**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ**

**УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Я. ГОРИНА»**

***Реферат на тему:***

***«Деловой этикет в современном обществе»***

**Выполнила:**

студентка 21-Т(СПО-9) группы

Старикова Елена Витальевна

Научный руководитель:

Преподаватель русского языка

и культуры речи

Журахова Светлана Александровна

Белгород, 2019

***Содержание:***

1. Введение…………………………………………………………………………..3
2. Цели и задачи реферата……………………………………………………….....4
3. Исторические аспекты возникновения и развития делового этикета………...4
4. Виды делового этикета…………………………………………………………10
5. Требования современного делового этикета……………………………….....16
6. Практическая польза делового этикета в современном мире………………..17
7. Национальные особенности делового этикета..………………………………18
8. Заключение………………………………………………………………..…….30
9. Литература………………………………………………………………………31

**1.Введение**

***Настоящий джентльмен - это человек,***

***который с вами приветлив и вежлив,***

***даже если ничего вам не продает.***

***Джордж Бернард Шоу***

***( Ирландский писатель)***

А ведь это правда, мало кто соблюдает нормы этикета, в особенности делового. Это уже становится глобальной проблемой, о которой нужно задуматься, так как владеть деловым общением в современном обществе должен каждый.

Умение вести себя с людьми надлежащим образом является важнейшим фактором, определяющим шансы добиться успехов, облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения и т.д. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил и взаимоотношений. Овладение этикетом способно помочь преуспеть в деле и наоборот, пренебрежение им вполне может разрушить карьеру и не только.

Этикет представляет собой «условный язык», имеющий характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет, с помощью которого можно оценивать человека, судить об уровне его внутренней культуры, его нравственных и интеллектуальных качествах уже по тому, как он входит, как здоровается, каким тоном говорит, какие первые слова произносит.

Этикет (от фр. – etiquette – ярлык, церемониал, норма обхождения) – это совокупность норм и обычаев, регулирующих внешние формы поведения человека в обществе. В понятие этикета входит совокупность правил, связанных с умением держать себя в обществе, внешней опрятностью, правильностью построения беседы и ведения переписки, грамотностью и ясностью изложения своих мыслей, культурой поведения за столом и в иных ситуациях делового и светского общения. Основную функцию делового этикета можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами. Известны "писаные" и "неписаные" нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция - формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность.

**2.Цели и задачи реферата**

Задачи данного реферата, с помощью которых мы сможем достигнуть нашей цели: «изучитьделовой этикет в современном обществе»:

* Изучить историю развития делового этикета
* Рассмотреть виды, требования и национальные особенности делового этикета
* Изучить практическую пользу делового этикета в современном мире
* Сделать выводы

**3.** **Исторические аспекты возникновения и развития делового этикета** Современные исследователи жизни общества и историки утверждают, что родиной этикета является Италия XIV в., которая не только отличалась от варварской Англии, Германии и даже Франции уважением к силе, богатству и родовитости, но также и полагала обязательным наличие у богатых и знатных людей приятных манер, любезного обхождения, умения вести себя в обществе. Более того, весьма желательной считалась также образованность – и это тогда, когда Франция, например, не уважала представителей наук, презирала ученых, считала их занятия бессмысленными. Исторически этикет возник прежде всего во дворцах, поэтому был назван дворцовым, или государственным. Придерживаться определенных правил поведения было необходимо для возвеличивания царственных особ (императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т. п.), для закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета и его выполнения часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Нарушение этикета приводило к вражде между государствами, войнам и т. п.

Естественным образом нормы поведения государей при встречах, развиваясь, дали жизнь дипломатическому этикету, поскольку дипломаты при встречах выражали государственную точку зрения.

Одновременно развивался и воинский этикет, поддерживающий стройность и строгость правил поведения в армии, без чего порядок был просто невозможен.

Появились и другие виды этикета – светский, иногда сейчас называемый общегражданским.

Самый «молодой» из них – деловой этикет.

Становление делового этикета в России также происходило постепенно.

В России в начале XVIII в. стал усиленно внедряться западный этикет. На русскую почву переносились одежда, манеры и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием (особенно в столичных городах) постоянно и настойчиво, порой жестоко, следил сам царь Петр I. За их нарушения строго наказывали. В дальнейшем, в царствование Елизаветы и Екатерины II, отбирались те правила этикета, которые отвечали требованиям и особенностям национальной культуры России. Россия как евразийская страна во многом соединяла противоположности Европы и Азии. А этих противоположностей было много не только в XVIII в., но и сейчас. Р. Киплинг говорил, что Запад есть Запад, а Восток есть Восток, и не встретиться им никогда. Даже в границах Российской империи правила поведения различных народов значительно отличались.

Конечно, общественный прогресс способствовал взаимопроникновению правил поведения, обогащению культур. Мир становился теснее. Процесс взаимного обогащения правилами поведения позволил выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах этикет, закрепляемый в обычаях и традициях. Этикет стал предписывать нормы поведения на работе, на улице, в гостях, на деловых и дипломатических приемах, в общественном транспорте и т. д.

На современном этапе развития делового этикета активно разрабатываются различные пути, посредством которых этические нормы можно внедрить в практику. В мировой экономике выделяют 7 таких механизмов:

1. этические кодексы;
2. комитеты по этике;
3. тренинг;
4. социальные аудиты;
5. юридические комитеты;
6. службы, рассматривающие претензии граждан по этическим вопросам;
7. изменения в корпоративной структуре.

Наиболее часто применяемым механизмом является этический кодекс. Около 90 % зарубежных компаний внедряли этические принципы посредством таких кодексов. Они могут быть разработаны для компании в целом и содержать общие для всех этические правила.

Кодекс может быть также разработан для определенных функциональных подразделений, например отдела закупок, и затрагивать только специфические для данного отдела этические проблемы.

Этический кодекс, как правило, разрабатывается специально созданным комитетом. Чтобы сделать его более эффективным, обычно принимаются дисциплинарные меры, направляемые на наказание нарушителей кодекса и поощрение поступков, совершаемых в соответствии с правилами этического кодекса.

Комитет по этике корпорации имеет определенный набор функций, к которому относятся следующие:

* вынесение этических вопросов для обсуждения правлением и топ-менеджерами;
* доведение основных требований этического кодекса до сведения менеджеров всех уровней и рядовых сотрудников;
* разработка мер, поддерживающих кодекс;
* анализ и пересмотр кодекса на основе ежегодных корпоративных отчетов и в зависимости от изменения внешней среды организации, особенно системы духовных ценностей и мнения общественности;
* составление отчетов о деятельности комитета для совета директоров;
* обеспечение высшего уровня менеджеров консультациями специалистов по этическим вопросам.

Управленческий этический тренинг является еще одной возможностью внедрения этических принципов в деятельность корпорации. 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 нетривиальные индивидуальные решения этических проблем, этический тренинг снабжает и среднее, и низовое звенья менеджмента набором готовых решений, укладывающихся в рамки этических требований.

Тренинг способствует практическому внедрению этических принципов в структуру принятия корпоративных решений.

Социальный аудит имеет сравнительно небольшую историю – около двух-трех десятилетий. Социальный аудит представляет собой попытку оценить социальное поведение корпорации в общественной среде. Принятие устава дает ей определенные права и даже привилегии. За это общество требует от корпорации определенного поведения, не нарушающего общего этического фона, и определенных действий, способствующих процветанию и развитию общества.

Социальный аудит призван проверить и дать информацию о том, в какой степени действия корпорации соответствуют ожиданиям общества. Он может быть использован в корпорации для внутреннего контроля за степенью этичности действий корпуса менеджеров. Однако социальный аудит, несмотря на его ценность для развития бизнеса, менеджмента и общественного блага в целом, особенного развития не получил и применяется в основном только в масштабах корпорации. По-видимому, дело в трудности и дороговизне аудиторских проверок в масштабе не только всей страны, но хотя бы одной отдельной отрасли. Из тех компаний, которые проводят аудиторскую проверку для внутренних нужд, только некоторые делают результаты аудита достоянием общественности или акционеров.

В основном социальный аудит в настоящий момент сводится к тому, чтобы определить, насколько деятельность данной корпорации соответствует государственным нормам по здравоохранению, безопасности или по контролю за загрязнением окружающей среды.

Юридический комитет занимается контролем за соблюдением корпорацией всех законов и подзаконных актов по всем направлениям деятельности. Часть работы такого комитета заключается в наблюдении за соответствием деятельности корпорации законам, носящим этический характер: по охране окружающей среды, защите прав человека и т. п.

Лишь немногие предприятия имеют специальные службы по урегулированию этических претензий. Обычно сотрудники таких служб рассматривают жалобы и претензии по этическим вопросам, поступившие как со стороны, так и от работающих в данной корпорации.

По данным, характеризующим мировую экономику, лишь незначительное количество корпораций принимает внутренние структурные изменения с целью приспособления к этическим требованиям.

Поскольку этические кодексы распространены больше, чем другие инструменты внедрения этики в жизнь корпораций, рассмотрим их подробнее.

Многие крупные корпорации, стремясь поддержать свой имидж в глазах широкой публики и найти линию своего поведения, разрабатывают этические кодексы.

Наличие таких кодексов является еще одним подтверждением существования важной и нерешенной проблемы создания этичного делового климата в целом, который осуждает аморальное поведение в системе служебных отношений.

Большая часть этических кодексов компаний была разработана и внедрена в 1970-х гг. Объем их весьма различен – от кодекса «Формулировка деловой этики» на одну страницу компании «Эксон Корпорейшн» до «Этического стандарта» компании «Ситикорп», имеющего объем более чем 60 страниц.

По своему содержанию эти кодексы разнообразны, что является иллюстрацией наличия существенных разногласий между представителями высшего менеджмента относительно предмета этического кодекса. Разнообразие кодексов может быть также связано с попыткой менеджмента приспособить их к частным потребностям компании в условиях усложнившихся в последние десятилетия национальных хозяйств и мировой экономики.

Характерной особенностью данных кодексов является то, что разделы, содержащие рекомендации по устранению этических проблем, возникающих в связи с конфликтами интересов, разработаны более подробно и тщательно, чем прочие разделы. При этом акцент делается на столкновение интересов корпорации: кодексы представляют собой более обоснованные, собранные воедино «путеводители» к правильному поведению:

1. с правительственными органами;
2. с сотрудниками или акционерами компании;
3. с правительствами иностранных государств.

Очевидно, что невозможно рассмотреть и охарактеризовать в кодексе любую этическую проблему, с которой могут столкнуться сотрудники. Вместе с тем письменные рекомендации могут помочь разрешению этических вопросов, встречающихся наиболее часто.

Можно указать на ряд преимуществ, которые дает корпорации в целом и ее сотрудникам создание этического кодекса:

* кодексы представляют собой более обоснованные, собранные воедино «путеводители» к правильному поведению, чем советы и рекомендации отдельных личностей. Когда отдельным работникам приходится в повседневной практике определять уровень этичности служебного поведения, их суждения часто оказываются слишком субъективными, зависящими не только от уровня этического воспитания данного сотрудника, но и от образования, культуры, информированности данного сотрудника о положении дел в корпорации, степени социальной ответственности и пр.;
* само существование этического кодекса корпорации как коллективного этического стандарта помогает менеджерам корпорации проникнуться пониманием этичности своих деловых решений. Письменная форма придает кодексам еще большую значимость;
* этические кодексы позволяют контролировать власть тех менеджеров, которые иногда просят, даже приказывают своим подчиненным совершать не только неэтичные, но даже незаконные поступки.

Однако у этических кодексов есть свои недостатки:

* они требуют значительных затрат времени и денег;
* нуждаются в высокой квалификации тех, кто их составляет;
* иногда их рекомендации слишком расплывчаты, с их помощью трудно решить конкретную этическую проблему;
* своим существованием кодексы предполагают необходимость наказаний для нарушителей;
* этические кодексы не гарантируют менеджерам ни контроля над внешним (по отношению к корпорациям) влиянием на деловую этику, ни способов решения глобальных этических проблем.

В мировой практике многие компании в настоящее время создают подразделения или нанимают сотрудников для разработки этических кодексов. При этом принимаются меры по ознакомлению менеджеров с положениями этих кодексов. Создается также система поощрения менеджеров при условии учета ими вопросов этики при принятии решений и соответствия их служебного поведения нормам служебного этикета.

При контроле служебных действий сотрудников компании используют тесты на детекторах лжи, тесты на принятие наркотиков и т. п.

Много усилий прилагается для разработки тестов, используемых при найме новых менеджеров и рядовых сотрудников на работу.

Однако некоторые менеджеры и владельцы компаний справедливо полагают, что попытки этической коррекции поведения человека, имеющего достаточный жизненный опыт, равно как и опыт работы на данной фирме, далеко не всегда успешны. Сложившаяся у взрослого человека манера действовать, принимать решения, если она идет в разрез с этическими нормами, с трудом поддается ломке и перестройке.

Более продуктивным, на взгляд менеджеров многих фирм и их владельцев, является путь принятия на работу выпускников учебных заведений, где имелась обширная и разветвленная программа обучения основам этики. В таком случае этические стандарты закладываются в сознание будущего сотрудника как часть мировоззренческого комплекса. Тогда громоздкая и дорогая система разработки кодекса компании, обучения сотрудников нормам этики оказывается в значительной степени ненужной. Поэтому крупные иностранные фирмы, имеющие собственные деловые школы, школы бизнеса, внедряют в них такие программы обучения студентов, как программы этики менеджмента, бизнеса, деловых отношений, речевого воздействия. Иногда это набор этических принципов, представляющих этические стандарты в теории, иногда – конкретные примеры и ситуации, изучение и разбор которых дают возможность студентам самим сформулировать теоретические постулаты, определяющие этические границы действий и поведения в их будущей деловой практике.

**4.Виды делового этикета**

Различают следующие виды делового этикета:

* профессиональный этикет включает в себя отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности; нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга; взаимоотношения внутри профессиональных коллективов; особенности профессионального воспитания.
* дипломатический этикет, в основе его норм лежит строгое и безусловное соблюдение обычаев и правил страны пребывания, ее законодательства и установленных порядков.
* служебный этикет - это правила внутреннего распорядка, бизнес - этикета, служебных инструкций. В них отображены специфика деятельности организации, особенности ее взаимодействия с партнерами и клиентами.
* Большинство правил этикета в той или иной мере совпадают. Отличие между ними состоит в том, что соблюдению правил этикета дипломатами придается большее значение, поскольку отступление от них или нарушение этих правил может причинить ущерб престижу страны или ее официальным представителям и привести к осложнениям во взаимоотношениях государств.

*Профессиональная этика*

Профессиональная этика - это совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу. Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI-XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в глубокой древности, и поэтому, такие профессионально-этические кодексы, как «Клятва Гиппократа», нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известны гораздо раньше.

Появление профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических учений, теорий о ней. Повседневный опыт, необходимость в регулировании взаимоотношений людей той или иной профессии приводили к осознанию и оформлению определенных требований профессионального этикета. Профессиональная этика, возникнув как проявление повседневного морального сознания, затем уже развивалась на основе обобщенной практике поведения представителей каждой профессиональной группы. Эти обобщения содержались как в писаных, так и в неписаных кодексах поведения, а также в форме теоретических выводов.

Таким образом, это свидетельствует о переходе от обыденного сознания к теоретическому сознанию в сфере профессиональной морали. Большую роль в становлении и усвоении норм профессиональной этики играет общественное мнение. Нормы профессиональной морали не сразу становятся общепризнанными, это бывает связано с борьбой мнений. Взаимосвязь профессиональной этики и общественного сознания существует и в форме традиции. Различные виды профессиональной этики имеют свои традиции, что свидетельствует о наличии преемственности основных этических норм, выработанных представителями той или иной профессии на протяжении столетий.

Содержанием профессиональной этики являются кодексы поведения, предписывающие определенный тип нравственных взаимоотношений между людьми и способы обоснования данных кодексов.

Профессиональная этика изучает:

1. отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности;
2. нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга;
3. взаимоотношения внутри профессиональных коллективов, и те специфические нравственные нормы, свойственные для данной профессии

Профессионализм и отношение к труду являются важными характеристиками морального облика личности. Они имеют первостепенное значение в личностной характеристике индивида, но на различных этапах исторического развития их содержание и оценка существенно различались. В классовом обществе они определялись социальным неравенством видов труда, противоположностью умственного и физического труда, наличием привилегированных и непривилегированных профессий.

Те ситуации, в которых оказываются люди в процессе выполнения своих профессиональных задач, оказывают сильное влияние на формирование профессиональной этики. В процессе труда между людьми складываются определенные моральные отношения. В них есть ряд элементов, присущих всем видам профессиональной этики.

Во-первых, это отношение к общественному труду, к участникам трудового процесса.

Во-вторых, это те моральные отношения, которые возникают в области непосредственного соприкосновения интересов профессиональных групп друг с другом и обществом.

Профессиональная этика не является следствием неравенства в степени моральности различных профессиональных групп. Просто к некоторым видам профессиональной деятельности общество проявляет повышенные моральные требования. В основном это такие профессиональные сферы, в которых сам процесс труда требует согласованности действий всех его участников. Уделяется особое внимание моральным качествам работников той сферы, которые связаны с правом распоряжаться жизнью людей, здесь речь идет не только об уровне моральности, но и в первую очередь о должном исполнении своих профессиональных обязанностей (это профессии из сфер услуг, транспорта, управления, здравоохранения, воспитания).

Трудовая деятельность людей этих профессий, более чем каких-либо других, не поддается предварительной регламентации, не умещается в рамках служебных инструкций. Она по своему существу является творческой. Особенности труда этих профессиональных групп усложняют моральные отношения и к ним прибавляется новый элемент: взаимодействие с людьми - объектами деятельности. Здесь нравственная ответственность приобретает решающее значение. Общество рассматривает нравственные качества работника как один из ведущих элементов его профессиональной пригодности. Общеморальные нормы должны быть конкретизированы в трудовой деятельности человека с учетом специфики его профессии. Таким образом, профессиональная мораль должна рассматриваться в единстве с общепринятой системой морали. Нарушение трудовой этики сопровождается разрушением общих моральных установок, и наоборот. Безответственное отношение работника к профессиональным обязанностям представляет опасность для окружающих, наносит вред обществу, может привести, в конечном счете, и к деградации самой личности.

В современном обществе личностные качества индивида начинаются с его деловой характеристики, отношения к труду, уровня профессиональной пригодности. Все это определяет исключительную актуальность вопросов, составляющих содержание профессиональной этики. Подлинный профессионализм опирается на такие моральные нормы как долг, честность, требовательность к себе и своим коллегам, ответственность за результаты своего труда.

деловой этикет дипломатический служебный

*Дипломатический этикет*

Иностранные дипломаты, посещавшие русские земли в XVI в., попадали в особую социокультурную среду, где поведение человека определялось системой местнических отношений, древним обычаем «считаться местами» за столом и на службе. Послы иностранных государств также должны были соблюдать местнические правила, составлявшие специфику национального дипломатического этикета, или, как говорили тогда в России, «посольского обычая». Английские дипломаты познакомились с русским посольским обычаем в середине ХVI в., когда Англия стала посылать своих официальных представителей в Московское государство. Успех дипломатической миссии во многом зависел от знания иностранцами тонкостей русского посольского церемониала и точного следования заранее определенным правилам поведения, особенно во время царских приемов, обставлявшихся с большой торжественностью.

В настоящее время, в основе норм дипломатического этикета и протокола лежит принцип, по которому за каждым дипломатом стоит представляемое им государство. Все государства суверенны и пользуются в практике международного общения равными правами и привилегиями.

Дипломатический протокол и этикет стали как бы синонимом строгого соблюдения всех норм и правил, не только межгосударственного, но и повседневного общения. Неукоснительное соблюдение норм этикета подчеркивает уважение к другой стране. За многие годы в дипломатической практике сложился своего рода «язык» дипломатического этикета со своими терминами и понятиями. Недопустимо игнорировать эти правила. «Пропущенные» жесты вежливости или комплименты равнозначны умышленному проявлению неуважения.

Многие из норм и правил дипломатических протоколов постепенно перешли в практику делового этикета.

В основе норм дипломатического этикета и протокола лежит принцип, по которому за каждым дипломатом стоит представляемое им государство. Все государства суверенны и пользуются в практике международного общения равными правами и привилегиями.

Большое значение в дипломатической практике имеет принцип взаимности. Строгие нормы дипломатического этикета предписывают соблюдение правил обязательности ответа (на письмо, ноту, присланную визитную карточку, на визит вежливости или поздравление), необходимость присутствия в официальной переписке (ноты, письма) вступительного (в начале письма или ноты) и заключительного (в конце) комплимента.

Большое значение в дипломатической практике имеет соблюдение принципа старшинства, который зависит не от значимости представляемой страны, а от ранга представителя и его даты аккредитации.

Строгие нормы дипломатического этикета предписывают соблюдение правил обязательности ответа (на письмо, ноту, присланную визитную карточку, на визит вежливости или поздравление), необходимость присутствия в официальной переписке (ноты, письма) вступительного (в начале письма или ноты) и заключительного (в конце) комплимента.

Большое значение в дипломатической практике имеет соблюдение принципа старшинства, который зависит не от значимости представляемой страны, а от ранга представителя и его даты аккредитации.

И, наконец, в основе норм дипломатического этикета лежит строгое и безусловное соблюдение обычаев и правил страны пребывания, ее законодательства и установленных порядков. По сути дела дипломатический этикет лишь дополняет правила общегражданского этикета, которые в полной мере распространяются и на всех дипломатов.

*Служебный этикет*

Как и в любом обществе, взаимоотношения на работе регулируют правилами внутреннего распорядка, бизнес-этикета, служебных инструкций. В них отображены специфика деятельности организации, особенности ее взаимодействия с партнерами и клиентами. Главной задачей правил служебного этикета остается необходимость создания условий для гармоничного, взаимокомфортного сочетания плодотворной деятельности фирмы и работы каждого сотрудника.

От того, насколько хорошо служащие знают деловой этикет, правильно понимают этику корпоративного поведения и соизмеряют свои действия со служебными инструкциями, зависят не только личные достижения каждого, но и атмосфера внутри офиса, способствующая успеху общего дела.

Известно, что 88 % конфликтов на работе вызваны несоблюдением или нарушением служебного этикета. Между тем в этих правилах нет ничего сложного. Работа в любом коллективе подразумевает наличие у сотрудников таких качеств, как уважительное отношение к коллегам, терпимость, уравновешенность, стрессоустойчивость, дружелюбие, умение правильно вести себя в конфликтной ситуации, способность к диалогу, компромиссам.

Соответствие внутреннего и внешнего стиля, то есть сочетание высокого качества работы и достойного внешнего оформления бизнеса, как правило, характерно для удачливых фирм с высоким уровнем корпоративной культуры. Многие фирмы разрабатывают кодексы чести, напоминающие по форме свод законов, отображающие главные приоритеты их профессиональной деятельности и внутренней стратегии. Основные правила служебного этикета, тем не менее, имеют много общего и сведены к следующим рекомендациям.

Приветствие. Здороваться необходимо со всеми - с охранником, вахтером, лифтером или президентом компании - независимо от ранга и служебного положения. Обязательным также является соблюдение субординации.

Визитная карточка. Наличие визитной карточки с продуманным дизайном и грамотно составленным текстом свидетельствует о серьезных намерениях, подчеркивает вкус и украшает деловой стиль.

Рабочее место. Порядок на столе - главный показатель организованности.

Телефон. Нужно уметь правильно пользоваться телефоном, изучить технические возможности аппарата. В работе с ним применять принятые в компании стандарты ответов. Сводить к минимуму личные звонки и разговоры. Часто именно они являются причиной многих служебных конфликтов.

Деловая одежда. Стиль одежды должен соответствовать деловому стилю компании. Стиль деловой одежды принят во всем мире, он отличается консервативностью и сдержанностью.

Внешний вид. Необходимо следить за собой, соблюдать гигиену. Волосы, руки должны быть всегда ухоженными и чистыми. Одежда и обувь должны быть опрятными. Здоровый ухоженный вид - обязательное требование служебного этикета.

Речь. Высокая культура речи, умение грамотно писать и говорить - одно из непременных условий профессионального успеха.

Пунктуальность. Нельзя опаздывать. Небрежность и забывчивость могут навредить общему делу, стать причиной недовольства и раздражения коллег.

Внимательность. Необходимо оказывать внимание своим деловым партнерам и коллегам, проявлять участие, даже если это отвлекает или кажется утомительным.

Доброжелательность. Нужно быть приветливым и терпимым. Не отпугивать мрачным видом и суровым выражением лица. Настоящего профессионала ничто не выбьет из колеи, при любых обстоятельствах он может сохранить лицо.

Конфиденциальность. Нужно учиться хранить тайны, ценить оказанное доверие.

Курение. Эта вредная привычка отрицательно влияет на имидж.

Деловые приемы. Необходимо уметь правильно одеваться на прием. Учитывать характер мероприятия, строго соблюдать указания на рекомендуемую форму одежды в приглашении. Нарушения здесь совершенно недопустимы.

Корпоративные мероприятия. Не стоит отказываться от них, нужно уметь дружить с коллегами, уметь правильно общаться в неформальной обстановке, но не забывайте о субординации. Служебный этикет позволяет продемонстрировать лучшие деловые и личностные качества. «Хорошие манеры прибыльны» - это понятие принято в западном мире, это одна из формул успеха, которая должна стать абсолютной для тех, кто воспринимает бизнес как творчество. Бассманова Э. Этикет служебного поведения.

**5.Требования современного делового этикета**

Деловой этикет сегодня – это не пустая формальность и не дань моде. Успешность бизнеса, его финансовые показатели напрямую зависят от репутации фирмы. А репутация фирмы – это репутация ее работников, поэтому так важно, чтобы каждый сотрудник следовал нормам деловой этики.

Современный деловой этикет и протокол включают в себя нормы поведения в бизнесе, правила общения с деловыми партнерами и коллегами. Эти нормы и правила в первую очередь основываются на взаимном уважении. Требования современного делового этикета условно можно разделить на 2 вида – внешние и внутренние.

К первому виду требований можно отнести:

* Внешний вид. В бизнес среде принято одеваться аккуратно, стильно и не вызывающе, чтобы облик не отвлекал от серьезных вопросов, не сбивал с толку. Также очень важно одеваться соответственно окружению. Если организация большая, строго структурированная, то следует одеваться как можно более элегантно и по-деловому, если же фирма более вольных взглядов, то можно позволить себе немного экстравагантности.
* Правильное выражение мыслей. Проще говоря, нужно изъясняться грамотно, как в устной беседе, так и в деловом письме. Здесь очень важно не забыть и о вежливости. Правильно приветствовать и прощаться с людьми, вести деловые переговоры, доносить свои мысли. Стоит отметить, что на работе следует не переусердствовать с разговорами, говорить следует не много и по делу. Допускается умеренное применение комплиментов, особенно в сторону собеседника женского пола.

Второй вид требований – внутренний, то есть это требования к человеческим качествам:

* Пунктуальность – это вежливость не только королей, но и деловых людей. Непунктуальный партнер показывает свою необязательность, которая может быть и в делах. Не говоря уж о наемных сотрудниках, которые опозданиями нарушают дисциплину и могут вызвать недовольство клиентов, а, следовательно, подорвать авторитет организации.
* Умение выслушать другого. Это качество, такое важное в обычной жизни, не менее важно и в бизнесе, ведь многие проблемы возникают на почве недопонимания человека, а недопонимание в свою очередь – это результат неумения выслушать.
* Честность. Честность работает на перспективу. Обманув партнера, человек получает лишь временную и сомнительную прибыль, ведь обман рано или поздно вскрывается, и тогда теряется не только этот партнер, но и другие, которым он смог рассказать о допущенной нечестности. Поэтому, честным быть выгодно.
* Соблюдая все принципы делового этикета, можно рассчитывать на удачный исход переговоров, продвижение по карьерной лестнице и на успех в бизнесе.

**6.Практическая польза делового этикета в современном мире**

Современный деловой этикет — это свод правил поведения, принятых в бизнес-среде, и в нем нет ничего лишнего, ничего такого, что мешало бы вести дела. Наоборот, деловой этикет – это инструмент, повышающий эффективность общения, создающий партнерство, порождающий эмоциональный комфорт.

Этикетное деловое поведение экономически выгодно. Многие преуспевающие компании, формируя свой уникальный фирменный стиль, требуют от сотрудников безупречных деловых манер. Этим они создают себе конкурентное преимущество, которое выгодно отличает их в глазах клиентов и партнеров.

В цивилизованном мире деловой этикет считается экономической категорией. Если его соблюдают все сотрудники компании на всех уровнях, то в коллективе создается доброжелательная, комфортная атмосфера, улучшается психологический климат, происходит меньше конфликтов, растет производительность труда, более рационально используется рабочее время и т.п.

Цену бескультурья и хамства можно вычислить и выразить в деньгах.

Кроме того, существует известная управленческая аксиома: только довольный внутренний клиент может создать довольного внешнего клиента.  
Иными словами, если внутри компании сотрудники (внутренние клиенты) не соблюдают деловой этикет, если руководитель не считает нужным проявлять хорошие деловые манеры, а сотрудников не устраивает стиль руководства и качество общения в коллективе, то не стоит удивляться, что такие недовольные внутренние клиенты проявляют холодность, безразличие, а подчас и грубость, в отношении внешних клиентов.

Обучать персонал хорошим деловым манерам необходимо на всех уровнях иерархии в компании. Бесполезно обучать только руководителей, и предполагать, что они после семинара-тренинга придут на рабочее место и передадут новые знания подчиненным.

**7.Национальные особенности делового этикета**

Вследствие мощного всемирного процесса объединения и усиления экономических связей происходит рост рынков экспорта и импорта, многие компании становятся многонациональными. Деловой успех стал в большей степени определяться знанием и соблюдением этикета бизнесменами (и не только ими) тех стран, с которыми они сотрудничают. Местный этикет при ведении дел за границей – большая проблема для тех, кто ездит в деловые поездки по разным странам. Не менее важно знать об особенностях культуры, традиций и правил хорошего тона стран, откуда к вам приезжают деловые партнеры.

Самое главное – научиться правильно делать следующее:

произносить имена людей;

1. есть
2. одеваться
3. разговаривать

Знание этикета собственной страны еще мало что гарантирует. Необходимо твердо усвоить, что и как надо делать в тех или иных ситуациях в конкретных странах – в США, Франции, Японии или Австралии. Поэтому, чем больше вы почерпнете информации о той стране, в которую собираетесь ехать, тем больше у вас будет шансов на успех. Для начала попробуйте выучить хотя бы несколько фраз (таких как «спасибо», «пожалуйста» и т. п.), научитесь считать до десяти. Если вы не знаете, как следует поступать, обращайтесь к человеку по имени и фамилии. Во многих странах считается хорошим тоном для приезжающих употреблять местную пищу. Существуют правила этикета, справедливые независимо от того, куда вы приехали. Уважайте национальные традиции в еде, праздники, религию и руководство страны, в которой вы находитесь.

Не сравнивайте со своей страной.

Ничего не критикуйте.

Будьте всегда пунктуальны, учитывайте движение на дорогах и скопление людей на улицах.

Не хвастайтесь большими деньгами.

Ознакомьтесь с денежной системой страны, в которой находитесь. Очень важны титулы, ими следует пользоваться.

Корреспонденция должна иметь очень официальный характер. Приезжая не в первый раз в страну, позаботьтесь, чтобы на обороте вашей визитной карточки была информация на языке этой страны. Обязательно вставайте, когда звучит национальный гимн страны. Наблюдайте и повторяйте действия ваших хозяев.

Не надевайте специфические национальные костюмы вроде тоги или сари. Ведь может оказаться, что это имеет религиозный характер. Нельзя требовать, чтобы все было так же, как у вас дома: еда, обслуживание и т. п.

Имена следует запоминать. Если имя трудное, полезно будет потренироваться в его произношении. Имейте в виду, что имена могут указывать на социальный статус и семейное положение. По именам звать людей не следует, если они сами об этом не попросят. Вежливость везде в почете, особенно в Азии.

Язык. Если вы не знаете языка страны, в которой пребываете, необходимо иметь переводчика на переговорах. Знание же нескольких основных фраз, как уже отмечалось, совершенно необходимо. При беседе через переводчика весьма желательно присутствие человека, хорошо владеющего обоими языками, с тем чтобы он контролировал перевод и исправлял ошибки.

Если ваши местные партнеры говорят слишком быстро для вас, можете вежливо попросить их говорить медленнее, мотивируя это своим слабым знанием языка. Но не обвиняйте их никогда в том, что они быстро говорят. Точно так же, если переговоры ведутся на вашем родном языке, не вините их за акцент – говорите медленно, четко проговаривая слова. И еще: не рассказывайте анекдотов – слишком специфичен национальный юмор, как и сленг, которого также надо избегать.

Одежда – существенный элемент, ибо она часть вашей внешности. Одежда должна быть неброской, хорошо сшитой и высокого качества. Обычно полагается носить белые рубашки и темные костюмы. Женщинам в деловые поездки лучше брюки не надевать, как и слишком короткие юбки или платья без рукавов.

Помните, что в буддийских храмах, мечетях, японских домах и ресторанах, индийских и индонезийских домах запрещено находиться в обуви. Обувь ставится у входа, носками к двери.

Теперь о расходах. Не следует тратить сверх необходимого воду, тепло и свет, находясь в чужой стране. В отдельных странах к телефонам подключены счетчики. Поэтому сначала предложите хозяину оплатить свой звонок, а затем звоните.

Отдельная и тонкая тема – чаевые. Чаевые не приняты в исламских государствах, Новой Зеландии, странах СНГ. В Италии чаевые составляют 25 % от стоимости услуги, в Египте – являются еще большими и весьма значительными. В Японии, получив счет, положите деньги в конверт.

Приветствия в ряде стран имеют национальную окраску. Рукопожатия – основная форма приветствия. Но в некоторых странах не принято пожимать руку женщинам, а потому подождите, пока женщина сама протянет вам руку. Во Франции и странах Средиземноморья распространены поцелуи в щеку, в Латинской Америке – объятия. Две прижатые друг к другу перед грудью ладони – индийское национальное приветствие.

Везде надо проявлять уважение к старшим. Именно они должны первыми начать разговор. Когда старшие по возрасту люди входят в помещение, вставайте.

Общий совет при принятии незнакомой пищи – ешьте то, что вам предлагают, и не спрашивайте, что это такое. Порежьте свою порцию на мелкие кусочки – так она без труда попадет вам в желудок. Во многих странах на бизнес оказывает влияние религия – на распорядок дня и рабочие месяцы и дни.

Узнайте как можно больше о религии данной страны, но не вступайте в дискуссии на такие темы. Знайте и помните, что буддийские образы священны: нельзя наступать на порог в Таиланде – под ним обитают добрые духи; никогда не отвлекайте человека, обращенного лицом к Мекке; без разрешения не фотографируйте и не трогайте руками религиозные атрибуты.

Везде вы должны иметь при себе визитную карточку, на которой указываются название вашей организации, ваша должность, титулы. Не следует использовать аббревиатуры. В Юго-Восточной Азии, Африке и на Среднем Востоке визитку всегда протягивайте правой рукой. В Японии ее подают двумя руками, нужной стороной к партнеру.

Остерегайтесь использовать привычные вам жесты, например «V» (знак победы). В других странах они могут иметь совсем иное, не всегда приличное, значение.

*США*

Американцы при решении проблемы стремятся обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Они ценят в людях открытость и честность, быстро переходят к сути дела, не тратя времени на формальности. Нередко проявляют эгоцентризм, полагая, что партнер по переговорам непременно должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами. Не любят перерывов в беседе, ценят в людях пунктуальность, всегда вовремя приходят на назначенную встречу и считают, что опоздания недопустимы и не могут быть ничем оправданы. Обычная для них продолжительность переговоров – от получаса до часа и предпочтительно один на один.

Американцы умеют и любят торговаться, уделяя немалое внимание увязке разнообразных вопросов – так называемым «пакетным» решениям. Часто сами предлагают «пакеты» к рассмотрению на деловых переговорах. Их не пугает риск, их пугает некомпетентность партнера.

*Ирландия*

Ирландцы считаются самыми трудными переговорщиками во всей Западной Европе. В силу определенных исторических причин у них выработалась особая модель поведения по отношению к иностранцам – делать так, чтобы во второй раз не обращались.

Скрытность, необязательность, недоверие, стремление утаить любую информацию, неприязнь к «чужакам» делают деловое общение поначалу просто невозможным. Кстати, они прекрасно знают свои недостатки, говорят о них с улыбкой и даже немного гордятся ими.

С ирландцами действительно трудно иметь дело, но только сначала, если все сказанное ими принимать за чистую монету. Мы в деловом отношении чем-то схожи, поэтому нам работать с ними проще, чем всем остальным.

*Испания*

Испанцы искренни, сердечны, открыты, обладают чувством юмора и способностью работать в команде. Переговоры с испанскими предпринимателями обычно протекают менее динамично, чем, скажем, с американскими или корейскими. Они большие любители вести многословные дискуссии, поэтому регламент переговоров очень часто не соблюдается.

Сиеста – это для них святое время, поэтому на этот час никакие встречи не назначаются и никакие переговоры не ведутся.

Испанцы относятся к тем людям, которые встречают незнакомого человека по одежке; ими будет оценен по достоинству безупречный внешний вид партнера по переговорам: классический костюм, белая рубашка, соответствующий галстук, темные носки и до блеска начищенная обувь.

В Испании не принято приглашать деловых партнеров домой.

*Италия*

Итальянцы экспансивны, порывисты, отличаются общительностью. Их практика ведения переговоров в основном отвечает общепринятым нормам. Определенные различия проявляются в поведении представителей крупных и мелких фирм. Последние, как правило, более энергичны и активны при установлении контактов, стремятся не затягивать решение организационных вопросов, охотно идут на альтернативные варианты соглашения.

Итальянские бизнесмены предпочитают завязывать деловые отношения с людьми, занимающими равное им положение в деловом мире, фирме, обществе. Немаловажное значение для них имеют неформальные контакты с партнерами, в том числе и в неслужебное время. Они полагают, что в неофициальной обстановке можно более свободно высказывать критические замечания по поводу деловых предложений партнера, не рискуя его обидеть.

Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями о сотрудничестве.

*Германия*

Черты немецкого национального характера общеизвестны: трудолюбие, прилежание, пунктуальность, рациональность, бережливость, организованность, педантичность, серьезность, расчетливость, стремление к упорядоченности.

Процедура личного представления и знакомства находится в соответствии с международными нормами: рукопожатие и обмен визитками. Первым следует назвать того, кто находится на более высокой ступени. В очень официальной обстановке используется слово «представлять», например: «Герр Вольф, я хочу представить вам фрау (или миссис) Смит». В более свободной обстановке принято говорить: «Герр Вольф, я хочу познакомить вас с фрау Смит». Лицо менее значительное положено представлять лицу более значительному. За столом немцы постоянно держат вилку в левой руке, а нож – в правой. Руки со стола не убираются, оба запястья должны касаться стола. Переговоры обычно ведутся с участием одного или нескольких партнеров. Все встречи назначаются заблаговременно. Немцы очень сдержанны и официальны, и потому многим кажутся недружелюбными. Очень тщательно прорабатывают свою позицию. Вопросы любят обсуждать последовательно, один за другим. С неприязнью смотрят на предложение провернуть какое-либо подвернувшееся дело, не сходя с места. В таких случаях у них складывается впечатление, что вы действуете наобум. Это касается не только деловых контактов, но и, скажем, административных. Так, планы на отпуск немцы продумывают за год, а то и раньше сделки. Они настаивают на жестком выполнении принятых обязательств и на условии уплаты высоких штрафов в случае их невыполнения. Характерно требование предоставления гарантийного периода на поставленный товар и залога на случай поставок недоброкачественного товара. Немецкие деловые люди и служащие весьма строги и к выбору одежды; основной тип одежды – строгий деловой костюм, чаще всего двубортный. Строго в тон костюму должна быть подобрана обувь. Домой к себе деловых партнеров приглашают редко. Если такое произойдет, непременно принесите хозяйке дома цветы. Могут пригласить в ресторан, но имейте в виду, что счета в ресторане часто оплачиваются приглашающими и гостями раздельно; бокалы поднимают после того, как хозяева произнесут приветствия. А вот еще мелкие, но полезные детали:

1. если на совещании вам надо что-то записать, попросите разрешения;
2. к начальству часто обращаются по названию профессии или по занимаемой должности;
3. когда развариваете с немцем или пожимаете руку, никогда не оставляйте руку в кармане – это считается верхом неуважения;
4. при знакомстве важны чины и звания;
5. не увлекайтесь светскими разговорами – это бизнес;
6. не спрашивайте у людей, где они были во время войны, а также есть ли у них семья и дети.

*Франция*

Во Франции рабочий день длится с 8.30 до 12.30 и с 15.00 до 18.30. Обедают французы обычно дома. Деловые переговоры, как правило, начинаются в 11.00. В 12.30 участникам переговоров могут предложить традиционный завтрак с аперитивом. Широко практикуется обсуждение дел за едой. Деловой обед может длиться полтора-два часа, деловой ужин – занять весь вечер.

За трапезой пьют почти всегда вино, а крепкие напитки – редко. Поднимая бокал, говорят: «За ваше здоровье». Длинные замысловатые тосты не приняты. Нельзя оставлять пищу на тарелках. Счет в ресторанах, как правило, оплачивает приглашающий. Быть приглашенным на ужин деловым партнером – большая честь. На ужин надо прибыть на пятнадцать минут позднее назначенного времени, так как пунктуальность – не самая характерная черта этой нации. Существует также географическая и административная зависимость этого качества (пунктуальности): чем южнее местность, тем менее пунктуальны французы; чем выше ранг приглашенного, тем позже он приходит на прием. Кстати, если вы приглашены на ужин, возьмите в качестве подарка цветы, коробку конфет или шампанское.

При первой встрече деловому партнеру подарки не дарятся. Допустимы сувениры вроде художественных альбомов, кассет с классической музыкой и т. п. Знакомит людей обычно тот, кто знает человека, собирающегося вступить с вами в деловые отношения, например приятель, поверенный или банкир. При приветствии весьма важны рукопожатия. Французское рукопожатие разнообразно и имеет множество оттенков – оно может быть холодным, небрежным, снисходительным, дружеским, горячим и т. д.

Во Франции люди любят блеснуть словом, молчаливость здесь не ценится. Разговор у французов имеет непринужденный характер и происходит с огромной быстротой. Во время деловых приемов к обсуждению дел переходят только после того, как подано кофе. До этого момента французы традиционно говорят о культуре и искусстве. Вполне допустимо касаться проблем личной жизни. Переход к разговору по существу здесь происходит постепенно. Такой стиль общения обусловлен в значительной степени системой образования, ориентированной на воспитание независимых, свободно мыслящих и высококультурных людей. Большое внимание в высших слоях общества уделяют философии, искусству, французской истории и культуре. Важную роль в деловой жизни Франции играют связи и знакомства. Новых партнеров стараются найти через посредников, связанных дружескими, семейными или деловыми отношениями. Стиль подготовки французских деловых людей к предстоящим переговорам – основательность и тщательное, доскональное изучение всех аспектов и последствий поступающих предложений. При ведении дел характерная черта французов – осторожность. Они весьма искусно, с изяществом отстаивают свои интересы и позиции, не любят торговаться, переговоры ведут весьма жестко, мастера использовать разнообразные средства и приемы. Не любят, когда в ходе переговоров другая сторона внезапно меняет позицию. Не выносят давления с чужой стороны. Совместные контракты исключительно корректны и точны в формулировках, не допускающих разночтений. Французы – великие патриоты, с любовью относящиеся к истории, культуре, языку своей родины. Поэтому на переговорах с ними весьма желательно использование в качестве официального французского языка. Материалы, используемые на переговорах, также лучше готовить на этом языке. Договоренность о встрече необходимо всякий раз подтверждать в письменном виде на безупречном французском языке.

*Англия*

Английский характер в ряде своих черт кажется противоположностью французскому. Прежде всего это сдержанность, склонность к недосказанности, немногословие, порой граничащее с молчаливостью. Последнее приводит к замкнутости и необщительности как проявлениям английского стремления к независимости. Склонность и умение выжидать, поиск удобного, осуществимого, примиряющего пути, что неизбежно обусловливает порой пренебрежение логикой и принципами, учитывая или придерживаясь противоположных позиций, – все это также английский национальный характер. Сильнейшая черта характера англичан – чувство справедливости. Недаром же первый в мире парламент в новой истории появился именно в Англии. При ведении дел англичане полагаются на веру в честность партнера, не терпят коварства и хитрости. Общеизвестно их уважение к мнению собеседника. По этой причине они избегают категорических утверждений либо несогласий. Кроме того, в разговорах они всячески избегают личностных тем, что считают вторжением в личную жизнь.

Еще одна яркая национальная английская черта – абсолютное соблюдение установленных правил и законов. Здесь они не знают «пощады» – ни себе, ни иностранцам. То же относится к регламентации всяких ритуалов – от бытовых до королевских. В качестве примера приведем описание чайного ритуала, которому англичане придают большое значение. Чай подают ежедневно после полудня. Он так и называется «послеполуденный чай» («afternoon tea»). Процедура имеет несколько стадий, идущих в строгой последовательности. Прежде всего вам предлагают выбрать сорт чая. Вы выбираете то, что вам по вкусу, и это подадут на стол в виде заварки в чайнике, к которому полагается чайник с кипятком. Получив все это на свой столик, вы даете чаю настояться в течение нескольких минут, а затем наливаете. Если вы пригласили кого-то на чай, то будете играть роль хозяина и обязаны ухаживать за гостем. Ему чай предлагается в первую очередь: «Вы позволите вам налить?» Положите сначала на чашку ситечко, дабы чаинки не попали в чашку. Затем наливайте в нее чай. После этого уберите ситечко и положите в специальную мисочку, предварительно смахнув в нее чаинки. Слишком крепкий чай можно разбавить горячей водой, англичане пьют чай «черным», а также с молоком и одним-двумя кусочками сахара, однако никогда не пьют чай со сливками. К чаю могут подать сэндвичи, которые следует брать руками. После чая с сэндвичами предлагают скон – маленький сладкий хлебец с изюмом. Поглощение этого продукта – тоже непростой ритуал. Вы должны взять на свою тарелку немного масла и джема, причем желательно брать с того края, который вам ближе. Затем надо разрезать скон пополам и намазать маслом или джемом только тот участок, который собираетесь откусить. Намазывать весь хлебец нельзя! В дальнейшем мазать скон маслом и джемом нужно по мере его «поглощения». Конец чайной церемонии – рюмочка шерри. Поскольку на чаепитие наверняка попадает каждый, кто приехал в Англию, полезно запомнить его основные черты. Кстати, если в знак особого расположения вас пригласили в дом, то в день визита следует послать с посыльным цветы, шоколад и вино хозяевам дома. Имея дело с англичанами, всегда держите в уме господствующее в этой стране правило: «Соблюдай формальности». Ни в коем случае нельзя обращаться к кому бы то ни было по имени, если этот человек не дал такого разрешения. К людям следует обращаться официально – мистер, миссис, мисс. Важно разбираться в званиях и титулах, однако нельзя награждать титулами себя. Скажем, профессор Майкл Стоун назовет себя: «Я – Майкл Стоун», другой же человек должен обращаться к нему: «Профессор Стоун». Процедура знакомства блюдется очень строго. Большое значение имеет тот факт, чье имя будет названо первым. Англичанин наблюдает, кого первым представляют. Представим себе ритуал представления одного лица другому. Так, в служебной обстановке приоритет при знакомстве отдается клиенту, поскольку именно он является более важным лицом. Назовем его Джеймсом Куком. Представляющий говорит: «Господин Кук, позвольте представить вам господина Роя Грина, президента нашей компании». В этой ситуации первым звучит имя клиента, ибо из двух знакомящихся лиц главным считается клиент. Если приходится представлять своего коллегу лицу, занимающему более высокий пост, первым полагается назвать имя высокопоставленного лица. Переговоры с английскими организациями надо начинать с тщательной подготовки и согласования. Если сроки и программа вашего пребывания согласованы, нет никакой необходимости сообщать английским партнерам о своем прибытии и месте остановки, так как англичане исключительно пунктуальны. При первой встрече принято обмениваться рукопожатиями, при дальнейших – достаточно устного приветствия. Вообще физические контакты с ними должны быть минимальны – помните об английской сдержанности. Разговор начинается с посторонних тем – погоды, спорта и т. д. Решение англичане принимают медленнее, нежели французы. На их честное слово можно положиться. В переговорах они весьма гибки и внимательны к инициативам другой стороны. В крови британцев – прагматизм и умение избегать острых углов в переговорах. Их отличает умение терпеливо выслушать собеседника, не возражая ему, однако далеко не всегда это означает согласие, а часто является проявлением важной черты их характеpa – самообладания. Она, в частности, находит свое выражение в умении молчать и не проявлять открыто своих эмоций. Общаясь с англичанами, не бойтесь пауз в разговорах – грубым поведением считается болтливость.

В перерыве деловых переговоров партнерам часто предлагают стандартный английский завтрак или обед. Учтите, что до подачи кофе следует воздерживаться от курения. Англичане любят пиво, а из крепких напитков – джин, виски. Тосты и чоканье не приняты. Общаясь с англичанами, не следует задавать личных вопросов и тем более устраивать дискуссий на подобные темы, а также надо избегать разговоров о жизни королевской семьи и обстановке в Северной Ирландии. По окончании рабочего дня не принято говорить о делах. Для англичанина все разговоры о работе должны заканчиваться с концом рабочего дня, – даже если он ужинает со своим деловым партнером. И тем более проявлением невоспитанности станет попытка заговорить о делах, пока не заказаны блюда. Это считается невежливым по отношению к официанту. Когда клиент в английском ресторане хочет дать знать официанту, что он закончил трапезу, он кладет нож и вилку параллельно, но не лишь бы как. Тарелка, на которую кладутся приборы, представляет собой как бы циферблат часов. Зубья вилки и лезвие ножа должны указывать на таком «циферблате» приблизительно на одиннадцать часов (причем зубья вилки смотрят вниз), а концы их ручек – лежать параллельно в районе пяти часов. Если посетитель еще не закончил еду, а лишь решил сделать перерыв, он кладет нож и вилку крестом, что означает: «Не уносите мою тарелку».

*Япония*

При знакомстве с японцами следует иметь в виду, что если они сказали вам, что будут в назначенном месте в определенный час, то можете быть уверены, они прибудут ровно за две минуты.

Переговоры с японской стороной характеризуются тем, что японские представители, когда им делают большие уступки, отвечают тем же. На любых переговорах с ними угрозы малоэффективны, хотя сами японцы на переговорах с более слабыми партнерами могут использовать угрозы как прием давления.

Разговор с японцами, как правило, начинается с тем, не имеющих особой значимости, затем обсуждаются другие темы, также не относящиеся к основным. И чем серьезнее стоящие на повестке дня вопросы, тем больше внимания уделяется малозначащим деталям. За этим кроется традиционное стремление создать соответствующую атмосферу на переговорах, установить взаимопонимание, когда все второстепенные вопросы решены и можно приступать к главным.

Язык японцев отличается от европейского. Например, слово «да» в японском языке не обязательно означает согласие со сказанным. Иногда оно применяется для утверждения, что сказанное услышано и понято, а не для того, чтобы выразить согласие.

*Китай*

При деловом знакомстве следует предоставить свою визитную карточку. Желательно, чтобы ваши реквизиты были напечатаны и по-китайски. Во время приветствия принято обмениваться рукопожатиями. Сначала они жмут руку наиболее высокопоставленному партнеру.

Внешний вид партнеров на первоначальном этапе ведения переговоров оказывает первостепенное воздействие. По нему судят о статусе человека. В дельнейшем переговоры ведутся с самым высокопоставленным участником.

На переговорах китайский партнер, как правило, первым «открывает карты», т. е. первым высказывает свою точку зрения, первым вносит предложения. Уступки он вносит обычно в конце переговоров, после того как оценит возможности противоположной стороны. При этом ошибки, допущенные ею в ходе переговоров, умело используются. На этой стадии китайская сторона может применять различные формы оказания давления. Окончательные решения принимаются китайским партнером, как правило, не за столом переговоров, а у себя дома.

*Корея*

Корейцы высоко ценят личные контакты, непосредственное общение, поэтому без них в Корее невозможно решить ни одной серьезной проблемы. Завязать с ними контакты в письменной форме просто невозможно. Договориться о встрече тоже отнюдь не просто. Без посредников не обойтись. Необходимо, чтобы вас кто-то представил или рекомендовал. Большое значение имеют неформальные связи. Здесь сильны региональные, клановые, дружеские связи. В своем большинстве корейцы – открытые, коммуникабельные, воспитанные люди. Корейские бизнесмены обычно довольно напористо и агрессивно ведут переговоры. Это не мешает им традиционно растягивать протокольную часть. Вместе с тем корейцы в отличие от японцев не склонны подолгу обсуждать второстепенные детали соглашения. Они ценят ясность и четкость изложения мыслей и предложений со стороны партнеров по переговорам. Чаще всего корейские бизнесмены не выражают открыто своего несогласия с позицией партнера, не стремятся доказать его неправоту. Поэтому при общении с ними не следует употреблять выражений типа «надо подумать», «решить этот вопрос будет нелегко» и т. п., поскольку они будут восприняты противоположной стороной как констатация их неприемлемости, по крайней мере на данном этапе. Корейцы в отличие от японцев не любят заглядывать далеко в будущее, их куда больше интересует непосредственный, ближайший результат собственных усилий. Корейцы очень щепетильны в вопросах одежды – для мужчин и женщин обязателен строгий деловой костюм. Здесь не принято курить в присутствии старших по возрасту и должности. Традиционно они считаются одними из самых трудных деловых партнеров.

*Арабские страны*

Для бизнесменов арабских стран Персидского залива характерны чувство собственного достоинства, уважение и корректное отношение к своим коллегам. Перед тем как сообщить мнение по тому или иному вопросу, они демонстративно посоветуются и выразят коллективную точку зрения.

Арабы стараются установить на переговорах атмосферу взаимного доверия. При первом знакомстве обязательно выкажут партнеру радушие и любезность. Это не притворство, а дань традиции. Последующая беседа может проходить гораздо менее гладко. В их характере – избегать определенности, однозначных «да» и «нет». Вместо этого говорят: «Иншалла» или «Машалла» («Дай Бог» или «Не дай Бог»). В их традициях время от времени справляться о вашем здоровье, здоровье ваших близких, о ваших делах. Но это не означает, что вы должны подробно отвечать на эти вопросы.

Во время переговоров хозяева угощают гостей кофе, но если перед кофе предлагают прохладительные напитки, это означает, что время, отведенное для встречи, подходит к концу.

На Ближнем и Среднем Востоке никогда не передавайте документы, визитные карточки, сувениры левой рукой – в исламских странах она считается «нечистой» и пользуется дурной славой. Одним из условий достижения успеха в переговорах с арабами является уважение местных традиций. При решении любой проблемы они не столько предугадывают развитие событий, сколько ориентируются на прошлое, постоянно обращаются к своим корням. Основная черта их поведения – опора на исторические традиции своей страны. Из всех типов взаимодействия они предпочитают торг.

Для большинства арабов характерно чувство национальной гордости. Поэтому не следует задавать им вопросы о национальной независимости, внутренней и внешней политике. Все, что каким-либо образом рассматривается как вмешательство в их дела, будет немедленно отторгнуто.

А теперь главное!

Начиная переговоры с любыми представителями Запада или Востока и пытаясь изменить в свою пользу их ход, никогда не следует прибегать к уловке, которую иногда позволяют себе россияне: они говорят, что кое-кто предлагает им более выгодные условия сделки. Среди солидных людей это считается шантажом и бестактностью. Там принято считать, что каждый волен выбирать себе самого выгодного партнера, но должен делать это достойно, не оскорбляя других.

Иностранная делегация, прибывшая в Россию, рассчитывает, что приглашающая сторона возьмет максимум расходов на себя. Как правило, транспортные расходы на международных линиях до места назначения и обратно, а также расходы по медицинскому страхованию членов делегации несет непосредственно сама иностранная фирма. Все другие расходы по приему на месте несет принимающая сторона в разумных пределах.

**8.Заключение**

В этом реферате мы рассмотрели: 1) историю развития делового этикета, где узнали, что родиной этикета является Италия XIV в., и как она развивалась дальше в других странах; 2) виды, требования, а так же национальые особенности делового этикета в разных государтвах; 3) узнали почему выгодно знать деловой этикет в соврменном обществе

Деловой этикет- это целый вид искусства, которым не каждый может овладеть. Не знание его мешает человеку в обычной жизни, что может привести к конфликтам, недопониманию, неудачам в карьере. Поэтому желательно всем нужно знать хотя бы элементарные нормы делового этикета.

Но нужно не забывать, что мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений, не выдвигая беспочвенных предложений и аргументируя свои действия.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что деловой этикет очень важен для современного общества!

**9.Литература**

* Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Уч. пособие - М.: Финансы и статистика, 2004. - 208 с.
* Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения:. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. - 279 с.
* Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. - 5-е изд. - М.: Изд-во «Ось - 89», 2001. - 272 с.
* https://mirznanii.com/a/166162/delovoe-obshchenie-v-sovremennom-obshchestve
* https://ru.wikipedia.org/wiki/Деловая\_этика
* https://revolution.allbest.ru/ethics/00227686\_0.html
* www.efimov-partners.ru, «ЕФИМОВ и партнеры» http://www.efimov-partners.ru/smi.php?id=4391