ЛЕКЦІЯ №10

**ТЕМА: ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ТА ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ**

**План**

 1. Діловий етикет. Поняття «етикет», «церемоніал», «протокол» .………….1.1Ввічливість, тактовність, почуття міри як основа етикету.

#  1.2Види та форми ділового спілкування. …………………………

#  1.3Правове забезпечення ділового спілкування…………...……

#  2. Історичні аспекти становлення та розвитку ділового етикету.

#  2.1Розвиток ділового спілкування 20-21ст. ……………… 3. Психологія ділового спілкування

#  ………3.1. Психологічні типи і ділове спілкування ……………...………..

 3.2. Аналіз основних способів, які дають змогу привернути до себе увагу людини та зробити власний висновок

#  4.Підготовка та проведення ділових зустрічей……………..………

Зв’язок етики з життєвою практикою безпосередньо простежується у сфері професійної етики і це дає систему моральних вимог до професійної діяльності працівників готельно-ресторанної сфери.

Етика сервісу являє собою систему еталонних трудових норм, високих духовних цінностей і етики поводження, принципи якої погоджуються як з національними традиціями країни, так і з сучасними вимогами світових стандартів, і свідчить про якісне обслуговування споживачів.

Однією з видів професійної етики є етика ділових відносин. Ставлення до праці і професіоналізм є важливими характеристиками моральності особистості. Вони мають першорядне значення в особистісної характеристики індивіда, але на різних етапах історичного розвитку їх зміст і оцінка суттєво різнилися.

Складовою частиною зовнішньої культури суспільства є етикет. До нього входять ті вимоги, які набули характеру строго регламентованого церемоніалу і для дотримання якого має особливе значення певна форма поведінки.

Зміст тих або інших принципів моральності, поваги до людини виявляє етикет. Він діє в складній системі детально розроблених правил ввічливості, чітко класифікує правила поводження з представниками різних класів і становища, з посадовими особами у відповідності з їх рангами, правила поведінки в різних колах, етикет «вищого світу» тощо.

#  1. ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ.ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ.

# Поняття «етикет», «церемоніал», «протокол».

Слово «етика «походить від давньогрецького слова «етос», яке з часом змінило своє значення. В далекому минулому це слово означало «місце перебування» (житло), потім – «стабільний характер», що формується в результаті спілкування. Аристотель назвав етикою науку, яка вивчає доброчесність людини. Аналогом грецького «етос» було латинське «мор», від якого Цицерон утворив прикметник «моральний». Спочатку етика та мораль використовувались як слова синоніми.

Зараз деякі фахівці схиляють до думки, що етика - це частина моралі. Мораль охоплює суспільство в цілому і вивчає такі поняття як чесність, справедливість, добропорядність і т. д., тоді як етика стосується визначеної групи людей. Наприклад, однією з заповідей Божих є заповідь «Не убий». Але існує армія, часто виникають війни, де стріляють. Як бути військовим? Тому виникла етика конкретної сфери діяльності, тобто професійна етика. Так виникли лікарська етика, журналістська, викладацька, студентська, етика менеджера, як сукупність норм і правил поведінки людини в діловому середовищі.

Церемоніа́л (лат. caerimonialis – обрядовий, культовий, від caerimonia — святість, шанування, культ) — встановлений порядок проведення церемоній для того чи іншого випадку. Виділяють дипломатичний церемоніал та військово-морський церемоніал. Військово-морський церемоніал може супроводжуватися салютом, виконанням державних гімнів, вишикуванням екіпажу, підняттям (приспущенням) прапора тощо.

Слово "протокол" вживається у значеннях:

1. «Документ, який містить запис усього, про що йшла мова на зборах, засіданні, допиті і т. ін.»

2. «Документ, який засвідчує певний факт, подію і т. ін.»

3. «Писемна угода між державами; одна з назв міжнародного договору».

Найважливіші правила спілкування між представниками різних країн охоплені в діловому протоколі та етикеті. У їх основі лежать принципи дипломатичного протоколу та етикету. Протокол визначає межі, методи, поведінку і етикет, встановлює правила офіційного та особистого листування, тобто все необхідне кожному учаснику ділового спілкування відповідно до його місця і для виявлення до нього поваги.

* 1. **Ввічливість, тактовність, почуття міри як основа етикету.**

Усім відомий вираз «холодна ввічливість». Епітет «холодна» щодо прекрасної людської якості не тільки вбиває її сутність, але й перетворює її на повну протилежність.

Справжня ввічливість може бути лише доброзичливою, а не «крижаною», «презирливою» і т. ін., тому що вона є одним із проявів справді щирої і безкорисливої доброзичливості до людей, з якими доводиться зустрічатися на роботі, у родині, у громадських місцях.

Одним із головних елементів ввічливості вважають уміння запам'ятовувати імена. Ось як про це говорить Д. Карнегі: «Більшість людей не запам'ятовують імен із тієї причини, що не хочуть витрачати час і енергію на те, щоб зосередитися, затвердити, назавжди закарбувати ці імена у своїй пам'яті. Вони шукають для себе виправдань у тому, що занадто зайняті. Однак вони навряд чи більш зайняті, ніж Франклін Рузвельт, а він знаходив час для того, щоб запам'ятати і при нагоді воскресити в пам'яті навіть імена механіків, із якими йому випадало стикатися. Франклін Рузвельт знав, що один із найпростіших, найдохідливіших і найдійовіших способів завоювати прихильність оточуючих — це запам'ятати їхні імена і навіяти їм усвідомлення власної значущості».

Тактовність і чуйність — ці дві якості містять у собі таке поняття, як почуття міри, якої варто дотримуватися в розмові, в особистих і службових стосунках. Тактовна людина завжди враховує вікову різницю зі співрозмовником, статеву приналежність, суспільне становище, місце розмови, наявність або відсутність сторонніх. Точність означає вміння шанувати своє слово, не кидати його на вітер.

Якщо людина завжди виконує те, що обіцяє, якщо приходить о тій годині, на яку призначено зустріч, значить, на таку людину можна покластися. Виконуючи вимоги точності у ділових, службових відносинах, у громадському житті, людина не підведе колектив, не зірве виконання важливих завдань та ні в якому разі не порушить ритм виробничої діяльності.

* 1. **Види та форми ділового спілкування.**

Ділове спілкування регулює офіційні стосунки комунікантів у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах. Ділове спілкування існує в двох формах: усній і писемній.

Усне ділове мовлення — це спілкування людей під час виконання ними службових обов´язків (під час бесід, нарад, у години приймання відвідувачів тощо). Це може бути мовлення однієї службової особи перед іншою або перед колективом чи зібранням.

Писемне спілкування є вторинним щодо усного мовлення. Воно й виникло пізніше. Писемне мовлення офіційно-ділового стилю є монологічним. Готового рецепту проведення ділового спілкування і досягнення успіху немає, тому що це багато в чому залежить від ситуативних факторів.

Ділове спілкування нерідко порівнюють із грою в шахи, де неможливо "закреслити" непродуманий хід. Якщо його вже зроблено, ситуація змінюється, і наступні ходи необхідно вже робити за нових умов.

* 1. **Правове забезпечення ділового етикету в туризмі та готельно-ресторанній справі**

Глобальний етичний кодекс туризму був схвалений на Генеральній асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО) у Сантьяго (Чилі) 1 жовтня 1999 р.

Глобальний етичний кодекс туризму встановлює комплекс орієнтирів для відповідального і стійкого розвитку світового туризму на зорі нового тисячоріччя. У ньому закладені ідеї багатьох попередніх аналогічних декларацій і діючих професійних кодексів, і він несе в собі нове мислення, що відбиває зміни в нашому суспільстві наприкінці XX століття.

З огляду на те, що згідно з прогнозами обсяги міжнародного туризму в найближчі двадцять років потрояться, члени Всесвітньої туристської організації переконані, що Глобальний етичний кодекс туризму необхідний для того, щоб допомогти максимально підсилити вигоди від розвитку туризму для населення туристських центрів і звести до мінімуму його негативні впливи на навколишнє середовище і культурну спадщину.

Кодекс містить 9 статей, що визначають “правила гри для туристських напрямків, урядів, туроператорів, забудовників, туристських агентств і самих мандрівників. Десята стаття присвячена рішенню спірних питань і вперше знаменує собою наявність у такому кодексі механізму його реалізації. Він буде заснований на примиренні за допомогою створення Всесвітнього комітету з етики туризму в складі представників усіх регіонів світу і всіх учасників туристського процесу – урядів, приватного сектора, трудових і неурядових організацій.

Глобальний етичний кодекс туризму, що відтворюється на наступних сторінках, повинний стати діючим документом. Прочитайте його. Широко його поширюйте. Беріть участь у його реалізації. Тільки завдяки вашому співробітництву ми можемо гарантувати майбутнє туристської індустрії і підсилити внесок цього сектора в економічний добробут і взаєморозуміння між усіма народами нашої планети.

 **2. Історичні аспекти становлення та розвитку ділового етикету. Розвиток ділового спілкування 20-21ст.**

Етикет як і будь-яке явище має свою історію, в якій відображається його становлення та розвиток.

Термін "етикет" з’явився у XVIII ст. у Франції за часів правління короля Людовіка XIV. У буквальному перекладі з французької (l’etiguette) - це ярлик, церемоніал, норма поведінки. Чітко дотримувалися етикетних правил при дворах французьких, англійських та особливо іспанських королів.

Історія пам'ятає трагічний випадок, що стався з іспанським королем Філіпом III. Якось він сидів біля каміна, в якому сильно розгорілося полум'я. Король нікому з придворних не дозволив поставити заслінку, бо це мав зробити відповідальний за церемоніал вогню, а він саме кудись відійшов. Однак Філіп III згідно з етикетом гасити вогонь не мав права і не рушив з місця, виявляючи стійкість своєї монаршої честі. Така впертість призвела до того, що монарх отримав сильні опіки і за кілька днів помер.

ХХ ст. – це період дискредитації етики. Раціоналізм, який, як не парадоксально це звучить, сам зумовив “кризу розуму”, вплив ірраціоналістичних тенденцій, “смерть Бога”, нігілізм, став причиною руйнування моральних цінностей, в першу чергу релігійних, що призвело до історичних катаклізмів (фашизм, сталінізм, революції, громадянські війни, тоталітарні режими, колоніальні війни, Хіросіма та Нагасакі, ядерний шантаж, смерть, голод та ін.). Людина стає нечутливою до зла, розмиваються самі критерії добра та зла, нівелюються моральні принципи, під вивіскою моралі можуть бути виправдані будь-які злочини, включаючи знищення мільйонів людей. Після другої світової війни у всьому драматизмі постали питання: “як можлива філософія після Освенціму?” (Т. Адорно), “як можлива релігія після Освенціму?” (Г. Йонас). К.-О. Апель, маючи особистий досвід “національної катастрофи гітлерівської доби” поставив питання: “як можлива етика?” і присвятив своє життя пошуку відповіді на нього та можливостей практичного подолання після 1945 року “нульової точки моралі”.

Розвиток науково-технічної цивілізації, загрожуючи існуванню самого життя на Землі, потребує внесення коректив у сферу ціннісних орієнтацій суспільства, в мотиваційну сферу особистості, у способи регулювання соціальних конфліктів. Серйозним поштовхом до реабілітації етики стали "суперечки про цінності", які активно відбувалися в науковому середовищі 50-60-х років ХХ ст. Ціннісна тематика розвивалася в цей період в контексті протиставлення: або раціональність, або цінність – іншого не дано.

Однак уже в кінці 60-х виразно виявилась обмеженість даного підходу. Адже саме сповідування "вільної від цінностей" раціональності – науки, техніки, господарства, політики тощо – стало причиною моральних, політичних, екологічних катаклізмів ХХ ст. Як наслідок – активізація пошуків інших підходів до ціннісної проблематики.

На початку 70-х років процес реабілітації етики знаменується виходом у світ за редакцією М. Ріделя праці “Реабілітація практичної філософії”, а також працями видатних філософів сучасності К.-О. Апеля, Ю. Габермаса, Г. Йонаса, Б. Бьолера, В. Кульмана, П. Ульріха, В. Гьосле та ін. Автори висували завдання відновлення єдності економіки, політики та етики. Все це стимулювало тенденцію посилення інтересу до проблем етики.

В 70-ті роки в ситуації загроз, що їх несли науково-технічна цивілізація, проблеми екології, наявність ядерної зброї; загроз, викликаних протистоянням різних ідеологічних систем та інших факторів, процеси реабілітації етики активізуються з новою силою. Це прослідковується у доповідях Римського клубу, зокрема в доповіді “Межі економічного зростання” (1972), статтях папи римського Павла VI, в яких вперше були тематизовані сучасні ризики технологічного розвитку, в тому числі ядерної енергетики, питання добробуту, якості життя західного суспільства та самообмеження споживання.

У проекті етики для технологічної цивілізації, запропонованому Г. Йонасом в книзі “Принцип відповідальності”, сформульовано категоричний імператив для сучасної доби: “Чини так, щоб наслідки твоєї діяльності узгоджувалися з продовженням автентичного людського життя на Землі”.

Саме цей імператив, в різних його варіантах, став базовим принципом подальшого розвитку етичних засад політики, економіки, науки, педагогіки та інші.

"Принцип відповідальності" визначає суть діяльності Центру Ганса Йонаса (Німеччина). Метою Центру є “сприяння здатності до відповідальної за майбутнє діяльності, вихованню відповідальності за майбутнє і відповідальному за майбутнє публічному рішенню на підставі арґументативного діалогу”.

У 80 – 90-ті роки минулого століття особливо посилюється тенденція до аксіологізації економічної теорії, що, в свою чергу, активізувало процес теоретичного обгрунтування необхідності посилення етичних засад бізнесу та менеджменту, етизації ділових відносин на основі онтологічних та аксіологічних засад "етики відповідальності". Важливою методологічною та аксіологічною основою для розвитку етики ділових відносин на сучасному етапі є те, що пошук етичних засад розвитку людства, включаючи його економічну (бізнесову) складову, відбувається в руслі розвитку комунікативної філософії (етики).

Адже саме базовий принцип як філософії комунікації ХVІІІ – ХХ століть, так і особливо комунікативної філософії кінця ХХ – початку ХХІ ст. – принцип "цінності Іншого" в різних комунікативних структурах, у яких під Іншим розуміється людина, соціальна група, суспільство в цілому, природа, культура, історія тощо, дасть людству можливість подолати ті виклики, які несе сучасний етап розвитку людства. Саме принцип "цінності Іншого" в комунікативній філософії став основою формулювання іншого принципу комунікативної філософії (етики) – "принципу відповідальності за Іншого". Відповідальність розглядається як універсальна здатність людини, яка так само невіддільна від неї, як і здатність говорити.

Розглядаючи питання комунікативної філософії (етики), особливо її прикладні аспекти, ми не можемо обминути діяльність одного з найвидатніших представників сучасної німецької філософії Дитриxа Бьолера (Німеччина).

Діяльність Д. Бьолера спрямована на обґрунтування й реалізацію етики дискурсу як етики спільної відповідальності, етику господарства, екологічну та медичну етики, етику права, політичну й педагогічну етики. Він ініціював ряд проектів, які спрямовані на практичну реалізацію етизації різних сфер розвитку суспільства. Це проект “Діалог етики й господарства”, важливим елементом реалізації якого є стаття, “Відповідальність перед майбутнім у ринковому господарстві”. Це також проекти відповідних дослідницьких теоретико-практичних груп. 1998-го року разом з Інститутом етики та історії медицини Ґьотінґенського університету, з метою обговорення етико-медичних проблем, засновано дослідницьку групу “Діалог етики й медицини”.

1999-го року започатковано проект “Діалог етики й педагогіки”, який є конкретною реалізацією мети Центру Ганса Йонаса “прискорити розробку концепції виховання, спрямованого на відповідальність за майбутнє, на відповідальність за людську гідність та її індивідуальну реалізацію, що є особливо нагальним з огляду на те, що школа та вища школа доволі мало цим переймається, а про навчальні плани годі й казати”.

Головними аспектами педагогіки визначається “спільна відповідальність, виховання і здатність до відповідальної за майбутнє дії”. Під його керівництвом проходить також довгостроковий семінар “Діалог у сфері менеджменту: вірогідність та справедливість у господарстві”, в якому беруть участь провідні філософи, науковці та промисловці, зокрема президент концерну Фольксваген проф. Вальтер Цімерлі. Особливої актуальності "етика відповідальності" набуває в сучасний період – період активізації процесів глобалізації.

Глобалізація ́ (англ. globalization) – це процес всесвітньої економічної, політичної й культурної інтеграції та уніфікації. Основними наслідками цього процесу є розподіл праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських і виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних і технічних процесів, а також зближення культур різних країн. **РОЗДІЛ 3. Психологія ділового спілкування**

**3.1. Психологічні типи і ділове спілкування.**

Якщо ви вмієте швидко та правильно визначити психологічний тип вашого співрозмовника, то встановити відносини й успішно співпрацювати з ним для вас буде не важко. Знаючи особливості кожного психологічного типу, ви зможете контролювати хід бесіди, зменшити ризик виникнення конфліктної ситуації.

Класифікацій психологічних типів людей існує багато. В кожній із них людські типи розглядаються під різним кутом зору, стосовно до різних сфер діяльності. Розрізняються вони ступенем складності і деталізації. Яку б з цих класифікацій ви не взяли «на озброєння», взаємодіяти з людьми ви будете краще.

Класифікація психологічних типів людей:

*Позитивна людина*. Це найприємніший співрозмовник. добродушна й працелюбна людина. Співбесіда з нею проходить спокійно й по-діловому. У вас не буде клопотів у спілкуванні з представниками цього психологічного типу; в конфліктній ситуації тільки у нього треба шукати підтримку.

Під час ділової зустрічі, в якій бере участь «позитивна людина», потрібно слідкувати за тим, щоб усі інші співрозмовники були згідні з її позитивним підходом.

*Суперечлива людина*. Це нетерпляча, нестримана і збуджена людина. Характерною її особливістю є те, що вона часто відхиляється від теми спілкування. Тактика проходження ділової бесіди повинна бути такою:

– якщо ви ще до зустрічі знаєте що з якихось питань ваші думки не збігаються, то краще обговорити із співрозмовником ці питання до початку співбесіди;

– зберігайте витримку і не давайте себе спровокувати;

– якщо в діловій розмові бере участь хтось інший, давайте можливість заперечувати доводи цієї людини іншій особі;

– намагайтесь перетягти його на свій бік;

– прагніть до того, щоб його пропозиції враховувались при прийнятті рішень;

– використовуйте перерви і паузи в діловій зустрічі, щоб з’ясувати у «суперечливої людини» причини її негативного ставлення; якщо атмосфера співбесіди нагнітає ситуацію, пропонуйте зробити перерву.

*Всезнайка.* Він упевнений, що знає все. З будь-якого питання має свої міркування, які неодмінно прагне висловити, тому вимагає завжди слова. У спілкуванні з ним рекомендується дотримуватись такої тактики:

– дайте йому можливість сформувати проміжний висновок;

– намагайтесь посадити «всезнайку» біля себе або, якщо в діловій розмові бере участь «позитивна людина», поруч з нею;

– час від часу ставте йому важкі запитання, відповідь на які знаєте тільки ви.

*Балакун.* Переговори з таким партнером звичайно затягуються, бо «балакун» часто без причин перебиває співбесіду, вставляє різні зауваження. При спілкуванні з ним потрібно діяти так:

– намагайтесь посадити його ближче до «позитивної людини» або авторитетної особи;

– коли «балакун» починає говорити про щось, що не пов’язане *з*темою бесіди, тактовно перебийте його й запитайте, у чому він бачить зв’язок з темою бесіди.

*Боягуз.* Представник цього типу відрізняється невпевненістю в публічних виступах. На його думку, краще змовчати, ніж сказати щось, що може бути розцінено як безглуздість. Спілкуючись з ним, необхідно додержуватись таких правил:

– рішуче зупиняйте будь-які спроби присутніх насміхатися над його промовами;

– допомагайте йому формулювати думки;

– задавайте йому не важкі інформаційні запитання;

– нагороджуйте його за участь у спілкуванні, часто дякуйте за будь-які його цінні висновки.

*Холоднокровний неприступний співрозмовник.* Ця людина замкнута й часто розгублена. Тема бесіди здається йому чимось далеким, негідним його уваги та намагань. Поводитись з ним бажано таким чином:

– звертайтесь до нього приблизно з таким запитанням: «Здається, ви не зовсім згодні з пропозицією, яка тільки що прозвучала. Нам усім дуже цікаво, чому?»;

– в перервах і паузах між спілкуванням намагайтесь з’ясувати причину його пасивної поведінки.

*Незацікавлений співбесідник*. Тема співбесіди його зовсім не цікавить. Тому необхідно докласти зусиль, щоб розворушити такого співрозмовника. Пропонується:

– ставити йому інформативні питання;

– з’ясувати його особисті інтереси й надати бесіді більш привабливих форми та змісту.

*«Важлива особа».* Така людина зовсім не витримує критики. Вона демонструє велику зарозумілість. При спілкуванні з нею треба діяти так: не йдіть на поводу її амбіцій і не дозволяйте грати роль почесного гостя.

*Чомучка.* Завжди ставить запитання з причини і без. Захиститися від зливи його запитань можна так:

– переадресовуйте все, що стосується теми бесіди, іншим її учасникам, а якщо ви один – то йому самому;

• якщо не можете дати потрібну відповідь, відразу погоджуйтесь із ним.

Більш детальну класифікацію психологічних типів ділових партнерів і прийомів спілкування з ними пропонує відома американська спеціалістка в галузі психології бізнесу Дж. Ягер.

*Ломака.* Це людина, якій раніше ніж прийняти рішення потрібно. щоб її уламували. Такі люди надають перевагу вирішуванню питань у ході багатьох переговорів, розтягнутих у часі. Увага до їх персони, підлещування та постійні прохання важливі для «ломаки» не менше, ніж кінцевий результат переговорів. Тому не рекомендується вимагати від «ломаки» однозначної відповіді при першій зустрічі. Змиріться з тим, що потрібно буде зустрічатись з ним декілька разів. Дайте «ломаці» кілька варіантів для вибору, і вони будуть мати справу саме з вами.

*Любитель усе вирішувати відразу.* На відміну від «ломаки», такий партнер намагається вирішити всі питання і прийняти рішення вже при першій зустрічі. Якщо ви хочете, щоб ваші ділові зустрічі продовжувались в майбутньому, але якесь питання вирішити з першої зустрічі не можете, знайдіть благороднішу причину, щоб перенести прийняття кінцевого рішення на інший час. Запевніть партнера, що вам зрозумілі його намагання, але дайте зрозуміти, що у вас є свої міркування на цю тему. При цьому рішуче пообіцяйте, що зробите все залежне від вас, щоб прискорити вирішення питання.

*Розвідник.* Такий співбесідник демонструє увагу до вас і турботу про ваші проблеми. Але все це – лише димова завіса для того, щоб одержати від вас конкретну інформацію, не даючи вам нічого взамін. Представники цього психологічного типу часто можуть використовувати одержану таким чином інформацію проти вас і передавати її іншим фірмам. Якщо ваш співбесідник ставить дуже багато запитань, будьте уважні, краще змінити тему бесіди або з свого боку засипте його запитаннями.

*Наставник.* У своїх турботах про інтереси ближнього така людина, на відміну від «розвідника», зовсім відверта. Іноді він готовий допомогти іншим навіть на шкоду собі. Крім того, він може звести вас з іншими людьми, які зможуть допомогти вам. Так що «наставник» дуже потрібний партнер. Відмінна особливість людини цього типу – вживання таких фраз: «я вам підкажу», «я вас навчу» та ін.

*Хвалько.* Занижена самооцінка змушує людей такого психологічного типу без кінця говорити про свої досягнення на професійній ниві і в особистому житті. «Хвалько» не впевнений в тому, що він дійсно переважає інших людей, і тому намагається повністю заволодіти увагою слухача. Розмовляючи з «хвальком», не підкреслюйте ваші успіхи і не перебивайте співбесідника, коли він говорить про його успіхи. Більше того, підкреслюйте його заслуги. Можна навіть попросити у «хвалька» поради у будь-якому питанні, яке не має прямого відношення до даної теми. Перш ніж приступити до обговорення важливих ділових питань, дайте такому співбесіднику нахвалитися.

*Розповідач.* Представники цього психологічного типу намагаються сповістити про все до найменших подробиць, якщо вони навіть не мають ніякого відношення до теми. Під час важливої ділової зустрічі така людина може розпочати розповідь, наприклад, про весілля своєї племінниці. Перебивати «розповідача» непотрібно. Краще наберіться терпіння й намагайтесь одержати задоволення від його розповіді. Але якщо при діловій зустрічі присутній ще хтось, то будьте уважні. Не виключено, що «розповідач» розповість подробиці вашого службового й особистого життя.

*Маніпулятор.* Намагається контролювати ситуацію, нав’язуючи свою волю навіть у неважливих питаннях. Всередині він впевнений у собі й тому постійно намагається використати будь-яку фразу, будь-яку ситуацію, яка виникла в ході ділової бесіди. Прислухайтесь до кожної його фрази і шукайте пастку в його промовах. Але не дуже нервуйте. Якщо ви зуміли розпізнати в співрозмовнику «маніпулятора», він уже не дуже небезпечний. Зберігайте спокій і впевнений тон.

*Передовик.* Найбільш яскраво виражених представників цього психологічного типу називають «трудоголіками». Робота для нього – це все. Під час ділових зустрічей «передовики» весь час нагадують партнерам про свою зайнятість і про те, що в даний момент вони дуже поспішають. Якщо ваш співбесідник «передовик», приймайте будь-який запропонований ним варіант, краще не буде. Якщо він розпочинає розповідь про свою роботу, краще терпляче вислухайте його і не намагайтеся розповісти про свою професійну діяльність: «передовиків» цікавить тільки їх праця. Висловіть своє задоволення його відданістю справі, поспівчувайте з приводу труднощів. Багатьом «передовикам» праця служить захистом: вони бояться спілкування, перспективи залишитись один на один зі своїми думками. В душі розуміючи це, вони не люблять, коли хтось аналізує їх психологічні особливості.

*Співбесідник, який виношує секретні плани*, маскуючи свої наміри. Представник цього психологічного типу, наприклад, може запросити вас обговорити якусь дріб’язкову проблему. І тільки в розпалі зустрічі ви розумієте, що насправді цей хитрун хоче щось у вас вияснити. Розпізнаючи співбесідника, який виношує «секретні плани», намагайтесь переключитись з іншої теми на ту, яка послужила підставою для зустрічі; до кінця бесіди слідкуйте, щоб розмова не виходила за «заявлені» рамки.

*Доморослий психолог*. Постійно аналізує слова і вчинки інших людей, шукає в них прихований зміст і вважає себе знавцем людської психології. Підігравайте йому, скажіть що-небудь подібне: «Ви надзвичайно проникливі. А я навіть про це не подумав» або «здається ви, праві. Ви, можливо, стали б справжнім психологом».

*Щасливчик.* Звичайно це люди, які досягли якихось великих, швидких і легких успіхів і які прагнуть усім і кожному розповісти дивовижну історію свого злету. Якщо «щасливчик» добився чогось, чим не можете похвалитись ви, то під час ділової зустрічі він буде енергійно намагатися поділитися секретами свого успіху. Доброзичливо вислуховуйте його, дайте йому виговоритись. Не виключено, що із розповіді «щасливчика» ви зможете взяти щось цінне і для себе. Якщо ви вчасно розпізнаєте «щасливчика», то зрозумієте, що відвертість співбесідника – зовсім не спроба принизити ваші заслуги. «Щасливчик» лише хоче поділитись своїм досвідом.

*Скиглій.* Представник цього психологічного типу бачить все лише в чорному кольорі, говорить і думає лише про неприємності. Люди, які виглядають дуже бадьорими й задоволеними життям, нервують «скиглія». Тому, якщо ви дізнались, що у вас ділова зустріч зі «скиглієм», небажано мати задоволений вигляд. Скоригуйте свій імідж. Але виглядати дуже нещасливим, як ваш партнер, звичайно ж, не потрібно.

# 3.2. Аналіз основних способів, які дають змогу привернути до себе увагу людини та зробити власний.

# Ніякі норми ділового етикету не нівелюють психологічних особливостей кожної людини зокрема чи більших суспільних груп. Чітке пояснення характеру поведінки окремого індивіда дає можливість кращого налагодження співпраці між людьми та підприємствами. Дослідники людської психіки виділяють кілька психологічних теорії. Найбільш знана серед них теорія біхевіоризму.

# Біхевіоризм (наука про поведінку) Базується на експериментальному вивченні тварин. Його засновником вважають Е.Торндайка, Дж.Уотсона. Біхевіоризм не приділяє увагу вивченню свідомості. Його представники вивчають людську поведінку за схемою „стимулреакція”. На перший план висуваються зовнішні чинники, якщо їх вплив збігається з вродженими рефлексами фізіологічного характеру, настає закріплення даної поведінки. Звідси випливає, що маніпулюючи зовнішніми подразниками, можна домогтися будь-яких потрібних форм соціального поводження людини. У рамках такого підходу ігноруються не тільки уроджені задатки, але й унікальний життєвий досвід особистості, її погляди, переконання.

# Під впливом біхевіоризму сформувались школи управління, яскравими Ф.Тейлор, Ф.Гільберт та ін. Теорія обміну Дж. Хоуманса. Люди взаємодіють один з одним на основі свого досвіду, зважуючи можливі винагороди і витрати. Кожний з нас намагається врівноважити винагороди та витрати, щоб зробити взаємодію з іншими людьми приємною. Поведінка людини під час контакту з іншими людьми визначається тим, чи була винагорода і наскільки велика за його вчинки в минулому.

# Ця теорія спирається на наступні принципи:

# чим більша винагорода за певний тип поведінки, тим частіше вона буде повторюватись;

# якщо винагорода за визначений тип поведінки залежить від якихось умов, людина прагне відновити їх;

# якщо винагорода велика, людина готова затратити більше зусиль заради її одержання;

# коли потреби близькі до насичення, вона прикладе менші зусилля для їх задоволення.

# Теорія соціальної драматургії. Відповідно до цієї теорії люди самі створюють ситуації, в яких вони відіграють основні ролі. Життя театр, а ми в ньому артисти. Під цю теорію підпадає вчення Д.Карнегі, де основними прийомами управління людьми є 38 створення необхідного враження про себе і розуміння поглядів співрозмовника.

# Основні принципи теорії Д.Карнегі відображаються у його 12 способах зробити власний погляд надбанням інших людей:

# 1. Якщо ми хочемо виграшу – остерігаймось суперечок.

# 2. Шануйте погляди інших людей. Ніколи не кажіть людині, що вона помиляється.

# 3. Припустившись помилки, відразу визнайте її.

# 4. Розмовляйте у дружній манері.

# 5. Спонукайте людину одразу сказати “так”.

# 6. Спонукайте співрозмовника говорити значно більше, ніж це робите ви самі.

# 7. Дайте відчути співрозмовнику, що ідея належить йому.

# 8. Навчіться бачити явища та події очима іншої людини.

# 9. Виявляйте своє співчуття.

# 10. Звертайтесь до благородних мотивів.

# 11.Надавайте своїм ідеям наочність, інсценізуйте їх.

# 12.Кидайте виклик.

# Також є шість способів, які дають змогу привернути до себе людину:

# 1. Виявляйте щирий інтерес до людей.

# 2. Усміхайтесь.

# 3. Не забувайте, що для людини її ім’я звучить найвагоміше, найсолодше.

# 4. Ведіть бесіду в річищі зацікавлень вашого співрозмовника.

# 5. Будьте уважними слухачами. Спонукуйте інших говорити про них самих.

# 6. Допомагайте людям реалізувати прагнення їхньої власної значущості й робіть це щиро.

# Психоаналітична теорія, фундатор З.Фрейд. Взаємодія людей визначається швидше підсвідомим ніж свідомим вибором. Психічна структура особистості згідно теорії З.Фрейда, яка має безпосереднє відношення до закономірностей спілкування складається з трьох рівнів – „Воно”, „Я”, „Над я ”

# „Воно” – це недоступні свідомості глибини людської психіки, ірраціональне джерело сексуальної енергії, яке називається „Лібідо”.

# „Воно” підпорядковується принципу задоволення, постійно прагне реалізувати себе, іноді проривається у свідомість у сновидіннях і є джерелом постійної психічної напруги.

# „Я” – це реальне виявлення людської психіки, що формується в результаті придушення інстинктів.

# „Над я ” контролює „ Я” і тому виступає джерелом почуття провини, невдоволення собою.

# З.Фрейд відповідно до створеної психоаналітичної теорії розробив механізми психологічного захисту, що полягають у витисканні небажаних почуттів у несвідомість і сублімацію їх у творчість чи бізнес. Створена Фрейдом теорія одержала подальший розвиток у сучасній соціальній психології особистості, що виділяє наступні способи психологічного захисту: заперечення, витискання, проекція, ідентифікація, раціоналізація, заміщення, включення та ізоляція. Заперечення виявляється у несвідомій відмові від негативної для самооцінки інформації.

# Витискання – людина забуває неприйнятні для неї факти і висуває помилкове, але прийнятне для себе пояснення скоєних вчинків.

# Раціоналізація полягає в зниженні цінності недосяжного.

# Проекція – несвідоме приписування іншій особі власних бажань, прагнень, особистих якостей (кожен судить в міру своєї зіпсутості).

# Ідентифікація виявляється в ототожненні себе з іншим об’єктом, встановленні з ним емоційного зв’язку (підлеглий ідентифікує себе з керівництвом).

# Заміщення полягає в знятті людиною внутрішньої напруги від нереалізованої дії шляхом переносу часу і адресату (можна поставити манекен керівника, щоб люди не переносили злість на своїх близьких).

# Включення – це послаблення внутрішнього конфлікту шляхом переживання. Наприклад: переживаючи чиїсь проблеми ми забуваємо про свої.

# Ізоляція – це повне відключення свідомості від негативних емоцій.

# Символічний інтеракціонізм. Згідно цієї теорії вчинки людини грунтуються на обміні інформацією. Його представник Дж.Мід вважав, що люди реагують не тільки на вчинки інших людей, але і на попередні їх наміри. Ми розгадуємо думки інших, аналізуючи свій минулий досвід у подібних ситуаціях. Те, чому ми надали значення, стає символом, тобто поняттям, дією або предметом, що виражають зміст іншого поняття, дії або предмету. Сутність символічного інтеракціонізму полягає в тому, що взаємодія між людьми розглядається як безупинний діалог, у процесі якого вони спостегігають, осмислюють наміри один одного і реагують на них. Наша відповідна реакція, таким чином, визначається символом, що виступає як стимул. Найбільш важливими стимулами є слова, тому що з їхньою допомогою ми надаємо значення предметам і явищам, котрі в іншому випадку залишилися позбавленими змісту. Людське спілкування обумовлене здатністю його учасників однаково інтерпретувати значення певних символів. Ця концепція дає більш реалістичне уявлення про взаємодію між людьми ніж теорія справедливості чи теорія обміну.

# Трансакційний аналіз. Вивчаючи рівень “Я” у психологічні структурі особистості, Е.Берн прийшов до висновку, що в кожної людини набір поведінкових реакцій співвідноситься з певним станом її свідомості. Вивчаючи ці стани, він розбив їх на наступні категорії: 1. “Батько” –стан “Я” в ролі батька; 2. “Дорослий” – стан “Я” спрямований на об’єктивну оцінку реальності; 3. “Дитина” – стан “Я” що діє з моменту раннього дитинства. У стані “Дитина” людина виражає радість, інтуіцію, творчість, зачарування. “Дорослий” – засвоює інформацію, прогнозує події, оцінює можливості ефективної взаємодії з навколишнім світом. Завдяки “Батькові” більшість наших реакцій стає автоматичними, що допомагає зберегти значну кількість енергії і часу.

# Мета простого трансакційного аналізу – з’ясувати, який саме стан “Я” відповідає за трансакційний стимул і який стан засвоює трансакційну реакцію. Додатковими будуть трансакції “Дорослий” до “Дорослого” і “Дорослий” до “Дитини”. В цій ситуації процес спілкування буде відбуватися довго і важко. Трансакції, в яких стимул направляється до одного, а реакція від іншого, є пересічними і довго не тривають. Якщо керівник звертається як до “Дорослого”, то необхідно викликати такий стан у підлеглого. Вказана теорія пояснює шляхи виходу з деяких конфліктів, дає ключ до порозуміння між керівником і підлеглим.

# РОЗДІЛ 4. Підготовка та проведення ділових зустрічей.

Ефективне проведення ділової зустрічі потребує серйозної і ретельної підготовки.

Про ділову зустріч потрібно домовлятися заздалегідь. В межах одного регіону найбільш доцільно домовлятися за 2-3 дні. Про організацію ділової зустрічі можна домовлятися за допомогою електронної пошти, по телефону.

Особливо ретельною повинна бути підготовка до зустрічі з іноземцями. Потрібно передбачити всі елементи програми їх перебування: порядок зустрічі, персональний склад учасників, участь представників преси, обмін сувенірами, вітальні промови, розміщення у готелі, ділова частина, культурна програма, неофіційні прийоми, проводи.

Протоколом передбачаються такі основні моменти домовленості:

* · предмет ділової зустрічі;
* · місце проведення;
* · часові межі;
* · склад делегації;
* · матеріали для обговорення та підсумкові документи

**Предмет ділової зустрічі.**Предметом ділової зустрічі є питання, проблеми, які потрібно розглянути під час зустрічі. Окрім зустрічей з метою вирішення ділових проблем проводяться також протокольні зустрічі, які ще називають “візитами ввічливості”, оскільки вони проводяться з метою особистого знайомства або виявлення уваги до партнера з певного приводу.

**Місце проведення ділової зустрічі.**Місце проведення зустрічі має важливе значення для сторін переговорного процесу, адже може стати важливим аспектом ефективності зустрічі для однієї або всіх сторін переговорів. Існують такі варіанти вибору місця проведення ділових зустрічей: на своїй території, на території партнера, на нейтральній території і за допомогою засобів комунікації (дистанційно).

Своя територія. Більшість ділових людей надають перевагу проведенню зустрічей на своїй території (у приміщенні своєї фірми).

Зустріч на своїй території дає можливість вигідно для себе використовувати статус господаря. Адже в цій ситуації дуже часто спрацьовує вираз “вдома і стіни допомагають”. Господар може набором відповідних тактичних прийомів впливати на процес перебігу переговорів. Це засоби організаційного плану: вибір і влаштування приміщення, розміщення учасників за столом переговорів, організація переговорного процесу (затягування, перерви), організація культурних і соціальних програм.

Організаційні засоби пов’язані з психологічними. Адже форми і рівень організації переговорного процесу створюють відповідну психологічну атмосферу (дружелюбності, тиску, напруженості, маніпуляції тощо). Прикладом може бути оформлення офісу (розмір та дизайн кабінету, вмебльованість та наповненість (комп’ютер, телефон, міні-АТС з факсом, дороге письмове приладдя, календар, добірка книг та ін.), розмір стола, дистанція між господарем і відвідувачем, форма, розмір стільця (крісла), який пропонується відвідувачу тощо). Окрім того, уже сам статус гостя буде викликати у людини певну психологічну напруженість.

Важливим є також те, що господарі не витрачають час і сили на подолання втоми після дороги та на адаптацію до середовища. Вони можуть використовувати наявні можливості свого офісу: телефон, факс, Internet, секретарські послуги, кімнати для відпочинку, допомога експертів, юристів, вищих за посадою осіб та ін.

Територія партнера. Існують випадки, коли краще проводити переговори на території партнера. В першу чергу це можливість отримати додаткову інформацію про партнера, його фірму.

Вже сам факт, що ви погодилися провести переговори на території партнера, є елементом поваги до партнера, демонструє серйозність ваших намірів і може переконати іншу сторону в тому, що з вами варто мати справу.

Ефективність вибору варіантів наведених вище зустрічей залежить від ситуації. Але найкращим є варіант організації поперемінних зустрічей на “своїй території” і на “території партнера”.

Нейтральна територія. Важливим є те, що зустріч на нейтральній території не дає переваг жодній із сторін. Особливо ефективним цей варіант може бути при вирішенні конфліктних ситуацій.

З цією метою в готелях, бізнесових центрах створюються спеціально пристосовані для цього приміщення. В багатьох випадках для переговорів використовуються конференц-зали.

У випадку необхідності неофіційного спілкування для зустрічей за рубежем використовуються позаміські ділові клуби для бізнесменів. В випадку відсутності широкої мережі подібних закладів, в нашій країні використовуються ресторани (кафе).

Дистанційно. Розвиток міжнародного телефонного зв’язку, фототелеграфу (факс), стільникового телефону, мережі Internet, відеокомунікаторів (конференц-відеозв’язок) дозволяє полегшити процес організації і проведення переговорів і значною мірою відмовитися від організації очних зустрічей. Сучасні засоби зв’язку дають можливість здійснювати прямий електронний контакт з передачею зображення і звуку.

**Часові межі.**Важливим кроком до успіху ділової зустрічі є правильний вибір часу і дня тижня. Потрібно враховувати обставини ділового життя, ділові звички партнерів, години їх оптимальної працездатності.

Так, деяким людям краще працюється зранку, їх називають “жайворонками”, іншим увечері– це “сови”, проміжний тип називають “голубами”. За дослідженнями вчених “сови” становлять приблизно 33%, “жайворонки”– 17%, а “голуби”– 50% від загальної кількості людей.

Психологи пропонують під час організації переговорів враховувати такі фактори.

* · Не потрібно планувати зустріч безпосередньо перед обідом. Думки про їжу заважатимуть конструктивному спілкуванню. Але якщо зустріч вже передбачено, буде добре в процесі переговорів запропонувати партнерам чашку кави, чай, щось трохи поїсти.
* · Не слід планувати зустріч відразу ж після обіду. Потрібно надати партнерам можливість зібратися з думками і переглянути необхідну інформацію.
* · Понеділок, з одного боку, не кращий день для зустрічей. Адже людям потрібен час, щоб налаштуватися на робочий ритм після вихідних. Хоча, з іншого боку, у понеділка є перевага “свіжої голови”, в цей день можна зустрічатися для обговорення важливих проблем, плануючи закінчити їх до кінця тижня.
* · П’ятниця, коли всі вже очікують вихідних, не найкращий день для того, щоб починати будь-що.
* · Необхідно обговорювати тривалість зустрічі. Адже може статися так, що ваш партнер, якого не попередили про тривалість зустрічі, через півгодини після початку зустрічі вибачиться і, пославшись на необхідність виконання своїх не менш важливих справ, залишить вас. Обумовленого часу проведення зустрічі заведено обов’язково дотримуватись.
* · Домовившись про час проведення зустрічі, необхідно бути точним. Запізнення розглядається як зневага до приймаючої особи і може позначитись на ході переговорів. У випадку припустимої затримки потрібно знайти можливість, нехай навіть за короткий час, попередити партнера і відповідно вибачитись.

**Склад делегації.**Переговори між двома представниками проводяться дуже рідко. Тому елементом протоколу ділової зустрічі є обумовлення складу її учасників. До складу делегації входять:

* безпосередні учасники переговорів;
* компетентні консультанти (експерти);
* допоміжний персонал (перекладачі, стенографісти, водії, секретарі та ін.).

В основі домовленості повинен бути принцип рівної чисельності делегацій з обох сторін. Більш чисельна делегація має психологічну перевагу. В силу певних обставин може бути відхилення від принципу паритетності, але при умові, якщо ви переконаєте у цьому партнерів.

Переговори тим ефективніші, чим менша кількість їх учасників. Тому, якщо необхідно якомога швидше їх провести, треба зменшити чисельний склад сторін, тим більше, що нерідко збільшення кількості учасників переговорів призводить до непорозумінь.

Списки учасників переговорів, з зазначенням прізвища, імені та по батькові, місця роботи і посади учасника, заносяться до протоколу.

Обмін протокольними списками, як правило, відбувається до початку зустрічі. Якщо ж списки завчасно не складені, то для володіння інформацією про учасників зустрічі сторони обмінюються візитними картками.

Окрім чисельності обумовлюється також і рівень учасників зустрічі. Рівень представництва повинен бути приблизно однаковим. Підбір складу і рівня учасників переговорів залежить від того, яке значення надають зустрічі її учасники, від характеру угоди і національних особливостей учасників переговорів. Так, китайські делегації на переговорах вирізняються чисельністю, а американці віддають перевагу невеликим групам. Підвищує імідж делегації наявність в її складі представника іншої статі.

**Матеріали для обговорення.**Майбутня зустріч чи переговори передбачають завчасну підготовку матеріалів. Існують відповідні категорії документів, які обговорюються у ході ділових відносин:

* · документи, які відображають позицію учасників зустрічі з широкого кола питань і, як правило, містять рекомендації щодо питань, які будуть розглядатися;
* · проекти різних угод, протоколів чи договорів, які пропонуються як основа для проведення переговорів;
* · проекти резолюцій чи угод про наміри.

Складним, але важливим елементом підготовчої роботи є підбір різноманітних документів з питань, які передбачається розглянути. Це офіційні довідки та документи, вирізки і газет і журналів, які містять відомості про партнера та його бізнес, це дані про кон’юнктуру своїх партнерів, їх поведінку на ринку. Незважаючи на те, що все це потребує великих зусиль, знань і часу, у підсумку така праця себе виправдовує. Так, у своїй праці “Як вижити серед акул” X. Маккей зазначає, що знати хоч щось про клієнта так само важливо, як знати все про свою продукцію. Якщо ви знаєте своїх клієнтів, якщо вам відомі їх специфічні інтереси і риси характеру, то у вас завжди буде основа для встановлення контакту з ними. Він пропонує анкету з 66-ти пунктів, що включає питання про особові дані клієнта, освіту, сімейний стан, попередню діяльність, особливі інтереси, стиль життя та ін., і дає можливість краще “пізнати” клієнта.

Оптимальним результатом домовленості є усвідомлення кожним її учасником того, що він отримав певну вигоду порівняно з вихідною ситуацією.

## Ділова зустріч на своїй території

При підготовці до ділової зустрічі на своїй території потрібно передбачити такі основні моменти:

* · підготовка приміщення;
* · зустріч делегації;
* · привітання;
* · розміщення учасників зустрічі;
* · офіційна мова тощо.

**Підготовка приміщення.**При підготовці приміщення до ділової зустрічі (переговорів) фахівці з наукової організації праці радять дотримуватися таких основних вимог: чистота, порядок, провітреність, відсутність шуму, сприятлива для обох сторін температура приміщення, комфортне освітлення.

Важливим елементом “комфортного стану” учасників зустрічі є відповідно підібрана колірна гамма приміщення. Так, синій колір заважає почувати себе невимушено, темно-коричневий і сірий можуть викликати неспокій, депресію, а червоний– збудження і тривогу. Надмір білого кольору стомлює очі й може викликати роздратування. Найбільш придатний для зустрічей – це світло-блакитний колір приміщення.

Інтер’єр приміщення для переговорів значно поліпшиться при наявності вазонів з квітами. До естетичного задоволення й зняття напруги приводить наявність в приміщенні куточків живої природи.

Важливим елементом підготовки приміщення до ділової зустрічі є обладнання столів.

Психологічний аспект впливу на учасників зустрічі може носити форма стола. Так, на думку австралійця Алана Піза, квадратний стіл не

схиляє до довіри і сприяє створенню атмосфери змагання. Така форма стола придатна для проведення коротких ділових переговорів. Переговори за круглим столом передбачають неформальний характер зустрічі та вільний обмін думками. Невеличкий журнальний столик допомагає дружній бесіді та слугує проведенню візитів ввічливості.

На столах розкладаються для кожного учасника блокноти, авторучки, олівці, проспекти. Стільці чи крісла мають бути зручними і в достатній кількості.

Вздовж столу для переговорів заведено розставляти групами пляшки з мінеральною водою та чистими склянками.

Бажано потурбуватися про каву або чай. Для цього необхідно передбачити на столах для переговорів самовар, кілька гарних сервізів, чай, каву, печиво, фрукти, тістечка чи кондитерські вироби.

Якщо ви поставили на стіл попільничку, це є сигналом, що палити можна, але перш ніж запалити, запитайте дозволу у присутніх осіб. Якщо ж палити не можна, має бути підготовлене приміщення для паління під час перерви.

Підготовкою приміщень для ділових зустрічей звичайно займаються або спеціально наймані працівники фірми, або запрошені спеціалісти.

**Зустріч делегації.**Важливим елементом ділового протоколу є організація зустрічі делегації. В першу чергу, необхідно правильно визначити рівень зустрічаючих. Зустрічати повинен той, хто запрошував, підписував лист із запрошенням, але як виняток– один з його заступників.

При зустрічі делегації, особливо зарубіжної, необхідно дотримуватися певних протокольних правил.

* · Ранг та посада зустрічаючого голови делегації повинні відповідати рангу і посаді приїжджаючого голови делегації.
* · Для зустрічі, зазвичай, прибуває голова приймаючої делегації в супроводі 2–3-х осіб.
* · Якщо гість приїжджає разом із дружиною, то голова приймаючої делегації зустрічає його також зі своєю дружиною.
* · Першим відрекомендовується голова, який приймає делегацію, і якщо з ним на зустріч приїхала його дружина, то він відрекомендовує її гостям.
* · Другим відрекомендовується гість – голова іноземної фірми, який відрекомендовує також і свою дружину.
* · Голова приймаючої делегації потім відрекомендовує своїх співробітників– членів делегації, які приїхали зустрічати гостей, за рангами. Якщо серед зустрічаючих є жінки, то їх відрекомендовують у першу чергу. Якщо жінок небагато, то їх рекомендують за рангами, а потім чоловіків– також за рангами.
* · Керівник делегації, що приїхала, після цього у такий же спосіб відрекомендовує членів своєї делегації.

Зустрічаючи делегацію в аеропорту або на вокзалі, голова приймаючої сторони повинен вручити квіти всім жінкам – учасникам делегації чи прибулим разом із членами делегації. При зустрічі і проводах в аеропорту чи на вокзалі слід підносити квіти, загорнені в целофан (чоловікам квіти не дарують, за винятком ювілейних дат).

Зустріч делегації неминуче пов’язана із розміщенням в автомашинах. Знання правил посадки відповідно до міжнародної протокольної практики необхідне кожному членові делегації. Їх повинен знати і водій, і перекладач, і керівник делегації, і його дружина.

Найперше, машина має подаватись так, щоб праві дверцята були обернені до тротуару. Першим і сідає, і виходить пасажир, який займає почесне місце. Якщо умови не дозволяють водієві подати машину правим боком до тротуару, то почесний пасажир сідає в машину через ліві двері. Інші також сідають через ліві двері.

Почесний пасажир займає місце на задньому сидінні з правого боку за ходом автомобіля, біля нього – господар чи керівник зустрічаючої делегації. Поруч з водієм може сісти охоронець, репортер і, як виняток, перекладач. Особа, що займає почесне місце, виходить через праві дверцята, а решта, щоб не турбувати того, хто сидить на почесному місці, – через ліві.

Якщо гість прибув з дружиною, то і зустрічаючий також повинен бути з дружиною. При цьому, в одному випадку – дружина займає праве місце на задньому сидінні, а почесний гість – зліва, поруч з водієм на передньому сидінні може сісти супроводжуюча особа без господарів, господар зі своєю дружиною сідають в інший автомобіль. В іншому випадку – почесний гість і господар сідають в один автомобіль, а дружини з перекладачем їдуть в іншій машині. Посадка в такому ж порядку, як і в машині керівників делегації.

Зустрічаюча особа завжди повинна враховувати, що найкращим варіантом є пересування в автомобілі тільки вдвох. Розсадження членів делегації в автомобілях, як правило, проводиться по двоє, а супроводжуючих осіб – по троє, а то і четверо в одному автомобілі (мікроавтобусі).

Якщо використовується особистий автомобіль і за кермом буде один із членів делегації, яка зустрічає, то почесним місцем для гостя буде місце поряд з водієм.

Запрошуючи почесних гостей сісти в машину, перед ними відчиняють двері. А коли гості сіли, зачиняють. Залежно від ситуації це робить або водій, або перекладач, або хтось із супроводжуючих осіб.

У представницьких екіпажах з розташуванням місць один проти одного почесним місцем є також місце на задньому сидінні праворуч за рухом екіпажу. Порядок розміщення в екіпажі такий: після прибуття екіпаж подається таким чином, щоб вихід був з правого боку, причому особа, що займає почесне місце, виходить першою.

У випадку необхідності замовлення місць для розміщення гостей в готелі потрібно заздалегідь поцікавитися, скільки очікується чоловіків, скільки жінок і чи є серед них подружні пари. Необхідно також завчасно вирішити питання про те, хто буде платити за проживання – сторона, що запрошує, чи самі гості.

Представники приймаючої організації після зустрічі в аеропорту або на вокзалі іноземної чи іногородньої делегації відвозять її членів до готелю або до спеціально відведеного приміщення. Гостей заводять до готелю або спеціального приміщення, сприяють у вирішенні можливих проблем з оформленням документів, влаштуванням у номері.

Не завжди зручним є заходити до кімнат гостей, тому що вихованого гостя це може спонукати запросити супроводжуючого на чашку кави, в той час як він дещо втомився з дороги. Виявом особливої поваги є поцікавитись, наскільки зручна кімната, умови проживання в ній. Лінію поведінки зустрічаючих визначає ситуація. Якщо це зручно, то, можливо, краще залишити гостей у вестибюлі, домовившись з ними про візит ввічливості.

При приїзді гостей до фірми потрібно завчасно потурбуватися про те, щоб гостей привітно зустріли при вході до фірми, провели до приймальні, запропонували зняти верхній одяг, надали можливість членам делегації розташуватися “як удома”, випити чашку чаю чи кави. І може статися так, що саме під час цієї розмови буде вирішена доля подальших ділових відносин.

Делегація, що приймає гостей, повинна з’явитися в повному складі.

Після знайомства будь-яка ділова зустріч починається з неформальної бесіди (Smаll Таlк), розмови про щось абстрактне. Така бесіда дозволяє зняти напругу і зменшити культурний бар’єр, встановити емоційний контакт, особливо на зустрічах з іноземцями.

**Привітання.**Важливою проблемою в ситуації вітання є те, хто має вітатися першим. Деякі люди надають цьому винятково великого значення й оцінюють інших людей за тим, чи ті вітаються першими, чи чекають, що привітаються з ними.

За усталеним звичаєм першим вітається чоловік із жінкою, молодий – із старшим, підлеглий– з начальником. Молода жінка перша вклоняється літньому чоловікові.

У різних країнах існують неоднакові традиції вітання і вони не завжди збігаються з нормами, узвичаєними в нашому суспільстві. Наприклад, в Англії жінка, щоб “уповноважити” чоловіка вклонитися їй, зазвичай вітається з ним першою.

Щодо вітання є дуже розумне правило: першим вітається той, хто краще вихований. І якщо люди добре виховані, то здебільшого вітаються одночасно. Проте, навіть знаючи це правило, багато хто його не дотримується, “шанує свою гідність”. Насправді ж гідність людини, яка привіталася першою, не тільки нічого не втрачає, а, навпаки, виграє. Але все-таки першими мають вітатися, як уже сказано, молодші зі старшими, чоловіки з жінками, соціально нижчі з соціально вищими.

Незалежно від віку, статі, посади першим вітається той, хто проходить повз когось або переганяє його. І звичайно, той, хто підходить до гурту, чи заходить у приміщення тощо. У вітальні спочатку вітаються з господинею, потім із господарем, а тоді з рештою присутніх, не обминаючи й дітей.

У випадку, коли зустрічаються пари, то спочатку вітаються жінки з жінками, тоді жінки з чоловіками і насамкінець чоловіки між собою.

Як правило, акт вітання – короткотривалий. Короткими є і вітальні формулювання. Тому в ситуації вітання важливого значення набувають фонетичні складники мовлення: сила голосу, тон, тембр, темп, а також невербальні знаки: погляд, вираз обличчя, поза та ін. Наприклад, вітальна репліка, вимовлена тихо, “під ніс” і без зорового контакту, може бути не зауважена або витлумачена як вияв негативного ставлення до адресата. Порізному сприймаються вітальні фрази в поспішному й повільному темпі, з м’яким, несмілим, пригніченим чи злим тембром, з насупленим, іронічним, меланхолійним поглядом, з радісною, удаваною, єхидною посмішкою і т. ін.

Словесні вітання зазвичай супроводжуються невербальними знаками з такою ж (вітальною) семантикою: жінки – плавним нахилом голови, чоловіки – легким схилянням верхньої частини тулуба і (або) голови, молоді люди – такими ж, але трохи нижчими поклонами.

Тим, хто вітається, дуже пасує, зазвичай, привітна усмішка. Поклоном із усмішкою можна привітатись і без слів, але тільки з дуже близькими знайомими, друзями. Те ж стосується вітання піднесеною вгору рукою, стисканням власних рук тощо.

Вітаючись з тим, хто стоїть або проходить у зустрічному напрямку, належить повернути голову в його бік і вклонитися. Коли ваш супутник з кимсь вітається, то і вам потрібно це зробити. Так само потрібно відповісти поклоном і тому, хто привітався з вашим супутником. Це правило зобов’язує тільки чоловіків. Жінка відповідає на вітання з її супутником незнайомої їй особи лише тоді, коли воно виразно стосувалося цієї жінки.

**Розміщення учасників зустрічі.**План розміщення учасників ділової зустрічі повинен бути заздалегідь продуманий, обумовлений і погоджений секретарями обох сторін.

Звичайно гості заходять до кабінету, господар встає (не зустрічає біля дверей) зі свого стільця і підходить до місця, де розташувалися його співробітники, вони разом вітають прибулих. Після обміну привітаннями і знайомства господар вказує членам прибулої делегації місце за столом переговорів.

Може бути кілька варіантів розміщення учасників за столом.

Перший. Керівники обох делегацій сідають в центрі столу один проти одного (для них ставлять стільці з високими бильцями). Ліворуч від перших осіб сідають перекладачі, праворуч– решта учасників переговорів. Секретарі розташовуються також один проти одного.

Другий. Керівники делегацій сідають наприкінці довгого столу також один проти одного. Перекладач сідає з одного боку, а секретар– з іншого.

Місця, відведені іншим учасникам переговорів, можуть позначатися картками, на яких вказано прізвище та ім’я учасника, а також назва фірми, яку він представляє. У такому випадку проблема розміщення зникне.

Гостей із суто психологічних причин краще садовити обличчям до дверей, при розміщенні навпроти вікон вони можуть відволікатися від теми переговорів: заважатиме сонячне світло, відвертатиме увагу непоказний пейзаж тощо.

Один бік зали доцільно залишити вільним для зручності розповсюдження документів або проходу учасників.

Третій. Під час проведення багатосторонніх переговорів учасники делегацій розміщуються навколо столу в алфавітному порядку найменування країни (за годинниковою стрілкою).

Якщо зустріч непротокольного характеру, перші керівники сідають на дивані, а за ними розміщуються перекладачі. Учасники делегації розташовуються навколо невеликого круглого столу. Якщо зустріч більш розкута, члени делегації також розміщуються поруч.

При зустрічі віч-на-віч можна також сідати під кутом. Встановлено, що за інших рівних можливостей конфлікти при такому розташуванні виникають рідко. Чим менше кут, тим легше домовитися сторонам.

Якщо хочете підкреслити повагу до партнера, то краще сідати зліва від нього (голову наліво повертати зручніше).

Переговори, як правило, ведуть керівники делегацій. Учасники делегацій вступають в розмову лише на прохання керівника. Якщо хтось з членів делегації хоче щось роз’яснити, то просить його дозволу. Відступ від цього правила ускладнює переговорний процес.

На переговорах можна застосовувати лише зрозумілі обом сторонам жести. Інші невербальні засоби можуть розглядатись як “нечесна гра”.

За наявності в кімнаті для переговорів телефону необхідно потурбуватися, щоб секретар на час переговорів не з’єднував абонентів з цим номером.

Вся атмосфера в ході ділових переговорів повинна сприяти спокійній бесіді, щоб партнери могли спілкуватися без перешкод і не відволікатись. Іноді доцільно на вхідні двері повісити табличку “Не входити, ідуть переговори”.

Починати переговори треба в зазначений час, незалежно від того, чи всі члени делегації присутні. Якщо хтось із групи спізнюється на зустріч більш ніж двічі підряд, то це можна кваліфікувати як дії, спеціально в його інтересах або ж цей учасник зайвий у групі.

**Офіційна мова.**Питання про офіційну мову переговорів не виникає, коли партнери можуть говорити однією мовою. Якщо ж сторони представляють різномовні держави, питання про офіційну мову переговорів треба вирішувати завчасно.

У Британській співдружності націй і США говорять англійською. Іспанською мовою спілкуються в більшості країн Південної Америки, крім Бразилії. Французька визнається офіційною мовою в Бельгії, Гаїті, Люксембурзі і Швейцарії. Говорять французькою мовою також в середземноморських країнах і в деяких африканських державах.

Сьогодні англійська мова внаслідок її великого поширення визнається мовою міжнародного бізнесу.

При виборі офіційної мови ведення переговорів не потрібно обирати мову, якою не достатньо володієте.