Основи етикету ділового спілкування

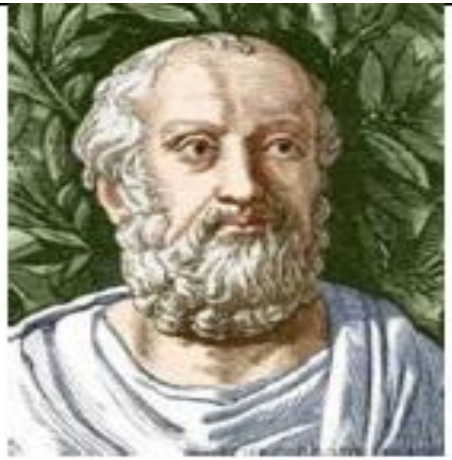
1. Професійна культура спілкування і бізнес етикет. Особливості ділового етикету. Службовий етикет.

2. Поняття про ділове спілкування, його особливості.

3. Вербальні засоби ділового спілкування.

4. Невербальні засоби спілкування та їх класифікація.

Викладач: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доцент



Людина може вести себе добре лише коли має певні моральні якості, гармонію "духу та тіла" (Платон)

- **Культура** (лат. виховання, освіта, розвиток) - історично певний рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини.
- **Компоненти загальної культури**: художня культура, економічна культура, політична, правова, інтелектуальна, моральна, екологічна, фізична, культура спілкування, професійна культура.

- **Професійна культура** - відповідність поведінки в професійній діяльності загальноприйнятим нормам і принципам, а також вимогам, які ставляться саме до цієї професії.

Поведінка - це дзеркало, в якому кожен показує свій образ" (Й. В. Гете)

Етикет - зовнішня сторона культури

- **Етикет** – сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших людей, форми звертання, поведінку, манери).
- **Етикет** - перелік правил поведінки, що діє в певному суспільстві.

- **Бізнес етикет** - звід понять про те, як правильно представитися в різних ситуаціях, брати участь в діалозі при бесіді або умінні вести себе під час ділового обіду, зустрічі, переговорів.

"У нас лише чотири методи контакту з людьми. Вони судять про нас на підставі того, що ми робимо, який вигляд маємо, що ми говоримо, та як ми це говоримо" (Д. Карнегі).

В основі бізнес етикету лежать загальноприйняті постулати ділових стосунків:

- ставлення до особи визначається її чином або посадою, яку вона займає
- кожна особа є представником фірми, організації, держави, і тому, етикетні правила вимагають ставитися до неї з повагою, незалежно від віку чи статі
- дотримання правил і вимог етикету є обов'язковим для всіх - це сприяє створенню сприятливого клімату для людей, зайнятих загальним виробничим процесом
- настрій позитивно впливає як на здоров'я людини, так і на продуктивність його праці
- великі корпорації створюють власні Кодекси честі чи Правила поведінки, в яких передбачаються норми взаємин і правила службового етикету

Сучасний діловий етикет – інструмент, що підвищує ефективність спілкування в бізнес-середовищі

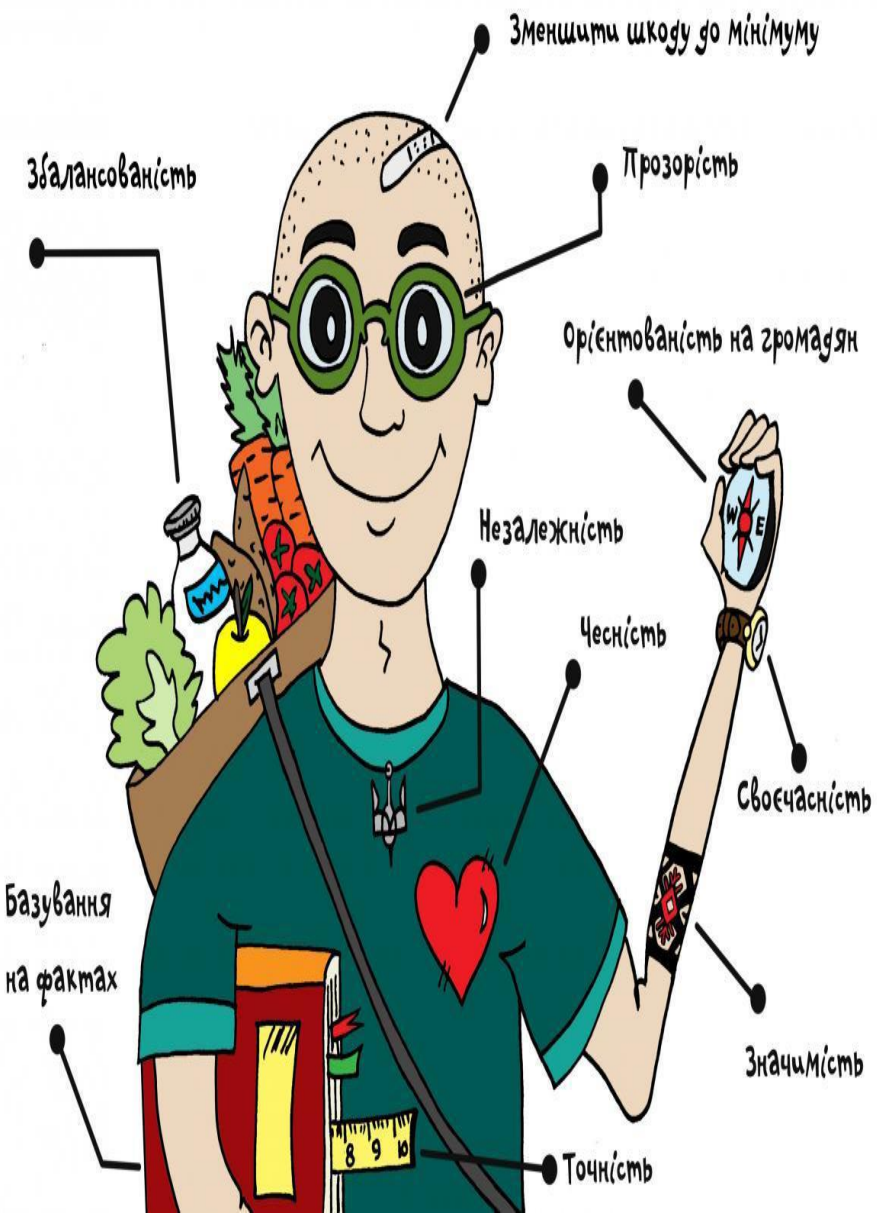
Діловий етикет – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових проблем; встановлений порядок і норми взаємовідносин на службі, з керівництвом, у відносинах між колегами, партнерами, клієнтами.

Важливими сферами та формами ділового етикету є:

- ✓ офіційні та протокольні форми привітання та представлення
- ✓ подарунки в ділових відносинах
- ✓ етикет національних символів
- ✓ візитна картка
- ✓ діловий одяг
- ✓ ділова субординація
- ✓ етикет в рекламі та ін.

Ключові норми ділового етикету

- Шанобливе ставлення до керівництва, колег і підлеглих незалежно від діючої ієрархії і займаних посад.
- Субординація, яка забезпечує безперешкодне і оперативне проходження рішень керівництва до виконавців і зворотного зв'язку від них.
- Пунктуальність і обов'язковість, без яких планування і правильний розподіл робочого часу всіх учасників бізнес-процесу стає неможливим.
- Уміння послідовно і коротко формулювати свої думки, а також грамотно викладати їх зміст в письмовому вигляді.
- Володіння основними правилами ділового етикету: вміння правильно поводитися з членами колективу і бізнес-партнерами, дотримання норм поведінки не тільки в діловому спілкуванні, але і в неформальній обстановці.
- Конфіденційність. Не розказуйте нікому відомості, про які ви дізналися в процесі особистого спілкування або в ході виконання службових обов'язків. Поширення пліток в діловому співтоваристві не вітається.



Основні правила ділового етикету

- **Перше правило - будьте пунктуальні.** Дуже важливо правильно організувати та розрахувати час. Планування та пунктуальне виконання всіх запланованих справ є ключем до успіху. Запізнення є некоректним відносно людини яка вас чекала. І навіть найщиріші вибачення та запевнення про неможливість прийти вчасно не здатні повністю загладити провину, оскільки навіть на рівні підсвідомості залишиться певний неприємний осад, що буде означати дещо негативне ставлення по відношенню до вас.
- **Друге правило - не говоріть зайвого іншим.** У кожного мільйонера є певні секрети для досягнення успіху, але ні один не розкаже їх вам. Не варто казати про справи у власному бізнесі, оскільки іноді навіть найменший натяк може вплинути на діяльність конкурента.
- **Третє правило - не будьте егоїстом.** Не можна успішно вести справи, не зважаючи на думки й інтереси партнерів, клієнтів, покупців. Часто саме егоїзм стає на заваді до досягнення успіху. Дуже важливо терпимо відноситись до свого опонента чи партнера, навчитися вислухати та пояснити свою точку зору.
- **Четверте правило - одягайтеся так, як заведено у товаристві.** Одяг є демонстрацією вашого смаку та статусу в суспільстві. Не варто легковажити цим правилом. Зовнішній вигляд є першою річчю на яку звертає увагу людина і це відразу настроює її на відповідний лад.
- **П'яте правило - слідкуйте за чистотою мови.** Усе, що ви говорите й пишете, повинне бути викладене гарною мовою, правильно. Вміння спілкуватись, грамотно вести дискусію і переконувати опонента є дуже важливим для ведення переговорів. Слідкуйте за своєю вимовою, дикцією та інтонацією. Ніколи не вживайте нецензурної лексики і образливих виразів. Однак не забувайте, що вміння слухати співрозмовника є не менш важливим аспектом спілкування.

Різновид ділового етикету – службовий етикет

Службовий етикет — сукупність правил поведінки людей у трудових колективах.

Службовий етикет – сукупність найдоцільніших правил поведінки там, де відбувається професійна діяльність (на виробництві, в будь-якій організації).

Дотримання правил і вимог службового етикету є обов'язковим для всіх - це сприяє створенню сприятливого морально-психологічного клімату для людей, під впливом якого формується гарний настрій людини.

Службовий етикет передбачає правила поведінки з клієнтами та партнерами по бізнесу.

Службовий етикет зобов'язує:

- бути ввічливим до всіх клієнтів - думка кожного клієнта впливає на імідж фірми
- зустрічі починати вчасно
- на всі дзвінки і листи клієнтів вчасно давати відповіді
- прийняті рішення виконувати у зазначені терміни
- бути в гарному і охайному одязі

Сфера бізнесу побудована на вмінні продуктивно спілкуватися

- **Неформальне спілкування** зосереджене здебільшого навколо духовних та психологічних потреб внутрішнього характеру людей, їх інтересів (визначення свого місця в оточуючому світі, свого ставлення до тієї чи іншої людини, вирішення конфлікту, пошук сенсу життя та інше)

- **Формальне спілкування** є частиною певної сумісної діяльності людей, служить засобом підвищення якості цієї діяльності та є способом її організації. Спрямоване воно здебільшого на те, чим зайняті в даний момент люди, а не на їх внутрішній світ, внутрішні проблеми.

Формальне спілкування поділяють на:

- **Формально-рольове спілкування** – вид спілкування, при якому його зміст та засоби регламентовані соціальними ролями партнерів по спілкуванню: вчитель і учень, лицар і дівчина, співробітник міліції і порушник, стюардеса і пасажири літака.
- **«Контакт масок»** — вид спілкування, за якого відсутнє прагнення зрозуміти один одного, використовуючи узвичаєні маски ввічливості, суворості, байдужості, завдяки набору жестів, міміки, стандартних фраз приховується ставлення до іншої людини.
- **Світське спілкування** – вид спілкування, яке визначається формальною ввічливістю, за якого люди виконують певний ритуал залежно від обставин.
- **Ділове спілкування** – вид спілкування, метою якого є організація та оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

«Вміння спілкуватися з людьми це товар, який можна придбати так само, як ми купуємо чай або каву... Але я плачу за таке вміння більше ніж за будь-що інше у світі».

Історично склалися два види ділового спілкування

Безпосереднє спілкування – мовне спілкування у найбільш розвиненому вигляді.

- Воно підкріплюється мімікою, жестами, інтонацією.
- В цьому виді спілкування вся людська сутність стає своєрідним «знаряддям».
- Спілкування суттєво впливає на розвиток усіх потреб людини - в ньому завжди наявний комунікативний момент.

Опосередковане спілкування - виникло на основі безпосереднього.

- До нього відносять письмо (зауважимо - тут має місце втрата міміки, жестів, інтонації), масові засоби інформування (газети, радіо, телебачення, книги, відео, комп'ютерна мережа, музичні записи).

Завдання ділового спілкування – ефективна співпраця

Способи спілкування:

Що слугують обміну інформацією.

- Для передавання певної інформації від однієї людини до іншої використовується такий спосіб спілкування як повідомлення.
- Це відбувається під час безпосереднього спілкування (мова, жести, міміка) або через різні засоби масової комунікації.

Способи спілкування:

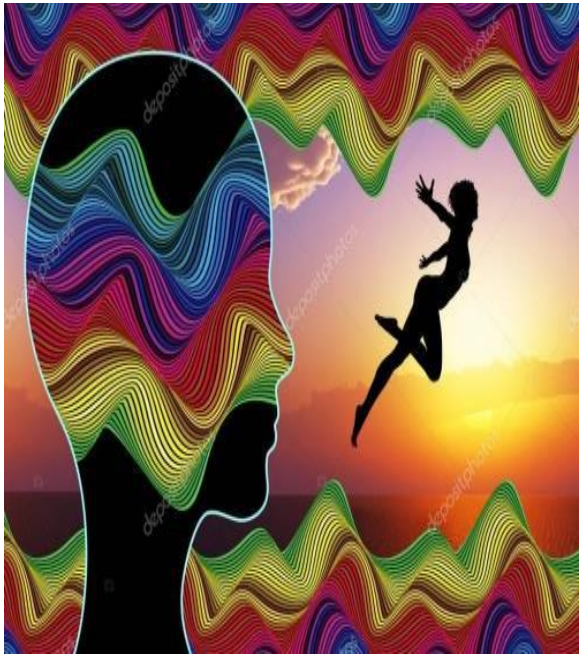
Що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (може бути і група) на іншого.

- До групи психологічних способів впливу одного суб'єкта на інший відносяться: переконання, навіювання (самонавіювання), психічне зараження, наслідування.

- **Переконання** - вірування без жодного відтінку сумніву, але часто з емоційним забарвленням; встановлена думка, прийняте вірування. Людина вірить в них, вважаючи їх абсолютною істиною.
- **Переконання** – спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду людини з тим, щоб сформувати у неї нові настанови. Такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їх єдності, формує нові погляди, відносини.

- **Навіювання** – психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі. Один з найпоширеніших і найважливіших способів маніпулювання свідомістю людини. Воно представляє переважно прихований вплив на підсвідомість і частково свідомість індивіда з метою зміни його загального стану та окремих характеристик психіки - установок, цінностей, переконань.
- **Навіювання** здійснюється за допомогою слів, поглядів, жестів, образів та інших засобів передачі інформації.

- **Самонавіювання** – свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій.
- **Психічне зараження** – на відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво виявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (під час релігійного екстазу, паніки).
- **Наслідування** - процес і продукт дій, це універсальний спосіб засвоєння чужого досвіду, здатність мимовільно відтворювати рухи і дії, поведінку, манери діяльності.



Способи (механізми) впливу - різняться етично-мотиваційною визначеністю способів і мети спілкування

- **Маніпуляція** – спосіб (система способів), який дає можливість досягнення своєї мети без врахування інтересів та за рахунок іншої сторони. Це спосіб, в основі якого “використання” іншої людини з метою реалізації своїх егоїстичних інтересів.

- **Актуалізація** – спосіб (система способів), в основі якого співробітництво, повага до себе та до інших, намагання вирішити проблему на основі об’єктивності та взаємної вигоди сторін спілкування.

Типи маніпуляторів за Е. Шостром

- **Моделі (типи) спілкування**: запобіглива, звинувачувальна, розважлива, віддалена, врівноважена.

- **Стилі спілкування.** Наприклад, стиль у відношеннях між керівником і підлеглим – лідерство. Стилі лідерства: авторитарний, демократичний, ліберальний.

Передача інформації можлива лише через знакові системи

Вербальна комунікація – знаковою системою є мова

- Комунікація за допомогою усної і письмової мови

Невербальна комунікація - використовуються немовні знакові системи

- Комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність)

Ефективність вербальної комунікації ділової людини залежить від рівня її культури мовлення

- **Мова ділової людини** – особлива, тому що помилки у вимові та вживанні слів відволікають співрозмовника від суті ділової розмови, а іноді призводять до непорозумінь.
- Мова завжди повинна відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів - з цим пов'язане **вживання жаргонів чи сленгових виразів.**
- Мова повинна бути зрозуміла співрозмовнику - варто **обережніше вживати професійні слова**, за допомогою яких представники однієї професії розмежовують близькі поняття, що мають для неспеціалістів загальну назву.
- Усне мовлення, на відміну від письмового, повинно бути **максимально простим і ясним.**

Грецький історик Плутарх (I-II ст. н.е.) так описував Клеопатру: "Красота Клеопатри були не тією, що зветься незрівнянною й вражає з першого погляду, зате поводження її відрізнялося надзвичайною чарівністю,... переконливістю промов,... а мова була, наче багатострунний інструмент, що легко настроювався на будь-який лад і на будь-яку говірку"

Як пише М. Спіллейн у книзі "Імідж жінки", "успіх багатьох політиків, акторів і підприємців певною мірою приписують тембру їхнього голосу... Приємний голос підкреслює ваш професіоналізм й одночасно утримує увагу слухачів. Неприємний голос у кращому разі викликає нудьгу, у гіршому - роздратування".

Письмове ділове спілкування

Дві форми письмового спілкування: виробничі та навчальні

Виробничі форми письмового ділового спілкування:

- Листи (особисті, службові)
- Доповідні записки
- Керівництва і довідники
- Щорічні звіти
- Дошки оголошень
- Відеокасети
- Інформаційні бюлетені

Невербальні засоби спілкування

- рухи тіла, жести (рухи рук, ніг)
- просторове поле між співрозмовниками
- вираз очей та неправильність погляду
- вираз обличчя
- акустичні засоби (пов’язані з мовою і непов’язані з нею)
- тактильні засоби (потиск рук, поцілунки)
- посмішка
- косметика
- реакції шкіри (почервоніння, збліднення)
- запахи (парфуми, алкоголь)
- одяг та його колір
- манери

Невербальні засоби – класифікація за спорідненими ознаками

Акустична:

- **праксодика** – невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізації (інтонація, гучність, тембр, тональність)
- **екстра-лінгвістика** – вкраплення у голос (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи)

Невербальні засоби – класифікація за спорідненими ознаками

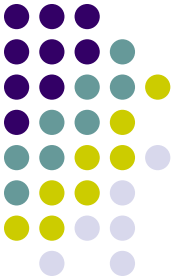
Оптична:

- **кінетика** – жести, міміка і пантоміміка, рухи тіла, контакт очима
- **проксеміка** – система організації простору і часу спілкування (відстань між мовцями, дистанція, вплив території, просторове розміщення співбесідників)
- **графеміка** – почерк, символіка, скорочення
- **зовнішній вигляд** – фізіономіка, тип та розміри тіла, одяг, прикраси, зачіска, косметика

Невербальні засоби – класифікація за спорідненими ознаками

- **Тактильно-кінетична (таксика)** – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, поцілунок, посмішка
- **Ольфакторна (запахи)** – запах тіла, запах косметики
- **Темпоральна (хронеміка)** – час очікування початку спілкування, час проведений у спілкуванні, час, протягом якого триває повідомлення мовця

Кінетика - мова тіла, за допомогою якої людина свідомо чи несвідомо передає зовнішньому світу своє емоційне послання



Поведінка	Трактування	Висновок
Зчеплені на грудях руки	Позиція оборони	Переговори не завершувати
Легке постукування пальцями	Нетерпіння	Переговори слід закінчити
Складені молитовно долоні, пальці	Почуття переваги, співробітник вважає, що він хитріший	Переговори, можливо, слід перервати
Потирання очей	Недовіра	Треба подумати
Легкий нахил вбік голови	Спокій, задоволеність	Переговори можна завершувати
Підйом голови і погляд вгору або нахил голови з зосередженим виглядом	Зачекайте хвилину, я подумаю	Переговори краще перервати
Рух головою, насуплені брови	Не зрозумів, повтори	Треба підсилити контакт
Усмішка, легкий нахил голови	Розумію, додати мені нічого	Бажано підтримати співрозмовника
Ритмічне кивання головою	Ясно, зрозумів, що потрібно	Необхідне підтримання контакту
Довгий, нерухомий погляд в очі	Бажання підпорядкувати співрозмовника	Треба діяти залежно від обставин
Погляд убік	Зневага до партнера	Краще ухилитись від контакту
Погляд на підлогу	Побоювання і бажання уникнути відвертої розмови	Треба встановити контакт

Таксика

Рукостискання

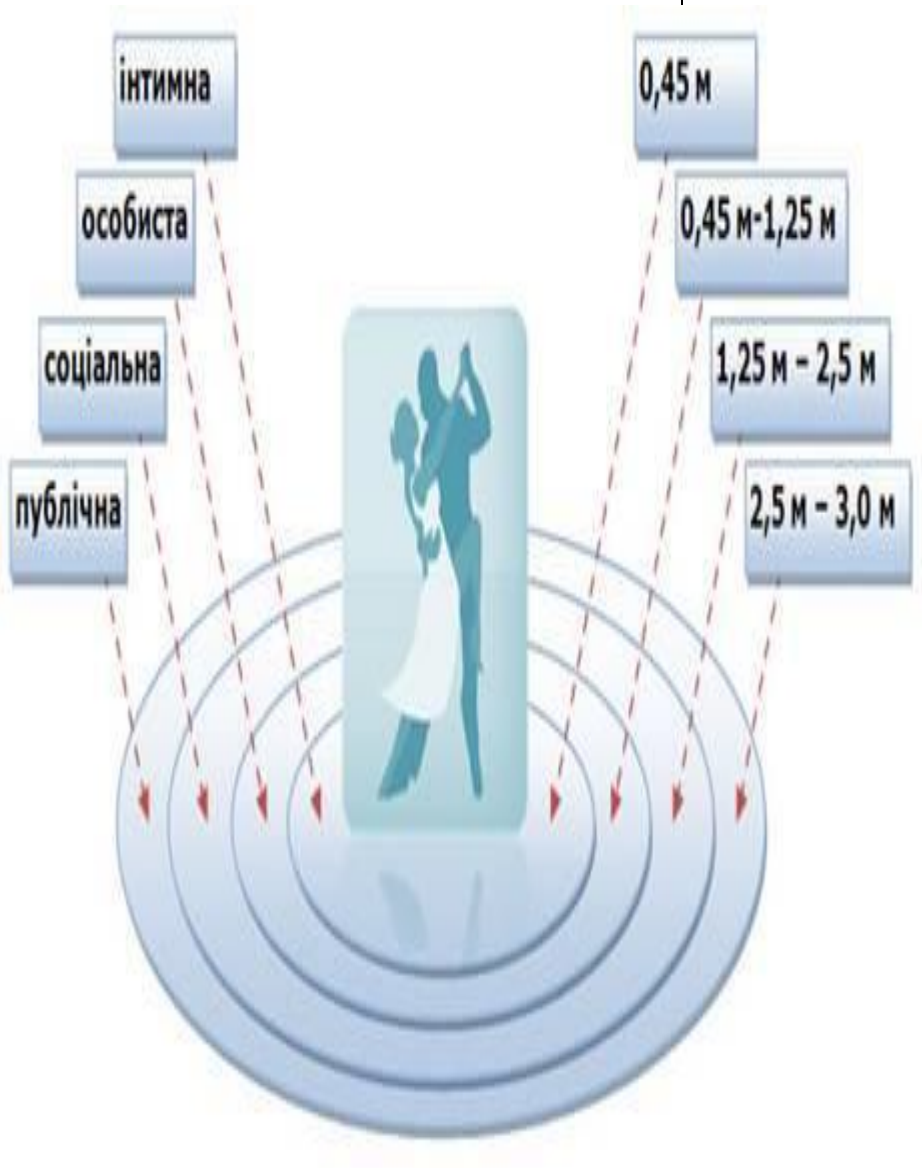
- Нетривале, мляве рукостискання свідчить про байдужність.
- Більш тривале з посмішкою, відкритим поглядом, демонструє дружелюбність.
- Суперечить правилам етикету рукостискання, що виражає перевагу або передчасний перехід до неформальних відносин. Це таке рукостискання, коли подана рука накриває зверху руку партнера.

Посмішка - сильний емоційний невербальний засіб, знімає настороженість перших хвилин знайомства, виражає прихильність, відкритість, готовність до співробітництва (проте не варто втрачати почуття міри).

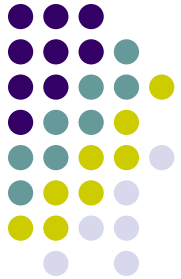
Проксеміка - просторова психологія

Чотири просторових зони, яких людина свідомо чи несвідомо дотримується при спілкуванні:

- **Перша зона – інтимна** (від 15 до 45 см), цю зону людина найбільше оберігає, у ній можуть знаходитися, крім суб'єкта, лише найближчі йому люди
- **Друга зона – особиста** (від 45 до 125 см), у цій зоні люди звичайно розміщуються під час дружніх зустрічей, на вечірках
- **Третя зона – соціальна** (від 125 – до 250 см), цієї відстані люди дотримуються під час міжособистісного спілкування з малознайомими людьми, зокрема, на роботі
- **Четверта зона – громадська** (понад 250 см), відстань на якій бажано знаходитись лектору, оратору



Вербальні та невербальні засоби спілкування можуть підсилювати або ослаблювати взаємодію



Правильно зрозуміти невербальну мову можна лише комплексно оцінюючи всі невербальні дії.

Декілька типових якостей особистості та притаманні їм невербальні засоби:

- **Пасивність:** надмірне розслаблення, млява постава, розслаблена голова, відкритий рот.
- **Впевненість:** невимушена постава, вільно розправлені плечі, піднята голова, спокійні рухи, впевнений погляд, чітка мова.
- **Зарозумілість, чванство:** розправлені плечі, випнуті груди, занадто високо піднята голова, погойдування на п'ятах, іноді - відведені від співрозмовника очі, оцінюючий прямий погляд, крива посмішка.
- **Невпевненість, почуття покори:** втягнена у плечі голова, ледь згорблена спина, опущене до грудей підборіддя, готовність у будь-який момент підхопитися, неритмічні швидкі кроки, поморгування, невпевнений погляд, непевна або боязка посмішка, нечітка мова.
- **Стурбованість:** схрещені руки і (або) ноги, заламування рук, погойдування ногою, накручування на палець волосся, смикання часів або браслету, часте причісування, клацання пальцями по столу.
- **Агресивність:** пильний погляд, стиснуті кулаки, "нависання" над співрозмовником.
- **Грубість:** продовжувати працювати, коли з вами розмовляють, переривати співрозмовника, самовдоволено посміхатися, стояти занадто близько до співрозмовника, позіхати, дивитися на годинник, збирати папери, не закінчивши зустрічі.
- **Жести - «паразити»:** поправляти окуляри, стукати каблучкою, смикати пальці, чухати ніс або вухо, гризти ручку або олівець, розстібати та застібати ґудзики, скачувати папір у кульки.

Невербальна комунікація залежить від типу культури

Позитивні якості	Негативні якості
Червоний	
Привертає увагу; символізує любов, пристрасть	Підвищує кров'яний тиск, ототожнюється з агресією, забороною, небезпекою
Жовтий	
Асоціюється з сонцем, теплом, світлом; символізує активність, свободу, радість	Асоціюється із заздрістю, жадобою
Синій	
Асоціюється з водою, небом; символізує розсудливість, дисциплінованість, порядок	Асоціюється з отрутою, хворобою, незрілістю
Зелений	
Асоціюється з природою, рослинним світом, символізує надію, життя; нормалізує кров'яний тиск, заспокоює психіку	Асоціюється з отрутою, хворобою, незрілістю
Коричневий	
Символізує родючість, респектабельність	Асоціюється з брудом; викликає тяжке почуття, зорово збільшує об'єм
Чорний	
Урочистість, вишуканість	У європейських культурах символізує траур, скорботу
Білий	
Асоціюється з чистотою, гармонією; колір урочистостей	У деяких східних культурах колір трауру; асоціюється з лікарнею

Дякую за увагу!