: совершенно согласен – 3 балла, согласен – 2 балла, не согласен – 1 балл, совершенно не согласен – 0 баллов;

Если вы набрали баллов в сумме:

10—20 — высокий этический уровень;

21—30 — приемлемый этический уровень;

31—48 — средний этический уровень;

49—61 — требуется моральное совершенствование;

62—79 — происходит быстрое соскальзывание в пропасть;

Свыше 80 — охраняйте ценности от самого себя.

Источник: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Тема 2: ИСТОРИЯ И ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Задание 1. Ознакомьтесь с отрывком из книги конца XIX века под названием «Правильное поведение. Полный справочник по этикету»:

№ п/п	Содержание правила
1	Никогда не нарушай своих обещаний и договоренностей – ни деловых, ни светских. Если ты вынужден это сделать, тут же извинись, либо письменно, либо лично.
2	Будь пунктуален, точен в платежах, честен и вдумчив во всех своих делах, с богатыми и бедными.
3	Никогда не заглядывай через плечо читающему, не вступай в разговор, в котором тебя не приглашают участвовать.
4	Говори правду во всякое время и во всяком месте. Лучше иметь репутацию правдивости, чем остроумия, ума и блеска.
5	Избегай замечаний по поводу чужой одежды, манер, привычек. Следи, чтобы ты был сам безупречен в этом отношении.
6	Всегда думай об удобстве и удовольствии других. Лучшее место в своей комнате предоставь даме, пожилому человеку или инвалиду.
7	Не задавай вопросов о делах своего друга, если он не ищет твоего совета. Тогда он скажет тебе все, что ты, по его мнению, должен знать.
8	Настоящие леди и джентльмены – это те, кто заслуживают этого звания, никогда не обидят человека противоположного пола словом или поступком.
9	Всегда говори о своей жене или муже с величайшим уважением.
10	Если тебе нужно нанести визиты, будь пунктуален.

Источник: Кукушин В.С. Деловой этикет: Учебное пособие, изд-е 2-е, исп. дополн. – М., Ростов-на-Дону: ИКЦ «Март», 2008.

Вопрос: Что из приведенных правил XIX века в полной мере сохранило свою актуальность и в настоящее время, а что отошло на второй план?

Тема 3: МЕХАНИЗМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ И НОРМ В ПРАКТИКУ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Задание 1. Разработайте проект одного из предлагаемых этических кодексов, определите к какому виду относится этический кодекс, укажите преимущества создания и внедрения этического кодекса, укажите недостатки этического кодекса:

№ п/п	Наименование кодекса	Вид кодекса	Преимущества создания и внедрения кодекса	Недостатки кодекса
1	Этический кодекс организации (или ее подразделения), где вы проходили производственную практику (или с которой вы знакомы)			
2	Этический кодекс фирмы, в которой вы в будущем будете руководителем			
3	Этический кодекс студента АмГУ			
4	Этический кодекс преподавателя АмГУ			
5	Этический кодекс менеджера			
6	Этический кодекс экономиста			

Тема 4: ТИТУЛИРОВАНИЕ, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ, ПРИВЕТСТВИЕ

Задание 1. В таблице необходимо заполнить пустые ячейки примерами применения титулов:

Виды титулов	Примеры применения титулов
Куртуазные титулы	a)
	b)
	c)
	d)
Анонимное титулирование	
Титулы, связанные с занимаемой должностью	
Титулы, связанные с научными званиями	

Задание 2. В каждой из ситуаций необходимо определить, кто имеет право или обязанность «первого шага» при рукопожатии и приветствии:

Ситуация	Должен быть первым при:	
	приветствии	рукопожатии
Руководитель входит в кабинет подчиненного		
Подчиненный входит в кабинет руководителя		

Тема 5: ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА В ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ

Задание 1.

- 1) Разработайте макет вашей будущей визитной карточки (вы – руководитель фирмы).
- 2) Разработайте макет вашей будущей визитной карточки (вы – менеджер фирмы).
- 3) Разработайте макет визитной карточки для презентации вашей фирмы на выставке–ярмарке в Китае.
- 4) Вам необходимо поздравить с Новым годом фирмы, с которыми вы сотрудничаете (используйте визитную карточку в качестве письменного послания).
- 5) Вам необходимо чтобы Вас рекомендовали (представили) руководителю интересующей вас фирмы (используйте визитную карточку в качестве письменного послания).

Тема 6: ОДЕЖДА И ВНЕШНИЙ ОБЛИК ДЕЛОВОГО МУЖЧИНЫ

Тема 7: ОДЕЖДА И ВНЕШНИЙ ОБЛИК ДЕЛОВОЙ ЖЕНЩИНЫ

Задание 1. Опишите, как вы должны выглядеть, собираясь на собеседование в фирму и рассчитывая получить хорошую работу.

Задание 2. Опишите, как вы должны выглядеть, рассчитывая получить продвижение по службе.

Задание 3. Опишите элементы вашего делового костюма, учитывая предстоящую ситуацию рабочего дня, заполните таблицу:

Ситуация	Деловой костюм
Вам предстоит важный разговор с руководителем	
У вас будет напряженный рабочий день и в конце рабочего дня назначена важная деловая встреча	
Вы приглашены на деловой прием (начало в 20 часов)	
Вам предстоит выступить с докладом на важном мероприятии, конференции	

Тема 8: ЭТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Задание 1: РОЛЕВАЯ ИГРА «СОВЕЩАНИЕ» (адаптировано).

Цель: развитие умения организовывать и проводить совещания, соблюдая этические нормы проведения совещаний.

Участники выбирают волнующую их тему, серьезную (задачи на перспективу, отчет) или шутливую (существуют ли инопланетяне, верить ли астрологии).

Последовательно как можно большее количество участников исполняют роль организатора совещания, остальные члены группы работают в заранее определенной роли. Роли можно выбрать любые: «болтун», «зануда», «справедливый», «критик», «оппозиционер», «поддерживающий» и т. д. Каждый самостоятельно определяет свою роль и записывает ее на листок, который не показывает другим. Выступающий, он же ведущий совещание, начинает совещание маленьким докладом (3-5 мин), после чего остальные участники делают замечания, выдвигают возражения, реплики и предложения с позиций своих ролей. Члены группы на этом этапе получают возможность

экспериментировать в рамках заданного стиля поведения, соблюдая или игнорируя правила этичного поведения.

После каждого эпизода члены группы в специальной таблице определяют роли участников совещания, правильность их поведения согласно этическим правилам.

Дальнейшее обсуждение (по окончании всех совещаний) оценивает успешность применения правил этики при проведении делового совещания.

Источник: Социальная психология: учебное пособие: Рек. УМО по психологии /под ред. А.Н. Сухова, А.А. Деркача. – 2-е изд., испр. – М.: Академия, 2003.

Роли участников совещания	Правильность поведения участников совещания согласно этическим правилам	Рекомендации для участников совещания по соблюдению правил этики
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

Тема 9: ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ КРИТИКИ

Задание 1. Определите ваше отношение к критике, ответив на вопросы предлагаемого теста. На каждый вопрос теста выберите один из предложенных вариантов ответа: всегда, часто, иногда, никогда.

ТЕСТ «ВАШЕ ОТНОШЕНИЕ К КРИТИКЕ (Умнов В.И.)

1. Как часто, на ваш взгляд, вас критикует начальник?
2. Как часто, вы считаете, критика бывает несправедливой?
3. Вы как-то проявляете внешне свою реакцию на критику?
4. Вы вступаете в дискуссию с начальником, когда он вас критикует?
5. После того как вы выслушали претензии к своей работе, вы переделываете ее?
6. Вы переживаете из-за критики по рабочим вопросам?
7. Часто ли критика со стороны руководства касается лично вас, а не рабочих моментов?
8. Вы принимаете к сведению критику или же следующий проект делаете в том же духе, что и прежний?
9. Вы в состоянии продолжать нормально и спокойно работать после того, как выслушали критику начальства в свой адрес?
10. Вас критикуют в присутствии других сотрудников или вышестоящего начальства?

Ключ

Номер вопроса	Всегда	Часто	Иногда	Никогда
1	1	2	3	4
2	1	2	3	4
3	1	2	3	4
4	4	3	2	1
5	1	2	3	4
6	1	2	3	4
7	1	2	3	4
8	1	2	3	4
9	4	3	2	1
10	1	2	3	4

РЕЗУЛЬТАТ

10–17 баллов. Вы – весьма мнительная натура, постоянно сомневаетесь во всем. К критике относитесь крайне болезненно, вам постоянно кажется, что вас просто хотят унизить, хотя и не исключено, что иногда бывает именно так. Постарайтесь проанализировать свои действия, свою работу, возможно, что-то вы действительно делаете не очень хорошо. И даже если вас снова начнут критиковать, прежде чем падать в обморок, попробуйте вместе со своим начальником проанализировать всю работу и выявить те моменты, которые подверглись критике с его стороны.

18–32 балла. Вы – золотая середина. В большинстве случаев вы совершенно нормально и адекватно реагируете на критику в свой адрес. Не боитесь вступать в дискуссию с начальством по поводу того, что не понравилось в вашей работе и смотреть правде в глаза, какой бы она ни была. Это абсолютно правильно. Вы – человек решительный и уравновешенный, хотя некоторая доля переживаний и вам не чужда. Как всякий нормальный человек, вы бываете в подавленном состоянии после разноса у начальства. Но ваши крепкие нервы всегда служили вам хорошую службу, рассчитывайте на них и впредь.

33–40 баллов. Вы – образец невозмутимости и безразличия. Вы настолько спокойны и уверены в себе, что вас просто невозможно вывести из этого, состояния. Любые упреки и критику в свой адрес вы воспринимаете совершенно спокойно и равнодушно. С одной стороны, это, конечно, неплохо и вашим железным нервам можно только позавидовать. Но, с другой – нельзя же быть до такой степени непробиваемым. Ведь иногда и критика бывает полезна, особенно, если справедлива. Такая критика направлена на то, чтобы помочь вам избавиться от тех или иных недостатков в вашей работе, чтобы сделать ее более квалифицированной и качественной. Так что подумайте, может быть, стоит хоть иногда прислушиваться к критическим замечаниям, которые исходят в ваш адрес со стороны начальства.

Источник: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Тема 10: СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

Задание 1. Приведите примеры ситуаций из делового общения, при которых, согласно деловому этикету, принято дарить подарки и сувениры:

По какому случаю дарится подарок	Что можно использовать в качестве подарка	Дополнительные требования к подарку	Правила вручения подарка	Правила принятия подарка

Тема 11: ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ С ИНОСТРАННЫМИ ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Задание 1. Составьте программу пребывания (общую и подробную) немецкой делегации в количестве четырех человек, прибывающих в ОАО «Интерконтиненталь» для решения вопросов по взаимному сотрудничеству. Далее представлен пример оформления программы пребывания.

УТВЕРЖДАЮ

«__» _____

(подпись)

ПРОГРАММА

пребывания немецкой делегации в количестве четырех человек, прибывающих в ОАО «Интерконтиненталь» для решения вопросов по взаимному сотрудничеству.

Состав делегации: Герман фон Берг – президент фирмы «Ориент»;

Эрих Крамер – руководитель отдела внешних связей;

Фриц Вольф – руководитель отдела закупок;

Хельга Редигер – переводчик.

Срок пребывания – 2 дня.

Прибытие – _____

Убытие - _____

Ответственный за прием делегации – _____, тел. _____

Дата	Время	Мероприятия	Ответственные
------	-------	-------------	---------------

.....			
-------	-------	-------	-------

Начальник отдела внешних связей

И.И. Иванов

Источник: Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол: Учебное пособие, 5-е изд. перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2006. – 208 с.

Тема 12: ЭТИКЕТ ПИСЬМЕННОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Задание 1. Используя рекомендуемые формулировки для деловых писем, учитывая требования к оформлению деловых писем, составьте деловое письмо на следующую тему:

- 1) Вам необходимо поздравить с юбилейным днем рождения руководителя фирмы с которой вы сотрудничаете.
- 2) Вам необходимо поблагодарить за поздравление по случаю юбилея.
- 3) Вам необходимо поздравить руководителя фирмы, с которой вы сотрудничаете, с годовщиной учреждения фирмы.
- 4) Вам необходимо поздравить руководителя фирмы, с которой вы сотрудничаете, с открытием нового филиала за рубежом.
- 5) Вам необходимо поздравить руководителя фирмы, с которой вы сотрудничаете, с назначением на эту должность.
- 6) Вам необходимо составить письмо-благодарность за рекомендацию при устройстве на работу.
- 7) Вам необходимо составить письмо-напоминание о деловой встрече.
- 8) Вам необходимо составить письмо-благодарность за помощь в предоставлении информации.
- 9) Вам необходимо составить письмо-отказ претенденту на должность.
- 10) Вам необходимо составить письмо-приглашение на обсуждение нового проекта.
- 11) Вам необходимо составить письмо-благодарность за рекомендацию сотрудника, идеально подходящего на вакантную должность.

Задание 2. Напишите письмо с просьбой о приеме вас на работу в организацию. Далее представлен пример написания письма с просьбой о приеме на работу.

Генеральному директору
ОАО «Российская мебель»

И.И. Иванову

Москва, ул. Тверская 25

Уважаемый Иван Иванович!

Прошу рассмотреть мою кандидатуру на должность секретаря–референта.

Мне 25 лет, имею высшее образование, знаю делопроизводство, оргтехнику, деловой этикет, деловой английский язык. Владею навыками работы на компьютере (Windows, Excel, Power Point), печатаю со скоростью 180 уд./мин.

Я закончила экономический факультет МАИ, курсы секретарей–референтов и английского языка.

Была бы рада получить приглашение на собеседование, чтобы при личной встрече обосновать свои возможности приносить организации значительную пользу благодаря своей квалификации и высокой заинтересованности в работе.

Приложение: резюме на русском и английском языках.

С уважением,

Н.А. Петрова

Адрес: Москва, 101500

Ул. Степная, д. 9, кв. 110

Телефон: (095) 111–11–11

Источник: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Задание 3. Ситуация «СОСТАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ ОБ ИМЕЮЩЕЙСЯ ВАКАНСИИ»

Исходные данные и постановка задачи. Агентству по подбору персонала требуется ассистент специалиста по подбору персонала. Необходимо составить объявление об имеющейся вакансии.

Методические указания. В объявлении необходимо указать вакантную должность, дать краткую характеристику организации, изложить обязанности, требования (обязательные и желательные), условия труда для данной должности. Указать телефон, факс для передачи резюме.

Источник: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алехина И. Имидж и этикет в бизнесе. 2-е изд., испр. – М.: Дело, 2005. – 112 с.
2. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие: рек. УМУ. – М.: ФОРУМ, 2009. – 224 с.
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 208 с.
4. Бэннет Кароль. Деловой этикет и протокол: краткое руководство для профессионала. – М.: Омега-Л, 2006. – 96 с.
5. Деловое общение: Учебное пособие, 2-е изд. / Авт.–сост. И.Н. Кузнецов. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К^о», 2008. – 528с.
6. Джордж Ричард Т. Этика бизнеса (эл. ресурс): уч. курс; пер. с англ. – М.: Равновесие, 2005. – 1 эл.опт.диск.
7. Егоршин А. П., Распопов В. П., Шашкова Н. В. Этика деловых отношений: учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ. - Нижний Новгород : Изд-во Нижегород. ин-та менеджмента и бизнеса, 2005. – 404 с.
8. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник: рек. Мин.обр. РФ, 2-е изд. / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 424 с.
9. Колтунова Е.А. Деловое общение: Нормы. Риторика. Этикет: учебное пособие, рек. Мин. обр. РФ. – 2-е изд., доп. – М.: Логос, 2005. – 312 с.
10. Кошечая И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие, рек. Мин. обр. РФ. – М.: ИНФРА–М, ФОРУМ, 2009. – 304 с.
11. Кузнецов И.Н. Бизнес–этика. – М.: Дашков и К, 2007. – 498 с.
12. Кукушин В.С. Деловой этикет: Учебное пособие, изд-е 2-е, исп. дополн. – М., Ростов–на–Дону: ИКЦ «Март», 2008. –296 с.

13. Петрова Ю.А. Культура и стиль делового общения: учебно–практическое пособие. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2007. – 253 с.
14. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учебное пособие; 3-е изд. перераб. и доп. (Классический университетский учебник). – М.: Дело, 2004. – 400 с.
15. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненкко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 415 с.
16. Пугачев В.П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом: Учебник для студентов вузов. М.: Аспект–Пресс, 2002. – 286 с.
17. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2006. – 272 с.
18. Смирнов Г.Н. Этика деловых отношений: Учебник. – М.: Проспект, 2009. – 179 с.
19. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол: Учебное пособие, 5-е изд. перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2006. – 208 с.
20. Социальная психология: учебное пособие: Рек. УМО по психологии /под ред. А.Н. Сухова, А.А. Деркача. – 2-е изд., испр. – М.: Академия, 2003. – 600 с.
21. Усов В.В. Деловой этикет: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 400 с.
22. Уткин Э.А., Драчева Е.Л., Кочеткова А.И., Юликов Л.И. Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу «Менеджмент». – М.: Финансы и статистика, 2001. – 192 с.
23. Шеламова Г.М. Этикет делового общения: Учебное пособие, доп. Мин. обр. РФ. – М.: ИЦ «Академия», 2005. –189 с.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>ВВЕДЕНИЕ</i>	3
Тема 1. Природа и сущность этики деловых отношений	4
Тема 2. История и принципы делового этикета	13
Тема 3. Механизмы внедрения этических принципов и норм в практику деловых отношений	19
Тема 4. Титулирование, представление, приветствие	27
Тема 5. Визитная карточка в деловой жизни	40
Тема 6. Одежда и внешний облик делового мужчины	54
Тема 7. Одежда и внешний облик деловой женщины	63
Тема 8. Этика деятельности руководителя	69
Тема 9. Этические аспекты применения критики	76
Тема 10. Сувениры и подарки в деловой сфере.	82
Тема 11. Особенности делового общения с иностранными деловыми партнерами	87
Тема 12. Этикет письменного делового общения	95
Практические задания	107
<i>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</i>	131

Наталья Николаевна Медзяловская,

*Старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента организации
АмГУ*

Профессиональная этика и деловой этикет. Учебно–методическое пособие.

Изд–во АмГУ.