

Анжелика Юрьевна Шепелева

**Современный деловой протокол и
этикет**

УДК 65.0
ББК 92
Ш48

Шепелева, А. Ю.

Ш48 Современный деловой протокол и этикет / А. Ю. Шепелева. — М. : Научная книга / RUGRAM, 2021. — 270 с. — (Твой успех).

ISBN 978-5-521-76409-9

В данной книге раскрыты особенности и принципы делового этикета, создание благоприятного психологического климата и этика делового красноречия, а также многое другое, необходимое для успешной карьеры в современном обществе. Материал данной книги предназначен не только менеджерам и бизнесменам, но и всем людям, строящим свою карьеру и желающим в конечном итоге стать руководителем.

BIC KJ
BISAC BUS000000

Глава 1. Деловой этикет и его роль в жизни предприятия

Определение этикета как установленного порядка поведения где-либо дает наиболее общее представление о нем. Деловой этикет богаче по своему содержанию. Это важнейшая сторона морали профессионального поведения предпринимателя. У отечественных начинающих бизнесменов срывается множество выгодных сделок, особенно с инофирмами, из-за того, что они не знают правил делового этикета. У многих новоиспеченных предпринимателей дурной вкус заметен в одежде, манерах поведения.

В результате они становятся предметом молчаливой и нелюбезной критики со стороны партнеров. Уважающие себя и честь своей фирмы предприниматели прекращают все переговоры. А причиной тому служит поведение отдельных бизнесменов, оценить которое можно словами из знаменитой сказки «ни ступить, ни молвить не умеет».

Чтобы не попасть в нелепую ситуацию, надо знать правила хорошего тона. В старые времена им крепко учил Петр Великий. В 1709 г. он издал указ, согласно которому подлежал наказанию каждый, кто вел себя «в нарушение этикету». Возможно, и отечественным бизнесменам надо ввести наказание для тех, кто выставляет на посмешище не только себя, но и бросает тень на российское предпринимательство.

Итак, знание делового этикета – основа предпринимательского успеха. Что он представляет собой, откуда появился и каковы его особенности в иностранных государствах – об этом речь в данной главе.

1.1. Особенности и значение делового этикета и делового протокола на предприятии

Общество во все времена различало понятия добра и зла, т. е. имело определенную мораль. Историей развития разграничения этих понятий занимается этика.

В центре этики стоит мораль, т. е. система нравственных отношений, мотивов действия, чувств и сознания, которые устанавливают границы отношений, поступков и взаимодействий людей в обществе. Нормы морали возникли как результат усилий человека разграничить добро и зло. Например, в деловой жизни такие качества, как трудолюбие, бескорыстность, пунктуальность, точность исполнения распоряжений и правдивость, считаются добром, т. е. рассматриваются как моральные качества. И наоборот, взяточничество, беспринципность, коррупция, подтасовка фактов, уклонение от ответственности и прочее расцениваются как зло, т. е. являются аморальными качествами. Изучение исторического развития морали, стоящей в центре этики, показывает, что в разные исторические периоды общество имело различия в складе мышления, в представлениях о мире, в системах духовных и этических ценностей.

Сегодня для российского общества характерны новые требования к личности, ее морали, поведению и поступкам.

Роль этики как науки в современный период велика: она должна проанализировать нравственное состояние общества, указать причины, вызвавшие это состояние, предложить решения, которые помогли бы обновить моральные ориентиры общества.

Различают этику общечеловеческую и профессиональную.

Профессиональная этика вырабатывает нормы, стандарты, требования, характерные для определенных видов деятельности. Таким образом, профессиональная этика – это кодекс поведения, предписываемый тип отношений, которые представляются наилучшими с точки зрения выполнения работниками своих служебных обязанностей в той или иной профессиональной сфере (в производстве продукции, в сфере предоставления услуг и т. п.).

Любое профессиональное общение должно протекать в соответствии с профессионально-этическими нормами и стандартами, овладение которыми зависит от ряда факторов. Их можно объединить в две группы:

1) первая группа – комплекс этических представлений, норм, оценок, которыми личность владеет от рождения, представление о том, что такое добро, а что зло, т. е. собственный этический кодекс, с которым человек живет и работает, какую бы должность он ни занимал и какую бы работу ни исполнял;

2) вторая группа – нормы и стандарты, привносимые извне: правила внутреннего распорядка организации, этический кодекс фирмы, устные указания руководства, профессиональный этический кодекс.

Хорошо, если собственные представления о том, что такое хорошо и что такое плохо, совпадают с привнесенными извне профессиональными этическими нормами, поскольку если такое совпадение отсутствует (полностью или частично), то могут возникнуть проблемы большей или меньшей трудности при уяснении, усвоении и практическом применении этических правил, не входящих в комплекс личных моральных представлений.

Этика деловых отношений является профессиональной этикой, регулирующей систему отношений между людьми в сфере бизнеса.

Рассмотрим теперь нормы и требования, составляющие теоретическую основу этики деловых отношений.

Всемирно известные бизнесмены сформулировали перечень этических требований как для отдельных сотрудников, так и для целых предприятий и коллективов:

1) золотое правило профессиональной этики: «В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к подчиненным, руководителям, коллегам своего служебного уровня, клиентам и т. п. таких поступков, каких не желал бы по отношению к себе»;

2) второе требование гласит, что необходима справедливость при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.);

3) третье требование: любое этическое нарушение независимо от того, было оно допущено начальником или подчиненным, мужчиной или женщиной, старым или молодым сотрудником, должно быть исправлено;

4) согласно четвертому требованию служебное поведение и действия сотрудника должны способствовать развитию организации (или ее подразделений) с моральной точки зрения;

5) сущность пятого требования заключается в том, что сотрудники одной организации должны быть терпимы к моральным устоям, традициям и пр., имеющим место в других организациях, регионах, странах;

6) согласно шестому требованию при разработке и принятии решений в деловых сферах следует руководствоваться как интересами отдельной личности, так и интересами всего коллектива в целом;

7) седьмое требование напоминает, что не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых сложных вопросов;

8) восьмое требование – никакого насилия, нажима на подчиненных, выражающегося в различных формах, например в приказной, командной манере ведения служебного разговора;

9) девятое требование – постоянство воздействия, выражающееся в том, что этические стандарты не могут быть внедрены в жизнь организации единовременным приказом, для этого необходимы непрекращающиеся усилия со стороны менеджера и рядовых сотрудников;

10) десятое требование – при воздействии (на коллектив, на отдельного сотрудника, на потребителя) учитывать силу возможного противодействия. Дело в том, что, признавая ценность и необходимость этических норм в теории, многие сотрудники, сталкиваясь с ними на практике, по той или иной причине могут начать им противодействовать. Руководство должно к этому готовиться заранее и устанавливать какие-то формы порицания за нарушение этических норм (критические замечания, осуждение, отказ в общении);

11) одиннадцатое требование состоит в том, что к человеку изначально нужно относиться с доверием (к его чувству ответственности, компетенции, чувству долга и т. п.). Нельзя необоснованно высказывать критические замечания и выражать недовольство;

12) двенадцатое требование настоятельно рекомендует стремиться к бесконфликтности. Хотя конфликт в деловой сфере имеет не только дисфункциональные, но и функциональные последствия, тем не менее конфликт – это благоприятная почва для этических нарушений;

13) тринадцатое требование – свобода, не ограничивающая свободы других; обычно этот принцип, хотя и в неявной форме, обусловлен должностными инструкциями;

14) четырнадцатое требование – сотрудник должен не только сам поступать этично, но и способствовать такому же поведению коллег;

15) пятнадцатое требование гласит: не критикуй конкурента. Имеется в виду не только организация – соперник на рынке, но и «внутренний конкурент» – коллектив другого отдела, коллега.

Требования этикета, в том числе и делового, не носят абсолютного характера, они меняются с течением времени, под влиянием различных факторов.

Современный деловой человек следует этим неписаным нормам поведения. Можно рекомендовать ему не просто слепо следовать и безоговорочно исполнять требования делового этикета, но постараться понять их внутренний смысл и содержание, которое и делает их необходимыми в деловом общении.

Деловой этикет базируется на следующих принципах:

1) здравый смысл: нормы делового этикета не должны противоречить здравому смыслу, а здравый смысл подсказывает, что деловой этикет в целом направлен на поддержание порядка, организованности, экономию времени и другие разумные цели. Нормы этикета, нарушающие деловые отношения, установившиеся правила общения, здравым смыслом поддерживаться не могут;

2) свобода: имеется в виду то, что правила и нормы делового этикета, хотя существуют и весьма ревностно исполняются, тем не менее не должны препятствовать свободному волеизъявлению каждого делового партнера,

свободе выбора партнеров по бизнесу, свободе подбора методов и способов исполнения договоренностей между сторонами.

Свобода предполагает также терпимое отношение к проявлению национальных особенностей, культурных и национальных традиций, лояльность к свободно проявляемой точке зрения и различным деловым позициям. Однако такой принцип делового этикета, как свобода, ограничен:

- а) здравым смыслом;
- б) климатическими условиями;
- в) традициями;
- г) национальными особенностями;
- д) политическим режимом и т. д.;

3) этичность: весь комплекс норм, стандартов, требований, рекомендаций, составляющий деловой этикет, самой своей сутью и содержанием просто обязан быть этичным, моральным, т. е. деловой этикет целиком и полностью ориентирован «на добро». Но как трактовать эту главную категорию морали, другими словами, что считать добром, а что злом, в сфере бизнеса – вопрос сложный и неоднозначный. Все содержание данной области знаний имеет своей целью «окружить» бизнес множеством этических фильтров, оставляющих аморальное поведение и поступки людей за рамками сферы деловых отношений;

4) удобство: нормы делового этикета – не путы, не оковы, не кандалы на руках и ногах партнеров по бизнесу. Они не должны сковывать деловых людей, мешая тем самым деловым отношениям и тормозя развитие экономики. Удобным для делового человека должно быть все – от планировки служебного помещения до размещения оборудования в нем, от деловой одежды до правил проведения презентации и требований,

предъявляемых к деловым переговорам, причем эти удобства должны быть обеспечены в равной степени для всех участников деловых отношений;

5) целесообразность: суть этого принципа в том, что каждое предписание делового этикета должно служить определенным целям. Виды деловых отношений – презентация, деловая беседа, ведение переговоров и т. п. – имеют разнообразные цели, и каждый аспект делового этикета должен им соответствовать;

6) экономичность: этика деловых отношений не должна обходиться слишком дорого; высокая «стоимость» моральности в делах сама по себе не этична, поскольку представляет собой вычет либо из прибыли организации, либо из доходов отдельного сотрудника. Разумная стоимость – вот то соображение, которым следует руководствоваться протокольному отделу организации;

7) консерватизм: этот принцип является само собой разумеющимся, так как корни делового этикета следует искать в этикете государственном, имеющем многовековую историю, в этикете воинском (столь же почтенного возраста), в светском этикете, который хоть и не так давно существует, однако его концепции завоевали прочное место в жизни общества и стали классическими. Консерватизм во внешнем облике делового человека, в его манерах, приверженности тем или иным традициям невольно вызывает ассоциации чего-то незыблемого, прочного, надежного; а надежный партнер в делах – предел желаний для каждого делового человека;

8) непринужденность: нормы делового этикета должны быть таковы, чтобы соблюдение их не превращалось в нечто навязываемое, отторгаемое психологически; они естественны, исполняемы с легкостью без напряжения (Внимание! Не путать