**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Менеджмент»**

**по теме: «Этика деловой беседы»**

**Содержание**

Введение

1. История развития принципов этики деловой беседы

2. Факторы, сопутствующие проведению успешной деловой беседы

3. Основные правила деловой беседы

4. Особенности этики деловой беседы по телефону

5. Анализ итогов деловой беседы

Заключения

Литература

**Введение**

Общение – процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности.

Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта – оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений – это, прежде всего получение максимальной прибыли.

Деловая беседа является самой распространенной формой делового общения. Проведение деловой беседы – это проверка нашего умения устанавливать контакт с собеседником, ясно и убедительно излагать свои мысли, слушать и слышать то, что говорит партнер, выбирать наилучшую психологическую позицию в общении словом, того, насколько мы владеем культурой делового общения.

Этику делового общения и деловой беседы необходимо знать не только бизнесменам. В повседневной жизни у нас ежедневно бывают десятки встреч, мы вступаем в контакты с самыми разными людьми, оказываемся в различных ситуациях общения. Контакты налаживаются быстрее, легче, если мы знаем, как себя вести, что принято или не принято в подобных ситуациях, какие речевые формулы предпочтительны, как выразить свое внимание, радушие, что предпринять в конфликтной ситуации. Знание подобных основ общения совсем не означает, что человек будет действовать как робот, механически и полностью избавится от всех сложностей. Просто такое знание дает большую свободу действий, большую уверенность в успехе. Практика показывает, что в любом деле успех более чем на 50% зависит от умения налаживать контакты.

Теме этики деловой беседы и посвящена данная работа.

**1. История развития принципов этики деловой беседы**

Деловая беседа является одной из составляющих делового общения. Этику деловой беседы можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их личных коммуникативных взаимодействий в рамках делового общения[[1]](#footnote-1). Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

В социально-философском плане этика деловой беседы определяется общественно-экономическим строем общества, структурой его социальной организации и господствующим типом общественного сознания. В традиционном обществе (обществе «механической солидарности» по Эмилю Дюркгейму), основанном на общности социальной жизни, коллективных представлениях, мифологическом сознании и межличностных отношениях, основным механизмом делового общения являются ритуал, традиция и обычай. Им соответствуют нормы, ценности и стандарты этики делового общения.

Отличительной особенностью этого типа общности является то, что здесь еще нет того разрыва между этическими нормами делового общения и общими представлениями о нравственной жизни, который появится в обществе с развитыми рыночными отношениями. Общие нормы морали являются здесь и нормами делового общения и, в том числе, деловой беседы. По большей части они еще не отделяются друг от друга и не противопоставляются друг другу, подобно тому, как деловая жизнь не противопоставляется личной жизни. Но и тогда, когда в рамках традиционного общества возникают частные и корпоративные интересы, общие нормы нравственности все еще продолжают играть главную роль.

Такой характер этики делового общения мы обнаруживаем уже в Древней Индии. Все человеческое поведение и общение, в том числе и в деловой сфере, подчинено здесь высшим (религиозным) ценностям. Человек этого общества должен «не обращать внимания на то, что другие люди скажут или подумают о нас, или сделают; идти на работу так же, как солдаты идут на сражение, не заботясь о последствиях; расценивать хорошую репутацию, честь, имя, удобные обстоятельства, комфорт, людские привязанности как ничто, если религиозное обязательство потребует пожертвовать ими»[[2]](#footnote-2).

Первостепенная роль этическим нормам ритуала, обычая отводится в деловом общении и древнекитайского общества. Не случайно знаменитый Конфуций (551–479 до н.э.) именно долг, справедливость, добродетель ставит на первое место в отношениях между людьми, подчиняя им выгоду и пользу, хотя и не противопоставляет их друг другу. Его идеальный человек, благородный муж (цзюнь-цзы) «сначала проявляет долг, затем приобретает выгоду». С этим связано и отличие его от неблагородного, «малого человека», которое состоит в том, что: «Благородный муж постигнул справедливость, малый человек постигнул выгоду»[[3]](#footnote-3).

Как и на Востоке, в Западной Европе древних времен уделяется большое внимание необходимости учета этических норм и ценностей в деловом общении, постоянно подчеркивается их влияние на эффективность ведения дел. Так, уже Сократ (470– 399 до н.э.) говорит о том, что «кто умеет обходиться с людьми, тот хорошо ведет и частные и общие дела, а кто не умеет, тот и здесь и там делает ошибки»[[4]](#footnote-4).

Однако в отличие от восточной, западноевропейская культурная традиция более прагматична. Экономический, материальный интерес выдвигается здесь на первый план, вместе с этим большое внимание уделяется статусному характеру общения. При этом статус начальника рассматривается как более привилегированный, нежели подчиненного. Отсюда и этические нормы, такие, как справедливость, добро, благо и т.д., наполняются экономическим содержанием и приобретают также статусный характер. Критерий нравственности в деловом общении перемещается в экономическую сферу. На первый план выдвигается экономический интерес, материальный результат, прибыль как концентрированный критерий человеческой деятельности и общения, становится доминирующей и всеохватывающей с развитием капитализма. Конечным критерием справедливости или несправедливости становится умение успешно вести дело, деловой прагматизм. Этика бизнеса, этика рыночных отношений окончательно выдвигается на первый план и оставляет за собой все общечеловеческие, в том числе и религиозные ценности.

Поэтому человек с «рыночным характером» (по определению Эриха Фромма) постоянно находится в состоянии противоречия, характеризуется раздвоенным сознанием. С одной стороны, проводя деловую беседу, он вынужден руководствоваться нормами морали, выработанными рынком, заботой о максимизации прибыли любыми средствами. С одной стороны, в качестве личности, живущей в обществе и конкретной социальной среде, он несет социальную ответственность перед ними и не может не учитывать общечеловеческие нормы морали и порядочности. С другой стороны, существующая рыночная реальность диктует ему соответствующее поведение.

Попытка преодоления указанного противоречия нравственного сознания была предпринята в рамках протестантизма в период Реформации в XVI–XVII вв. И на определенное время в известной степени это ему удалось. Протестантизм внес много положительного в этику делового общения и достиг известных успехов в ее утверждении. С точки зрения протестантизма, верующие миряне должны относиться к делу с теми же этическими нормами и энергией, как они относятся к служению Богу. Само дело, профессия рассматривается как Божье призвание и святое дело.

Поэтому и получение прибыли в этике протестантизма также считается богоугодным делом. Но при этом существует очень важное условие: оно должно быть полезным ближним и совершаться с соблюдением этических норм делового общения и поведения в бизнесе. Такими моральными нормами являются следующие: честность, правдивость, обязательность, трудолюбие, справедливость, соблюдение обещаний и договоров.

Этика протестантизма и ее влияние на развитие капиталистического предпринимательства исследованы Максом Вебером в работе «Протестантская этика и дух капитализма». Под «духом капитализма» он имеет в виду «строй мышления, для которого характерно систематическое стремление к законной прибыли в рамках своей профессии»[[5]](#footnote-5).

В эпоху «дикого капитализма» (Западная Европа, США в XIX – середина XX в.) в этике делового общения и, в частности деловой беседы на первый план стала выходить жажда наживы. Эрих Фромм в своих работах убедительно показал, что современный «развитой капитализм» (Э. Фромм) на каждом шагу порождает человека с «рыночным характером», главная цель которого в деловом общении состоит в том, чтобы подороже себя продать. Все высокие нравственные принципы и ценности, в том числе и христианские, сразу же забываются, как только речь заходит о прибыли. При этом в деловом общении утрачивается не только мораль, но и самоидентификация личности. Поскольку при рыночной ориентации человек рассматривает свои силы и возможности как товар, отчужденный от него и предназначенный для продажи, то на место чувства идентификации зрелой и здоровой личности, которое можно передать словами «Я есть то, что я делаю», заступает чувство униженной конформистской личности, действующей по принципу «Я таков, каким вы хотите меня видеть»[[6]](#footnote-6). К сожалению, многие российские бизнесмены в деловом общении, а также при проведении деловых бесед, придерживаются подобных этических принципов.

В современных развитых странах соблюдение этических норм в деловом общении и при проведении деловой беседы признается важным не только с точки зрения ответственности бизнесменов перед обществом и самими собой, но и необходимым для эффективности производства. В этом случае этика рассматривается не только как необходимый нравственный императив поведения, но и как средство (инструмент), помогающее увеличить рентабельность, способствующее укреплению деловых связей и улучшению делового общения.

Перейдем теперь непосредственно к рассмотрению принципов проведения успешной деловой беседы.

**2. Факторы, сопутствующие проведению успешной деловой беседы**

Деловое общение – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижением определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели[[7]](#footnote-7).

Деловое общение можно условно разделить на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (когда между партнерами существует пространственно-временная дистанция).

Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное, в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы. В целом деловое общение отличается от обыденного (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). В обычном дружеском общении чаще всего не ставятся конкретные задачи, не преследуются определенные цели. Такое общение можно прекратить (по желанию участников) в любой момент.

В развернутом виде в общении можно выделить следующие этапы: установление контакта; ориентация в ситуации (люди, обстоятельства и т.д.); обсуждение вопроса или проблемы; принятие решения; выход из контакта.

Деловая беседа относится к этапу обсуждения вопроса или проблемы. Чаще всего обсуждение и решение проблемы происходит в форме деловой беседы. На этом этапе контакт уже установлен и впечатление деловых людей, участвующих в переговорах, друг о друге, как правило, уже сложилось. Путем соблюдения этических принципов деловой беседы можно упрочить хорошее впечатление, сложившееся на предварительных стадиях делового общения или же улучшить неблагоприятное мнение о себе и загладить промахи, произошедшие на ранних этапах переговоров. Все это, в конечном счете, будет способствовать достижению успеха на переговорах.

При проведении деловой беседы важнейшую роль играют сопутствующие факторы, не учитывая которые можно заведомо обеспечить провал деловых переговоров. Прежде всего, необходимо произвести подготовку к деловой беседе.

Практика показывает, что из 10 бесед, которые подготовлены заранее, 7 проходят успешно, а из 10 неподготовленных – только 3. Получив отказ, труднее добиться положительного решения, чем при первой встрече.

Общая подготовка к беседе предполагает доскональное изучение вопроса. Нужно подготовить базу для ведения разговора и продумать ответы на следующие вопросы:

* В чем суть вашего предложения?
* Почему вы обращаетесь с данным предложением к этому лицу?
* Как связано ваше предложение с другими сторонами деятельности фирмы?
* Какие выгоды получит ваш партнер от принятия вашего предложения?
* Каковы «минусы» этого предложения для партнера?
* Почему все же вы настаиваете на принятии своего предложения?
* В каком положении окажется фирма или партнер в случае, если по каким-то причинам реализация вашего предложения будет прекращена? Что конкретно тогда нужно будет сделать[[8]](#footnote-8)?

Успех во многом зависит от того, как подать предложение, а выбор формы подачи определяется особенностями тех к кому оно обращено.

Поэтому следует выяснить:

* Компетентность партнера, т.е. в состоянии ли он решить вопрос или обратиться следует к более знающему или обладающему большими полномочиями.
* Что представляет фирма или организация, какие в ней взаимоотношения. Эти знания дадут возможность вести разговор в рамках традиционного в этой системе подхода.
* Кто из знакомых бизнесменов имел дело с этой фирмой или человеком. Каковы их впечатления.
* Чего опасается, на что надеется партнер.
* Предполагаемую позицию по данному вопросу. Знание ее позволяет строить аргументацию. Например, если партнер против, нужно включить доводы, которые могли бы поколебать его позицию.
* Особенности характера партнера, предпочитаемая им психологическая позиция и его манеры ведения разговора. Эта важная деталь, т.к. есть трудные собеседники, разговор с которыми может провалиться, если не настроить себя соответствующим образом.
* Жизненные установки и принципы партнера. Представление о них позволяет легче найти подход к партнеру.
* Потребности партнера. Знание стремлений и желаний партнера помогает оценить, насколько может заинтересовать ваше предложение, и представить последнее в выгодном свете. Это еще необходимо для успешной аргументации.
* Возраст, семейное положение партнера. Его увлечения, политические взгляды, образование и т.д. (Это необходимо для налаживания контакта с партнером.)[[9]](#footnote-9).

Необходимо подготовить соответствующие материалы и документы. Материалы и документы необходимы для введения собеседника в курс дела и успешной аргументации. Документы придают вес словам. Следует заранее подготовить также экземпляры договоров. При благоприятном исходе беседы, их можно сразу подписать.

Необходимо подготовить примерные вопросы для партнера по переговорам. Вопросы партнеру должны охватывать все стороны дела и быть при этом ясными, лаконичными, предельно конкретными, логическими непротиворечивыми и последовательными.

Зная особенности характера партнера и специфику его работы, можно предложить, какие уточняющие вопросы задаст он, и подготовить исчерпывающие ответы.

Для успеха деловой беседы важно спросить себя: а какую цель может ставить партнер и какого результата хочет он? Необходимо заранее предусмотреть, какой исход беседы вас устроит, какой нет, какой вариант вы посчитаете приемлемым для обеих сторон.

Важно также, где проходит деловая встреча. Если у вас, то необходимо позаботиться о том, чтобы гостя встретили у входа, проводили, предложили раздеться, выпить чашку чая или кофе. Основная забота гостя – не опаздывать, не заставлять себя ждать.

Необходимо соблюдать определенные правила в отношении одежды и внешнего вида. Сверхмодный костюм совсем необязателен. Важно, чтобы он был в приличном состоянии.

Костюм должен быть к месту и ко времени. Если переговоры с партнерами назначены на дневное время, подойдет светлый костюм. Брюки и пиджак могут быть различных цветов. Но если переговоры идут вечером, костюм должен быть темным, рубашка – обязательно свежей, глаженой, галстук – не кричащим, ботинки – вычищенными. Элегантность делового человека определяют рубашка, галстук и ботинки, а не количество костюмов, которые он привез с собой.

Необходимо также правильно выбрать место проведения деловой беседы. Если вы хотите, чтобы ваш партнер почувствовал вашу влиятельность, лучшее место встречи – кабинет, а вы – за рабочим столом. Если хотите, чтобы обстановка была более теплой и менее официальной, можно расположиться в креслах, вести разговор за чаем или кофе.

Выбор такого места зависит от ситуации.

**3. Основные правила деловой беседы**

Оптимальный сценарий деловой беседы, как правило, включает следующие этапы[[10]](#footnote-10):

* вступительная часть (необходима для знакомства и установление контакта);
* информирование о деле или предложении, здесь следует продумать последовательность изложения;
* аргументация (обоснование предложения, продумывание, доводы, способы, убеждения, предусмотренные возможные возражения);
* ответы на вопросы и нейтрализация возражений;
* достижение договоренности, подписание документов;
* заключительная часть, к ней тоже нужно готовиться так при любом исходе разговора, следует оставить о себе хорошее впечатление, чтобы у партнера не пропало, желание сотрудничать сейчас или в дальнейшем.

Первое, что необходимо сделать, это представиться друг другу, познакомиться. Существует набор так называемых стереотипных фраз приветствия: «Здравствуйте», «Рад вас приветствовать», «Добрый день!» и т.п. Затем нужно назвать себя: «Меня зовут Василий Алексеевич», «Моя фамилия Игнатьев», «Будем знакомы. Владимир Петрович Смирнов» (имя и отчество, а потом фамилия). Более официально: «Разрешите представиться: Соболев, президент фирмы», «Анна Петровна Зилова, член оргкомитета», «Власов, начальник управления» и т.п.

При приветствии необходимо пользоваться не только вербальными, но и невербальными средствами: поклоном, кивком, взмахом руки и т.п.

При официальном знакомстве принято пожимать друг другу руку (в неофициальной обстановке жесты могут быть другими), однако необходимо помнить, что не младший подает руку старшему, а старший – младшему, не мужчина женщине, а женщина мужчине. Женщина может не протягивать руку, а ограничиться легким поклоном.

Часто деловая встреча начинается с вручения визитной карточки. Получив визитную карточку, следует внимательно прочитать имя и отчество партнера, если есть затруднения, переспросить (это лучше, чем коверкать имя), и постараться их запомнить.

Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед по лестничной площадке или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени, а еще лучше – по имени и отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение. Такое приветствие говорит о внутренней культуре человека.

Культура поведения в деловом общении немыслима без соблюдения правил вербального (словесного, речевого) этикета, связанного с формами и манерами речи, словарным запасом, т.е. со всем стилем речи, принятым в общении данного круга деловых людей. Существуют исторически наработанные стереотипы речевого общения. Ими пользовались ранее русские купцы, предприниматели, а сейчас их используют культурные российские и зарубежные деловые люди. Это слова: «дамы», «господа», «судари» и «сударыни». Среди других социальных групп подобные обращения пока широко не прививаются, и часто люди испытывают чувство внутреннего дискомфорта на встречах, собраниях, поскольку не знают, как обратиться друг к другу.

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой вопрос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно по несколько раз «Как дела?», всегда необходимо помнить о чувстве меры. Ничего не ответить невежливо; буркнуть «нормально» и пройти мимо тоже невежливо, если не грубо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах – прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает отвечать примерно следующее: «Спасибо, нормально», «Спасибо, пока жаловаться грех», и в свою очередь поинтересоваться: «Надеюсь, что и у Вас все обстоит нормально?». Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех, следуют сложившимся в России нормам: «Не сглазь, когда дела идут хорошо».

В вербальном (словесном, речевом) общении деловой этикет предполагает применение различных психологических приемов. Один из них – «формула поглаживания». Это словесные обороты типа: «Удачи Вам!», «Желаю успеха», известные фразы: «Большому кораблю – большое плавание», «Ни пуха, ни пера!» и т.п., произносимые с различными оттенками. Широко применяются такие речевые знаки расположения, как «Салют», «Нет проблем», «О' кей» и т.п. Но следует избегать таких явно язвительных пожеланий, как «Вашему теляти злого волка поймати».

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплименты – приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности в бизнесе, подчеркивающие вкус в одежде, внешности, сбалансированность поступков партнера, т.е. оценку ума делового партнера.

Комплимент – не механизм лести. Лесть, особенно грубая, – это маска, за которой чаще всего скрывается меркантильный интерес. Комплимент, тем более, если партнер – женщина, – необходимая часть речевого этикета. Во время делового общения всегда есть реальная возможность для комплиментов. Они воодушевляют вашего делового партнера, придают ему уверенность, одобряют. Особенно важно помнить о комплименте, если вы имеете дело с новичком, к тому же потерпевшем на первых порах неудачу.

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах правил поведения страны – партнера по бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями.Все это результат многовекового жизненного опыта, быта предшествующих поколений того или иного народа. Какие бы ни были традиции, правила поведения, – их приходится выполнять.

Деловой этикет требует особого поведения в общении с клиентами. В каждом виде услуг, оказываемых клиентам, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Но всегда надо помнить, что определяет отношения с клиентами самый главный принцип: клиент – самый дорогой и желанный человек в вашем офисе (магазине, предприятии).

Начиная разговор, следует:

* сделать четкое вступление, оно задает тон;
* подготовить первый вопрос так, чтобы он был коротким, интересным, но не дискуссионным;
* излагать мысли предельно кратко;
* обязательно аргументировать свои суждения, доводы[[11]](#footnote-11).

Во время разговора не рекомендуется употреблять незнакомые слова и те из них, что имеют двойное значение. Это не просто раздражает слушателя, но и «отключает» внимание.

Следите также, чтобы задаваемые вопросы содержали слова «почему», «когда», «как». Это исключит односложные ответы, позволит собеседнику более полно изложить свою точку зрения.

В случае несогласия оппонента необходимо выполнять следующие правила[[12]](#footnote-12):

* не спешите доказывать свое;
* спокойно выслушайте доводы собеседника, дайте ему высказаться до конца;
* уточните, может быть, вы говорите о разных вещах или неточна постановка вопроса (при этом вполне корректны такие выражения: «Если я вас правильно понял...», «Быть может, я не все уяснил...», «Давайте разберемся глубже...», «Попробуем взглянуть на эту проблему иначе...»);
* не отвечайте на возражения в категорическом тоне.

Недопустимы также выражения: «Нет, я не согласен», «Нет, это никуда не годится», «Нет, это нам не подходит».

Непременное условие всякого делового разговора – уважительное отношение к собеседнику. Часто мы слышим жалобы, что «невозможно ничего доказать» или «доказывать бесполезно». Скорее всего, это связано с неумением доказывать, отстаивать свою точку зрения.

Отстаивая свою точку зрения, важно не только слушать, но и слышать другого, уметь выслушать другие аргументы. «Слушать собеседника – дело сложное, требующее напряжения, так как мы должны сконцентрировать свое внимание на том, что говорит собеседник, хотя голова у нас, как правило, занята множеством проблем и, кроме того, мы устали или нервничаем», – считает специалист по этике деловых бесед Предраг Мицич. При этом важно[[13]](#footnote-13):

* отбросить личные предубеждения против собеседника («Все равно ничего нового я от него не услышу», «Опять он мне будет твердить свое», «Ну, это надолго, и ничего путного не скажет»);
* не спешить с ответами и заключениями («Хватит, я все понял...», «Достаточно, мне все ясно», «Я это знаю...»);
* попытаться разграничить факты и мнения;
* быть беспристрастным в оценке того, что вы услышали;
* не отвлекаться на посторонние мысли;
* пока слушаете, нельзя обдумывать следующий вопрос, а тем более, готовить в этот момент контраргументы;
* не ждать с нетерпением паузу в разговоре, чтобы вставить свое слово.

Необходимо также продумать последние слова:

* в случае успеха;
* при компромиссном решении;
* при неудаче.

В следующей главе будут рассмотрены особенности этикета деловой беседы по телефону.

**4. Особенности этики деловой беседы по телефону**

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Благодаря ему многократно повышается оперативность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Большую роль телефон играет и при проведении деловых бесед, особенно если деловой партнер находится на большом расстоянии и личная встреча с ним невозможна.

К деловому телефонному разговору надо тоже тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени (до 20–30%). Так утверждает американский менеджер А. Маккензи. Среди 15 главных причин потерь рабочего времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место телефонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора.

Известно также, что при телефонном разговоре наблюдается такое явление, как пресыщение общением. Оно может явиться источником напряженности между сторонами. Поэтому во время разговора надо соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, раздражительность, обидчивость и т.п. Следует вовремя выйти из контакта с партнером, чтобы сохранить деловые отношения. Кроме того, ведя длительные телефонные разговоры, вы можете получить репутацию зануды или пустомели. Подобная репутация подорвет интерес к вам и к вашим деловым предложениям. Чтобы восстановить доброе имя фирмы и свое реноме, придется затратить значительно больше усилий, чем при установлении первого делового контакта.

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. Основа успешного проведения делового телефонного разговора – компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции.

Эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения.

По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. Существенное значение имеет также умелое проявление экспрессии. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь поможет правильное использование методов внушения и убеждения. Голос, тон, тембр, интонации внимательному слушателю говорят очень много. По данным психологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника.

Надо помнить, что телефон усугубляет недостатки речи; быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно необходимо следить за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, поселков, имена собственные, фамилии и т.п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам.

Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например: «Как Вы меня слышите?», «Не могли бы Вы повторить...?», «Извините, очень плохо слышно.», «Простите, я не расслышал, что Вы сказали, и т.п.».

Прежде чем позвонить кому-либо, необходимо вспомнить, что длительное воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе (поэтому сами лучше самому снимать с аппарата трубку, как только услышан звонок), ненужные телефонные разговоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных вопросов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокойных условиях, т.е. мешают работать тем, кто находится рядом.

Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили – начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не получено предварительное согласие на этот звонок.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30–40% занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п.

В отношении телефонных переговоров действует общее правило – заканчивает телефонный разговор, тот, кто позвонил.

До того как вы решили набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте порядок постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обговариваете несколько вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С помощью стандартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого. Например: «Итак, по этому вопросу мы договорились?», «Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?», «Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?»

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопросом, требующим однозначного ответа.

Для подготовки к деловому разговору по телефону, в особенности междугородному и международному, лучше подготовить специальный бланк, в котором будущий разговор записывается с учетом прогнозируемых ответов.

**5. Анализ итогов деловой беседы**

Результаты деловой встречи полезно проанализировать. Примерная схема анализа следующая:

* Не забыли ли вы о цели разговора?
* Каков конкретный результат встречи?
* Мог ли он быть лучшим для вас или для дела?
* Все ли аргументы вы использовали? Что еще можно было сказать?
* Все ли вы выяснили у партнера, что хотели?
* Удачно ли вы отвечали на вопросы?
* Удачно ли вы парировали возражения?
* Какой была атмосфера разговора?
* Какую психологическую позицию занимал партнер? Правильную ли позицию занимали вы?
* Удовлетворен ли встречей партнер?
* Какое впечатление вы на него произвели?
* Есть ли необходимость и возможность повторной встречи?

Анализируя разговор, не следует корить себя за возможные упущения, лучше подумать, как действовать дальше. Встреча считается не напрасной, если она оставила возможность для продолжения контракта.

**Заключения**

Задача повышения норм и стандартов этики деловой беседы, как и вообще этики делового общения, во многих странах сегодня выдвигается как одна из важнейших. Проблема стоит достаточно остро. Так, согласно опросам общественного мнения, среди широких слоев населения США господствует убеждение, что ценности этического поведения неуклонно снижаются.

Существуют различные средства и способы повышения уровня моральности делового общения. В качестве примеров повышения показателей этичности поведения, как руководителей, так и рядовых работников можно привести следующие: разработка этических нормативов на предприятии, создание комитетов и комиссий по этике, проведение социально-этических ревизий, обучение этическому поведению.

Этические нормативы делового общения и поведения должны описывать общую систему и правила этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Эти нормативы разрабатываются с целью улучшить деловое общение на различных уровнях и в разных сферах деятельности организации. Цель их создания – установление нормальной нравственной атмосферы и определение этических рекомендаций при принятии решений. Каждое предприятие, если оно дорожит своей репутацией, будет стремиться к тому, чтобы утвердить у себя высшие стандарты этики делового общения и деловых бесед, являющейся важнейшим компонентом бизнеса.

На Западе организации обычно доводят этические нормативы до своих работников в виде печатных материалов. Некоторые фирмы создают рабочие группы или постоянные комитеты по этике. Другие нанимают специалиста по этике бизнеса, называемого адвокатом по этике. Его роль сводится к выработке суждений по этическим вопросам, в том числе и по этике делового общения. В России, к сожалению, этике деловых бесед и вообще этике делового общения не придается пока должного внимания.

Организации, фирмы, руководители и предприниматели всех уровней должны приложить максимум усилий для повышения этичности делового общения и деловых бесед, используя для этого различные способы и средства, в том числе и обучение этике делового общения.

**Литература**

1. Баева О.Е. Ораторское искусство и деловое общение. Минск: Наука, 2001.
2. Безруких М. Этика делового общения. Курс лекций. М., 2001.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Минск.: Наука, 2000.
4. Вебер М. Избр. произведения. М.: Прогресс, 1990.
5. Конфуций. Изречения. М.: МГУ, 1994.
6. Ксенофонт. Воспоминания о Сократе. М.: Наука, 1993.
7. Курбатова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Фонд «Правовая культура», 1994.
8. Психология и этика делового общения.// Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. М., 1997.
9. Радхакришнан С. Индийская философия в 2-х т. Т.1. Пер. с англ.: СПб: Стикс, 1994.
10. Фромм Э. Психоанализ и этика: Пер. с англ. М.: Республика, 1993.
1. Психология и этика делового общения.// Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. М., 1997. С. 145. [↑](#footnote-ref-1)
2. Радхакришнан С. Индийская философия в 2-х т. Т.1. Пер. с англ.: СПб: Стикс, 1994. – С. 187. [↑](#footnote-ref-2)
3. Конфуций. Изречения. М.: МГУ, 1994 – С. 31. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ксенофонт. Воспоминания о Сократе. М.: Наука, 1993. – С. 82. [↑](#footnote-ref-4)
5. Вебер М. Избр. произведения. М.: Прогресс, 1990. – С. 85 [↑](#footnote-ref-5)
6. Фромм *Э.* Психоанализ и этика: Пер. с англ. М.: Республика, 1993. – С. 68-69. [↑](#footnote-ref-6)
7. Курбатова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Фонд «Правовая культура», 1994. С. 45. [↑](#footnote-ref-7)
8. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Минск.: Наука, 2000. С. 213. [↑](#footnote-ref-8)
9. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Минск.: Наука, 2000. С. 220. [↑](#footnote-ref-9)
10. Баева О.Е. Ораторское искусство и деловое общение. Минск: Наука, 2001. С. 144. [↑](#footnote-ref-10)
11. Безруких М. Этика делового общения. Курс лекций. М., 2001. С. 80. [↑](#footnote-ref-11)
12. Там же. С. 81. [↑](#footnote-ref-12)
13. Безруких М. Этика делового общения. Курс лекций. М., 2001. С. 82. [↑](#footnote-ref-13)