**Практичне заняття 11**

**Робота секретаря-референта з організації ділових зустрічей, переговорів, презентацій та прийомів**

**План**

1. Робота секретаря-референта з організації ділових зустрічей та переговорів.
2. Принципи ведення переговорів і їх важливість у роботі фірми.
3. Презентації і прийоми: специфіка проведення

**🖉Основні терміни і поняття**: *переговори, перемовини, ділова зустріч, презентація, прийом, фуршет, «бокал шампанського», коктейль, обід, вечеря.*

**Мета практичного заняття є** з’ясувати специфіку роботи секретаря-референта з організації ділових зустрічей, переговорів, презентацій та прийомів; вивчити алгоритм підготовки до ділової зустрічі; проаналізувати роль психологічної підготовки і вміння тримати ситуацію під контролем для успішного їх завершення.

**🕮Методичні рекомендації**

🕭Для успішної відповіді на **перше запитання** треба проаналізувати інформацію щодо роботи секретаря-референта з організації ділових зустрічей, переговорів та презентацій.

Особливого значення ділове спілкування набуває для людей, зайнятих бізнесом. Багато в чому від того, наскільки вони володіють наукою і мистецтвом ділового спілкування, залежить успіх їхньої діяльності. Сучасній діловій людині необхідно знати загальноприйняті правила і норми ділового спілкування, уміти вести переговори і бесіди.

Зверніть увагу, що важливо розуміти загальні закономірності ділового спілкування, що дозволить аналізувати ситуацію, враховувати інтереси партнера, говорити зрозуміло. «Як успішно провести ділові переговори?» – це серйозне питання, з яким постійно стикаються ділові люди. Майстерність у будь-якій справі приходить із практикою, і ділове спілкування не є винятком. Для початку з’ясуємо саме поняття «переговори» або «перемовини». Вважаємо ці слова синонімами, тому вживаємо паралельно.

**☝Переговори** – це вид спільної з діловим партнером діяльності, як правило, спрямованої на вирішення певної проблеми.

Вони завжди припускають, принаймні, двох учасників, інтереси яких частково збігаються, а частково – розходяться. Зрозуміло, що при повному збігу інтересів сторін проводити переговори не потрібно, учасники просто переходять до співробітництва. При повній розбіжності поглядів учасників на проблему шанси на успіх у перемовинах різко зменшується, оскільки ми спостерігаємо яскраво виражену конкуренцію, змагання, протиборство, конфронтацію.

🕭**Питання друге** стосується основ методології переговорів.

**Методи ведення переговорів**. Вести ділові переговори завжди нелегко, бо навряд чи хто добровільно хоче поступатися інтересами, амбіціями, планами. Науковці виділяють окремі методи ведення ділових переговорів.

Зверніть у вагу на те, що є, принаймні, три методи: ***м’який, твердий і принциповий,*** і вивчіть їх основні принципи.

***М’який метод.*** Як правило, «слабша» за характером людина завжди бажає уникнути особистого конфлікту з «сильнішим» партнером (справа може не обмежуватися характером, часто причина поступливості у вагомішій посаді, суспільному становищі, фінансових можливостях суперника). Отже, заради досягнення угоди «слабший» охоче йде на поступки, бо хоче полюбовної розв’язки, уникнення конфлікту. Але справа найчастіше закінчується тим, що «слабший» партнер залишається в образі на «сильнішого» і почуває себе приниженим.

***Твердий метод****.* Наполегливий, з сильною волею учасник переговорів розглядає будь-яку проблемну ситуацію з позиції сили, нав’язує протилежній стороні власні переконання, погляди, займає непримириму безкомпромісну позицію і завзято наполягає на своєму. Розрахунок простий – отримати якомога більше. Ситуація, коли є бажання перемогти будь-якою ціною, коли непоступливість пересилює здоровий глузд, часто закінчується тим, що «тверда» позиція викликає таку ж тверду реакцію партнера по переговорах. В результаті вимотуються, знесилюються обоє, безглуздо витрачається час і ресурси, надовго псуються їхні взаємовідносини.

***Метод принципових переговорів,*** як видно з логіки викладу, насьогодні є найприйнятнішим варіантом ділового спілкування. Учасники в цих переговорах звичайно намагаються знайти розумний баланс між власними прагненнями, планами, амбіціями, власною метою і бажанням зберігати стійкі, дружні взаємини з діловими партнерами. Тобто для цього типу переговорів характерний принцип розумного компромісу. Це третій шлях ведення переговорів, що передбачає позицію, засновану не на слабості або твердості партнера, а скоріше він об’єднує і те й інше. Тут проблеми вирішуються на основі їхніх якісних властивостей, тобто виходячи із суті справи, а не ведеться торг з приводу того, чим може чи не може поступитися партнер. Зрештою, навіть чимось поступившись у другорядних речах, учасники виграють обоє, бо зберегли головне: дружні взаємовигідні стосунки, фінансову стабільність, можливість ефективно розвивати свій бізнес, свою справу.

Ділові переговори – це динамічний процес, що складається з окремих етапів.

***☝*Основні етапи ведення переговорів:**

**Етап аналізу ситуації.** На цьому етапі необхідно систематизувати й осмислити всю доступну для вас інформацію про учасника (чи учасників) переговорів, їхніх можливих намірах і цілях. Особливу увагу необхідно звернути на можливості ускладнення ситуації, на тих реальних труднощах, що ймовірно виникнуть під час переговорів.

Важливо також:

* визначити етапи зустрічі й основні ідеї, які необхідно обов’язково донести до опонента;
* вивчити людей, що ведуть переговори: їхні потреби, інтереси, позиції; вивчити ступінь готовності партнера вести переговори;
* вивчити плани, підходи, варіанти ведення переговорів, які можна чекати від протилежної сторони;
* мати перелік необхідних і досить вагомих аргументів, доказів, документів, які ви мають бути під рукою під час ведення переговорів.

**Центральне завдання будь-яких переговорів** – спільне вирішення проблеми. Але для того, щоб вона була вирішена, потрібні продумані аргументи, що зведуть розбіжності сторін до мінімуму. Ефективність переговорів у великій мірі залежить від уміння спілкуватися з людьми і регулювати свій психічний стан і поведінку.

**Етап планування.** На цьому етапі необхідно зосередити увагу на найбільш перспективних, основних, а також і запасних варіантах ходу ведення переговорів. Тут варто подумки програти весь можливий хід їх ведення, врахувати інтереси протилежної сторони, можливі компроміси: ***йде пошук оптимального шляху вирішення проблеми і його детальне вивчення.***

Плани залежать від мети і засобів.

Предметом вивчення мають стати і обставини, що супроводжують те чи інше рішення. Чи немає правових протипоказань? Які можливі наслідки? Чи не виходимо ми за рамки вже наявних рішень? Чи використовується неперевірена інформація? На всі ці запитання до початку переговорів повинна бути відповідь.

Рішення ухвалюється, коли всі обставини вивчені.

**☝ «Переговори – це не місце для поривів, це місце для дипломатії»,** – **дуже влучно стверджує французьке прислів’я.**

Тільки тоді, коли потенційний клієнт побачить переваги, що можуть бути йому надані вами і відповідають його «егоїстичним» намаганням, можна сказати, що і ви досягли успіху, отримавши нового партнера. Етап активної дискусії (суперечки). Найдинамічніша фаза переговорів, на якій важливо вибрати правильний стиль і темп, прийоми і техніку. Доцільно не поспішати, але і не затягувати процедуру переговорів. Потрібно уникнути поспішних рішень і недоцільних поступок.

Цей етап переговорів (власне переговори) можна розбити на наступні складові:

1) уточнення позицій;

2) їхнє обговорення;

3) узгодження позицій.

Під час переговорів **треба шукати те в позиціях, що об’єднує, а не те, що розділяє.** Техніка проведення переговорів містить у собі:

* + установлення контакту зі співрозмовником;
	+ ведення переговорів у потрібному напрямку;
	+ спостереження за реакцією партнера, уміння слухати;
	+ прогнозування його відповідей;
	+ корекцію своєї поведінки при взаємодії;
	+ сприяння своєю поведінкою мовній активності партнера;
	+ уміння розуміти та поважати думку партнера;
	+ використання міміки і жестів, знаків уваги;
	+ уміння передбачити можливі варіанти відповідних реакцій партнера.

Ефективність переговорів полягає в здійсненні самоконтролю в ході співбесіди: у виборі умов проведення зустрічі; у черговості запитань/відповідей.

***Етап ухвалення рішення і взаємоприйнятої угоди.*** Концентруючи увагу на взаємних інтересах і об’єктивних умовах переговорів, необхідно крок за кроком просуватися до ухвалення розумного рішення і взаємоприйнятої угоди (договору, контракту). На цьому етапі варто знову звернути увагу на людей, що ведуть переговори, заручитися якщо не дружнім схваленням прийнятого рішення, то хоча б взаєморозумінням і задоволенням від спільно проробленої роботи.

**Пам’ятаймо!** ***Успішно завершити переговори означає досягти заздалегідь наміченої і запланованої мети переговорів.***

🕭Для підготовки відповіді на **третє питання**, треба вивчити матеріали щодо підготовка до проведення ділових зустрічей.

Про ділову зустріч прийнято домовлятися заздалегідь, при цьому відрізок часу між домовленістю та власне зустріччю залежить від конкретних обставин та програми зустрічі.

У межах одного регіону найбільш доцільно домовлятися за два-три дні. Запланована за десяток днів ділова зустріч часто буває підготовлена гірше лише з психологічних причин.

**☝Зустріч з іноземцями, загальні рекомендації:**

Особливої ретельності вимагає організація зустрічі з іноземцями. До такої зустрічі потрібно, безперечно, готуватися завчасно, передбачивши всі елементи програми їхнього перебування:

* порядок зустрічі;
* персональний склад учасників;
* участь представників преси;
* вручення квітів;
* вітальні промови;
* розміщення в готелі;
* ділова частина;
* відвідування культурних об’єктів;
* поїздки по країні;
* неофіційні прийоми;
* проводи.

Отже, загалом підготовка до ділової зустрічі передбачає врахування таких основних елементів:

* визначення часу і місця зустрічі;
* запрошення;
* визначення складу учасників переговірної групи та протокольної групи;
* підготовка програми візиту;
* підготовка необхідної документації;
* бронювання номерів у готелі;
* організаційно-технічне забезпечення,
* розважальні заходи.

Відповідь на **четверте питання** передбачає вивчення специфіки проведення презентацій і прийомів у сучасному діловому світі.

Крім перемовин і ділових зустрічей для заохочення партнерів, клієнтів, встановлення ділових стосунків, створення відповідного іміджу фірми широке розповсюдження набули **презентації** та прийоми.

**Презентації** необхідні під час відкриття нового офісу, філіалу фірми, демонструванні нового виробу тощо. Дуже важливо, щоб презентації і прийоми були добре продумані, сплановані, оскільки на них в гостей складається враження про компанію, фірму, підприємство, яке потім дуже важко змінити.

Для організації презентації необхідно насамперед:

- визначити терміни проведення;

- спланувати місце проведення;

- скласти програму презентації;

- з’ясувати коло учасників і розіслати запрошення (не пізніше ніж за 4 дні).

Найкращий час для проведення презентації – о 15-16 год. Після обіду, щоб після її проведення можна було організувати коктейль чи фуршет.

**☝зверніть увагу:**

1. За етикетними вимогами персонал компанії (підприємства), що виступає в ролі господарів, має бути з іменними карточками (бейджиками) з прізвищем ім’ям та по батькові, а також із зазначенням посади учасника-господаря. Такі карточки допомагають учасникам-гостям виділити серед інших господарів і в разі необхідності - звернутися за допомогою.
2. Розмір приміщення для презентації має відповідати кількості запрошених. Велике приміщення і пусті столи створюють ілюзію невдалого заходу, хоча насправді це не завжди так. Отже краще, щоб приміщення було трохи замалим, і в разі необхідності персонал має бути готовим знайти необхідні місця і столи (завчасно підготовлені).
3. Приміщення, де проходить презентація, оформлюють символікою компанії (підприємства), плакатами, стендами, рекламними проспектами, буклетами. Після завершення презентації гостям даруються сувеніри, рекламні буклети компанії тощо. Завершується презентація, як правило, коктейлем чи **фуршетом.**

**Окремо розглянемо основні види** прийомів. Зазначимо, що для влаштування прийому варто спочатку визначити вид прийому, що відповідає ситуації, час проведення, місце, програму прийому і список запрошених.

**☝До найвідоміших видів прийомів відносять:**

1. **Сніданок**. Час проведення – о 12-14 год. Форма проведення – сидячи за столом, форма одягу – ділова. На стіл подаються гарячі блюда, холодні страви, кондитерські вироби, фрукти. Серед напоїв – шампанське, сухе вино, іноді віскі, кава, чай.

2. **«Бокал шампанського».** Час проведення – о 13–15 год. Форма проведення – стоячи , форма одягу – ділова. Подається шампанське, сухі вина, фрукти.

3**. «Фуршет».** Час проведення – о 17 – 20 год. Форма проведення – стоячи, форма одягу – ділова. На стіл подаються холодні страви (інколи – гарячі), кондитерські вироби, кава, чай. Використовуються різноманітні коктейлі і прохолодні напої.

 4. «**Коктейль».** Час проведення – о 17 – 19 год. Форма проведення – стоячи, форма одягу – ділова. Подаються дрібнопорційні страви, різноманітні коктейлі і прохолодні напої.

5. **Обід**. Час проведення – о 19 – 21 год. Форма проведення - сидячи за столом, форма одягу – вечірня. На стіл подаються холодні і гарячі страви, зокрема, суп, рибні і м’ясні страви, десерт. Широкий асортимент напоїв: горілка, сухе вино, шампанське, коньяк, лікер, мінеральні води, соки, кава, чай.

6. **Вечеря**. Час проведення – о 21 год і пізніше. Форма проведення – сидячи за столом, форма одягу – вечірня. На стіл подаються холодні і гарячі страви, рибні і м’ясні страви, десерт. Серед напоїв: горілка, сухе вино, шампанське, коньяк, лікер, мінеральні води, соки, кава, чай.

❓ **Питання для самоконтролю**

1. У чому полягає робота секретаря-референта з організації ділових зустрічей та переговорів?
2. Як часто відбуваються ділові зустрічі в діяльності фірми?
3. Чому визначення часу і місця зустрічі є визначальним чинником?
4. Хто визначає склад учасників переговірної групи та протокольної групи? Кому варто розсилати запрошення?
5. Які етапи підготовки програми візиту?
6. Хто здійснює бронювання номерів у готелі? На кому лежить відповідальність щодо забезпечення організаційно-технічної підтримки?
7. Якими є особливості проведення ділових зустрічей? Наскільки важливою при цьому є церемонія зустрічі делегації?
8. Чим відрізняються презентації і прийоми?

✍**Практичні завдання**

1. Уявіть, що ви секретар-референт, який готує ділову зустріч. Дайте відповіді на запитання, створивши таким чином алгоритм підготовки успішного дійства:

*1. Чи чітко я уявляю свою мету у вигляді бажаного результату, тобто що ми хочемо мати наприкінці бесіди?*

*2. Як можна буде оцінити результат, тобто як ми довідаємося, чи досягли бажаного?*

*3. Які наші припущення про цілі співрозмовника?*

*4. Якими засобами ми володіємо для досягнення поставлених цілей?*

*5. Яка позиція стосовно партнера оптимальна для досягнення поставленої мети?*

*6. Як ми донесемо до партнера свою позицію і довідаємося про його установки, позицію й переконання?*

*8. З якими бар’єрами можемо зіштовхнутися? Як підстрахувати себе й зменшити ймовірність цих бар’єрів?*

*10. Як зняти протиріччя, якщо вони виникнуть? Як налаштувати себе на терпимість до людини, якщо вона неприємна, і врахувати природні розходження в сприйнятті й оцінці обговорюваної проблеми?*

*12. Які застосовувати способи впливу на партнера? Яку аргументацію при цьому використати?*

*14. Як поводитися, якщо виникнуть конфронтація, маніпуляція й будуть використані нечесні прийоми з боку партнера? Наскільки розкривати свої позиції?*

*16. Як управляти атмосферою розмови?*

*17. Як управляти собою, якщо партнер викликає роздратування?*

*18. Чого в жодному разі не можна допускати в бесіді?*

*19. Якими є інтереси партнера і як їх зрозуміти?*

2. Підготуйте і запропонуйте обов’язки секретаря-референта з організації оперативних нарад з (невеликою, або великою) кількістю учасників.

* + 1. Проаналізуйте роботу секретаря-референта з організації ділових зустрічей та переговорів, запропонуйте загальні вимоги у вигляді таблиці або списку.

👓🗁**Теми кейсів (на вибір)**

1. Напишіть невеликий твір-роздум на одну із запропонованих тем, запропонуйте його колегам і влаштуйте дискусію:
* *«Приємній людині важче відмовити, тому намагайтеся сподобатися людині, яка вас приймає»*
* *«Позитивне перше враження роблять люди, що випромінюють позитивні емоції: усміхнені, життєрадісні, привітні»*
* *«Запізнюватися не можна, тому що це свідчить про…».*
* *«Діловий імідж, акуратність і охайність дуже важливі під час зустрічі»*
* *«Як відповідати на запитання провокаційного характеру?».*
1. Допишіть речення, склавши невеличкий підсумковий текст щодо пунктів плану:

*1. Готуючись до ділової зустрічі, потрібно передбачити такі елементи:...*

*2. Протоколи передбачають такі основні моменти:...*

*3. Предметом ділової зустрічі є ...*

*4. Місцем проведення ділових зустрічей, переговорів є ...*

*5. При великій кількості учасників ділової зустрічі необхідно врахувати:...*

*6. Учасникам ділової зустрічі мають бути властиві такі риси характеру:...*

*7. Чого не можна робити під час ділової зустрічі?*

**🕮Список рекомендованої літератури:**

1. Блощинська В. А. Сучасне діловодство : навч. посіб. Івано-Франківськ : Ін-т менеджменту та економіки, 2018. 270 с.
2. Варенко В. М. Референтна справа. Київ : Вид-во «Центр учб. літ-ри», 2016. 196 с.
3. Вербицька Т., Чіннікова В. Секретарська справа та сучасне справочинство. Львів : Оріяна Нова, 2011. 392 с.
4. Герчанівська П. Е. Культура управління. Київ : ІВЦ Політехніка, 2015. 152 с.
5. Демещенко В. Корпоративный этикет и личная культура. *Секретарь-референт.* 2017. № 5. С. 79–81.
6. Демещенко В. Культура делового общения: собрания, совещания, конференции. *Секретарь-референт*. 2017. № 2. С. 62–64.
7. Демещенко В. Проведение деловых встреч (рекомендации для помощника руководителя). *Секретарь-референт*. 2017. № 8. С. 70–72.
8. Дзвінчук Д. І. Психологічні основи ефективного управління. Київ : НІЧЛАВА, 2016. 280 с.
9. Коленченко А. Ділова нарада: підготовка, супровід, документування. *Довідник секретаря та офіс-менеджера.* 2018. № 1. С. 93–95.
10. Монахов Г. Презентация. *Секретарь-референт.* 2014. № 4. С. 58–61.
11. Піроженко О. Довідник секретаря керівника. Xарків : Фактор, 2013. 196 с.
12. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера. Київ : Знання, 2015. 442 с.