Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС З ДИСЦИПЛІНИ «ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

Укладач ***Любецька Вікторія Валеріївна***

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моді і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Робоча навчальна програма
З ДИСЦИПЛІНИ
«ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ»

Спеціальність: 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка 5
2. Тематичний план(на осн. повн. заг. освіти) 8
3. Тематичний план (на осн. базов. заг. освіти) 9
4. Зміст дисципліни 10
5. Список використаних джерел 14
6. Питання до підсумкового контролю 16
7. Модульна контрольна робота (тест) 19
8. Конспект лекцій 25

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

На даний час існує потреба в підготовці фахівців високого професійного і культурного рівня, здатних надати ринковим відносинам цивілізований характер. Сучасна ділова людина повинна володіти внутрішньою і зовнішньою красою. Етикет є проявом зовнішньої краси людини, а внутрішню – визначає етика.

Курс «Діловий етикет та культура спілкування» ставить за **мету** освоєння необхідних базових знань про процеси формування і реалізації на практиці якісних форм корпоративної співпраці, алгоритмів роботи з клієнтами, а також пізнання етикету та етики, які формують професіонала та лідера в соціальній сфері, сфері послуг.

Головними **завданнями** курсу є:

- формування знання понятєво-термінологічного апарату з курсу «Діловий етикет та культура спілкування»;
- розуміння сутності основних категорій професійного етикету;
- здатності належно застосовувати знання та вміння ділового спілкування на практиці.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Діловий етикет та культура спілкування» студент повинен набути наступні компетентності:

- вміння застосовувати принципи та поведінкові алгоритми в професійному етикеті;
- здатність враховувати особливості професійного етикету в діяльності соціального працівника;
- здатність аналізувати потенційні конфлікти та їх запобігати;
- здатність самопрезентуватися з позицій професійного етикету; застосовувати професійний етикет в управлінні колективом та організацією робочого процесу;
- здатність застосовувати навички ділового спілкування та професійного етикету з метою підвищення ефективності
- здатність використовувати отримані теоретичні та практичні знання в майбутній фаховій діяльності;
- здатність адаптуватися до нових ситуацій у професійній діяльності.

Міжпредметні зв'язки

Під час вивчення курсу «Діловий етикет та культура спілкування» застосовано принцип системності, тобто навчальная дисципліна базується за знаннях таких дисципліни як «Естетика», «Філософія», «Культурологія», «Українська мова (за професійним спрямуванням)». Викладач застосовує міжпредметні зв'язки з іншими навчальними дисциплінами, спираючись на знання, здобуті студентами під час вивчення таких нормативних дисциплін, як «Основи охорони праці, санітарії та гігієни» і «Безпека життєдіяльності та основи екології».

За результатами вивчення навчальної дисципліни студент повинен

Знати:

- теоретичні відомості про історію виникнення етикету;
- основні вимоги щодо побутового етикету;
- сучасні вимоги до ділового етикету;
- особливості етикету сфери побуту;
- етикет міжнародного спілкування.

Уміти:

- використовувати набуті знання у професійному спілкуванні;
- володіти комунікативно-риторичними якостями мовлення, мовленнєвими етикетом;
- бути підготовленим для фахової комунікації із представниками різних ділових кіл;
- виявляти самостійність і соціальну відповідальність, громадянські та патріотичні чесноти при виконанні функціональних обов'язків;
- переглядати результати власної праці та визнавати власну відповідальність за свої вчинки.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з дисципліни
«Етикет»
***Спеціальність**: «Дизайн»*
(денна форма навчання, на основі повної загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теорет. Заняття*	*Практичні заняття*	*Самостійні роботи*	*Форма контролю*
	1 семестр					
1.	Основні поняття про етикет	10	2	2	6	опитування
2.	Історія виникнення етикету	10	2	2	6	опитування
3.	Етикет у побуті: - знайомства, привітання, звернення; - правила етикету у громадських місцях; - правила етикету для подорожуючих; - «святковий» етикет.	12	3	3	6	опитування
4.	Діловий етикет	8	2	2	4	опитування
5.	Особливості етикету працівників сфери побуту: - професійна поведінка працівника сфери послуг; - культура спілкування з клієнтом.	10	4	2	4	опитування
6.	Етикет міжнародного спілкування	8	2	2	4	опитування
7.	Модульна контрольна	2		2		Контрольна робота (тест)
	Всього:	**60**	**15**	**15**	**30**	**Залік**



Тематичний план з дисципліни
«Етикет»
***Спеціальність**: «Дизайн»*
(денна форма навчання, на основі базової загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теорет. Заняття*	*Практичні заняття*	*Самостійні роботи*	*Форма контролю*
	7 семестр					
1.	Основні поняття про етикет	10	2	2	6	опитування
2.	Історія виникнення етикету	10	2	2	6	опитування
3.	Етикет у побуті: - знайомства, привітання, звернення; - правила етикету у громадських місцях; - правила етикету для подорожуючих; - «святковий» етикет.	12	3	3	6	опитування
4.	Діловий етикет	8	2	2	4	опитування
5.	Особливості етикету працівників сфери побуту: - професійна поведінка працівника сфери послуг; - культура спілкування з клієнтом.	10	4	2	4	опитування
6.	Етикет міжнародного спілкування	8	2	2	4	опитування
7.	Модульна контрольна	2		2		Контрольна робота (тест)
	Всього:	**60**	**15**	**15**	**30**	**Залік**

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Основні поняття про етикет

Життя людини у суспільстві, що регламентоване системою різних правил, законів. Правила соціальної поведінки людини, які виробилися впродовж усієї культурної еволюції людства і враховують його соціально-історичний досвід, становлять зміст поняття «етикет». Предмет і функції професійного етикету. Предмет і завдання курсу «Діловий етикет та культура спілкування». Поняття «професійний етикет». Наукові підходи та гіпотези походження етикету. Характеристика професійного етикету».

Самостійна робота: підготувати реферат на тему «Етикет як частина загальнолюдської культури».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Значення та походження терміну «етикет».
2. Норми етикету.
3. Сучасний етикет.

Література:

1. Афанасьєв І. Діловий етикет: 2-е вид., перероб. Київ: «Альтерпрес», 2001. 352 с.
2. Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення. Львів: Світ, 2006. 450 с.
3. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення. Львів: Світ, 1990. 232 с.
4. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 384 с.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
6. Пентилюк М. І., Марунич І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: Центр навч. літератури, 2010. 224 с.
7. Плотніченко С. Р. Основи ділового етикету та протоколу: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Мелітополь: ТОВ «Колор Принт», 2021. 200 с.

Тема 2. Історія виникнення етикету

Створення форм співіснування, які базуються на правилах і традиціях кожного народу, а також зумовлені особливостями національної історії, ментальності, політичного устрою країни. Суспільні правила поведінки. «Біблія» та народна мудрість, як вчення про те, що і як треба робити, тобто дотримуватися вимог етикету. Вивченням етикету вченими (С. Богдан, Р. Винницький, М.П. Лукашевич, А.В. Малахов, А.П. Скрипник та інші). Сучасне визначення сутності поняття етикету суспільства та його вплив на діяльність людини. Розвиток прагнення толерантно та уміло поводити себе в умовах сьогодення.

Самостійна робота: напитати доповідь на тему «Історичні передумови виникнення етикету».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Етикет як феномен культури.
2. Історія виникнення етикету.
3. Історія розвитку етикету.
4. Перспективи розвитку етикету.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого. Київ: Основи, 1994. 261 с.

3. Вознюк Н. М. Етика: навч.посіб. Київ: Центр навч. літератури, 2008. 212 с.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. з етикету для студентів. Суми: ВТД «Університетська книга»; Київ: Вид. дім «Княгиня Ольга», 2005. 222 с.
5. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 384 с.
6. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.

Тема 3. Етикет у побуті

Спілкування як комунікативна діяльність. Умови ефективного спілкування. Етикет у системі вербальних форм спілкування: знайомства, привітання, звернення; правила етикету у громадських місцях; правила етикету для подорожуючих; святковий етикет. Універсальні форми усного спілкування. Мовний етикет. Етикетні формули.

Самостійна робота: створити презентацію на тему «Місце і значення етикету у сучасному житті».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Мовний етикет та етикетні формули.
2. Правила знайомства, привітання, звернення.
3. Правила етикету у громадських місцях.
4. Правила етикету для подорожуючих.
5. Поняття про «святковий» етикет.

Література:

1. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця: Нова книга, 2002. 223 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
4. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 224 с.
5. Ісаєнко Т. К., Лисенко А. В. Риторика: навч. посібн. Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247с.

Тема 4. Діловий етикет

Поняття про діловий етикет. Проблема ділового етикету у сучасному гуманітарному знанні. Діловий етикет як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії. Види ділового спілкування. Історичні умови виникнення ділового етикету та його видові різноманітності. Характерні риси ділового етикету.

Самостійна робота: доповідь на тему «Діловий етикет: правила поведінки у колективі».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Поняття про діловий етикет.
2. Історичні умови виникнення ділового етикету та його видові різноманітності.
3. Види ділового спілкування.
4. Характерні риси ділового етикету.
5. Значення ділового етикету у сучасному світі.

Література:

1. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця: Нова книга, 2002. 223 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
4. Здоровенко В. В. Культура ділового спілкування: навч. посібник. Дрогобич: НВЦ «Каменяр», 2002. 147 с.
5. Зубенко Л. Г. Культура ділового спілкування: навч. посібник. Київ: «Екс Об», 2000. 200 с.

Тема 5. Особливості етикету працівників сфери побуту

Етикетні норми, професійна поведінка працівника сфери послуг. Культура спілкування з клієнтом. Оцінка психологічних проявів споживачів. Основні принципи спілкування. Вербальні та невербальні засоби етикету ділового спілкування. Стандарти етикету у сфері побуту. Професійна етика. Сучасні напрями професійного етикету.

Самостійна робота: написати реферат на тему «Особливості етикету в українському бізнес-суспільстві».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Етикетні норми, професійна поведінка працівника сфери послуг.
2. Культура спілкування з клієнтом.
3. Вербальні та невербальні засоби етикету ділового спілкування.
4. Стандарти етикету у сфері побуту.
5. Професійна етика.
6. Сучасні напрями професійного етикету.

Література:

1. Герасіна Л. М. Конфліктологія: підручник. Харків: Право, 2002. 256 с.
2. Герасимчук А. А. Етика та етикет. Київ: ЄУ. 2006. 350 с.
3. Герет Томас М. Етика бізнесу: пер. з англ. / М. Герет Томас, Дж. Річард Клоноскі. Київ: Основи, 1999. 214 с.
4. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. 480 с.
5. Залюбівська О. Б. Практикум з риторики: методичні вказівки до виконання вправ та завдань з дисципліни «Основи риторики». Вінниця: ВНТУ, 2007. 74 с.
6. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник. Харків: ХДУХТ, 2016. 146 с.

Тема 6. Етикет міжнародного спілкування

Етикет у мовних комунікаціях. Національний етикет. Правила міжнародної ввічливості. Дипломатичний етикет. Етикет ділових прийомів. Види прийомів. Протокол і ділові відносини. Переговори з іноземними делегаціями. Етикет у морально-регулятивному аспекті комунікативного менеджменту.

Самостійна робота: написати реферат на тему «Основні правила етикету за кордоном».

Питання для самостійного опрацювання (до семінару):

1. Міжнародний діловий етикет.

2. Ділова етика та культура у міжнародному бізнесі.
3. Етикет ділових прийомів.
4. Види прийомів.
5. Етикет міжнародних переговорів.

Література:

1. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посібник. Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2005. 152 с.
2. Дерлоу Дес. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: пер. з англ. Київ: Наукова думка, 2001. 242 с.
3. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів. Харків-Київ, 2006. 320 с.
4. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 456 с.
5. Єременко Л. В. Конфліктологія: навч. посібн. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2018. 219 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література

1. Афанасьєв І. Діловий етикет: 2-е вид., перероб. Київ: «Альтерпрес», 2001. 352 с.
2. Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення. Львів: Світ, 2006. 450 с.
3. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення. Львів: Світ, 1990. 232 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого. Київ: Основи, 1994. 261 с.
6. Вознюк Н. М. Етика: навч.посіб. Київ: Центр навч. літератури, 2008. 212 с.
7. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця: Нова книга, 2002. 223 с.
8. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
9. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
10. Герасіна Л. М. Конфліктологія: підручник. Харків: Право, 2002. 256 с.
11. Герасимчук А. А. Етика та етикет. Київ: ЄУ. 2006. 350 с.
12. Герет Томас М. Етика бізнесу: пер. з англ. / М. Герет Томас, Дж. Річард Клоноскі. Київ: Основи, 1999. 214 с.
13. Герчанівська П.Е. Культура управління: навч. посібник. Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2005. 152 с.
14. Дерлоу Дес. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: пер. з англ. Київ: Наукова думка, 2001. 242 с.
15. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів. Харків-Київ, 2006. 320 с.
16. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 456 с.
17. Єременко Л. В. Конфліктологія: навч. посібн. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2018. 219 с.
18. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. 480 с.
19. Залюбівська О. Б. Практикум з риторики: методичні вказівки до виконання вправ та завдань з дисципліни «Основи риторики». Вінниця: ВНТУ, 2007. 74 с.
20. Здоровенко В. В. Культура ділового спілкування: навч. посібник. Дрогобич: НВЦ «Каменяр», 2002. 147 с.
21. Зубенко Л. Г. Культура ділового спілкування: навч. посібник. Київ: «Екс Об», 2000. 200 с.
22. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 224 с.
23. Ісаєнко Т. К., Лисенко А. В. Риторика: навч. посібн. Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247с.
24. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. з етикету для студентів. Суми: ВТД «Університетська книга»; Київ: Вид. дім «Княгиня Ольга», 2005. 222 с.
25. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 384 с.

Додаткова література

1. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник. Харків: ХДУХТ, 2016. 146 с.
2. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
3. Пентилюк М. І., Марунич І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: Центр навч. літератури, 2010. 224 с.
4. Плотніченко С. Р. Основи ділового етикету та протоколу: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Мелітополь: ТОВ «Колор Принт», 2021. 200 с.
5. Проценко О. П. Етикет в просторі практичної філософії. Харків: ХНУ, 2002. 240 с.
6. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ: КНТУ, 2014. 396 с.
7. Седова Л. М., Малюкіна А. А. Етика бизнесу: навч. посібн. Ч. 1. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнєца, 2014. 490 с.
8. Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібник. Київ: КНТЕУ, 2001. 280 с.
9. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2004. 232 с.
10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібник. Київ: Знання, 2005. 442 с.

Електронні інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання – www.nbuv.gov.ua
2. Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаника – http://www.library.lviv.ua/
3. Національна історична бібліотека України – http://www.dibu.kiev.ua/
4. Національна парламентська бібліотека України – http://www.nplu.org/
5. Харківська державна наукова бібліотека України імені В. Короленка – http://korolenko.kharkov.com/
6. Наукова бібліотека ім. В. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка – http://lib-gw.univ.kiev.ua/
7. Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка – http://library.lnu.edu.ua/bibl/
8. Книжкова палата України імені Івана Федорова – http://www.ukrbook.net/

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Питання до підсумкового контролю
З ДИСЦИПЛІНИ
«ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ»

Спеціальність: 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Етикет як феномен культури.
2. Історія виникнення етикету.
3. Історія розвитку етикету.
4. Перспективи розвитку етикету.
5. Національний етикет.
6. Дипломатичний етикет.
7. Переговори з іноземними делегаціями.
8. Етикет як частина загальнолюдської культури.
9. Мовний етикет та етикетні формули.
10. Правила знайомства, привітання, звернення.
11. Правила етикету у громадських місцях.
12. Правила етикету для подорожуючих.
13. Поняття про «святковий» етикет.
14. Поняття про діловий етикет.
15. Історичні умови виникнення ділового етикету та його видові різноманітності.
16. Види ділового спілкування.
17. Характерні риси ділового етикету.
18. Значення ділового етикету у сучасному світі.
19. Етикетні норми, професійна поведінка працівника сфери послуг.
20. Культура спілкування з клієнтом.
21. Вербальні та невербальні засоби етикету ділового спілкування.
22. Стандарти етикету у сфері побуту.
23. Професійна етика.
24. Сучасні напрями професійного етикету.
25. Міжнародний діловий етикет.
26. Ділова етика та культура у міжнародному бізнесі.
27. Етикет ділових прийомів.
28. Види прийомів.
29. Етикет міжнародних переговорів.
30. Етикет на бізнес-ланчі.
31. Етикет ділового спілкування та його призначення.
32. Етикет у бізнес-комунікаціях.
33. Етикет сьогодні. Етикет комунікацій.
34. Ділова переписка.
35. Презентації та публічні виступи.
36. Ділові зустрічі, збори, наради.
37. Умови ефективного спілкування.
38. Цілі, стратегія, тактика ділового спілкування.
39. Етикет у системі вербальних форм ділового спілкування.
40. Усне ділове мовлення.
41. Офіційно-діловий стиль – мова ділових паперів.
42. Культура мови та мовний етикет, поняття й взаємозв’язок.
43. Формально-логічні та морально-психологічні основи мовного спілкування в ділових відносинах.

44.Вимоги до усного ділового мовлення.
45.Універсальні форми усного спілкування.
46.Найпоширеніші помилки в сфері ділового етикету.
47.Сутність і значення спілкування у професійній діяльності.
48.Загальні поняття культури мовлення.
49.Тенденції розвитку сучасного етикету.
50.Гендерні аспекти професійного спілкування.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Модульна контрольна робота
З ДИСЦИПЛІНИ
«ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ»

Спеціальність: 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

ТЕСТ (МКР)

1. Як перекладається з французької слово «етикет»?
   А. правила та норми
   Б. ярлик, етикетка
   В. форма привітання
   Г. свято

2. Етикет – це…
   А. сукупність правил поведінки, що регулює зовнішні прояви людських взаємин (поведінка в громадських місцях, поводження з оточуючими людьми, форми звертання і привітання, манери поведінки, одяг тощо).
   Б. філософська дисципліна, що вивчає область виразних форм будь-якої сфери дійсності (у тому числі художньої), як самостійна і почуттєво безпосередньо сприймана цінність.
   В. це наука, яка вивчає специфіку розвитку матеріальної та духовної культури людських спільнот у певному конкретно-історичному періоді, їхні взаємозв'язки та взаємовпливи
   Г. це наука, що об'єднує гуманітарні дисципліни, такі як лінгвістика, літературознавство, історія та інші, які займаються вивчення історії та виокремленням сутності духовної культури людства через призму мови.

3. Чи обов'язково дякувати, коли вам поступаються місцем у громадському транспорті?
   А. не обов'язково
   Б. бажано
   В. якщо Ви молоді – обов'язково
   Г. обов'язково

4. Як вітаються юнак та дівчина?
   А. юнак при зустрічі з дівчиною повинен вітатися першим
   Б. дівчина при зустрічі з юнаком повинна вітатися першою
   В. краще обмежитися кивком голови
   Г. при зустрічі юнак та дівчина обіймаються

5. Ви чхнули, а ті, що знаходяться поруч, побажали: «Будьте здорові!» Як бути?
   А. подякувати
   Б. перепросити
   В. зробити вигляд, що не почули
   Г. спитати у співрозмовника: «Як справи?»

6. Чи можна аплодувати під час виконання камерного твору?
   А. обов'язково
   Б. вдала ідея
   В. іноді
   Г. непристойно починати плескати під час виконання симфонічного чи камерного твору

7. Мовний етикет – це…
   А. сукупність правил мовної поведінки, які репрезентуються в мікросистемі національно специфічних стійких формул і виразів у ситуаціях установлення контакту зі співбесідником, підтримки спілкування в доброзичливій тональності
   Б. розділ науки про мову, який вивчає правила передавання усного мовлення на письмі
   В. розділ мовознавчої науки, що вивчає сукупність правил про літературну вимову
   Г. наука, яка вивчає функціонально-стильові засоби мови, їх застосування тощо

8. У кожного народу свій мовний етикет.
   А. Так
   Б. Ні
   В. Можливо
   Г. Іноді

9. Мовний і моленевий етикет це…
   А. різні поняття
   Б. тотожні поняття
   В. схожі поняття
   Г. одне поняття

10. У живому, побутовому спілкуванні вироблені чіткі правила мовного етикету: першим вітається…
    А. той, хто заходить у приміщення, молодший першим вітається зі старшою людиною, чоловік – із жінкою
    Б. той, хто вже знаходиться у приміщенні, молодnший вітається зі старшою людиною, чоловік – із жінкою
    В. той, хто вже знаходиться у приміщенні, сташий першим вітається з молодшою людиною, чоловік – із жінкою
    Г. той, хто заходить у приміщення, молодший перший вітається зі старшою людиною, жінка з чоловіком

11. Ви помітили звернений на вас погляд незнайомої людини. Яка Ваша реакція буде відповідати нормам етикету?
    А. потрібно відвернутися
    Б. потрібно не звертати уваги на незнайомця
    В. потрібно мовчки дивитися на незнайому людину, щоб показати, що Ви помітили погляд
    Г. потрібно ввічливо спитати: «Ви щось хотіли запитати?»

12. Хто кому першим подає руку для потискання?
    А. першою подає руку жінка – чоловікові, старший – молодшому, підлеглий – начальнику

Б. першою подає руку жінка – чоловікові, старший – молодшому, начальник – підлеглому
В. першою подає руку жінка – чоловікові, молодший – старшому, начальник – підлеглому
Г. не має значення

13. В яких ситуаціях використовуються етикетні форми спілкування?
А. у ситуації вітання, прощання, висловлення подяки або вибачення, згоди чи незгоди
Б. під час усного звіту
В. під час письмового звіту
Г. під час поїздки в автомобілі

14. Що таке вербальна комунікативна взаємодія?
А. це спілкування на подвір'ї
Б. це спілкування мовою жестів
В. спосіб передачі інформації, що передбачає цілеспрямований словесний спосіб обміну певними повідомленнями
Г. це психологічний вплив на співрозмовника

15. Що таке невербальні засоби комунікації?
А. система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми (жести, міміка, пантоміміка, рухи тіла)
Б. це розмова двох осіб
В. це полілог
Г. це телефонна розмова

16. Які три універсальні категорії виділяють у невербальних засобах спілкування?
А. темп мовлення, тема, риторичні запитання
Б. усмішка, погляд, дистанція
В. тональність, ритм, емоційність
Г. погляд, зачіска, голос

17. Яка роль відведено етикету у діловому спілкуванні?
А. етикет регламентує взаємини начальника і підлеглого, ділових партнерів, колективу
Б. етикет допомагає при плануванні відпочинку
В. етикет не потрібен у діловому спілкуванні
Г. етикет є формальністю

18. Куди повинен бути спрямований ваш погляд під час ділового спілкування з однією людиною?
А. постійно в очі
Б. вбік від співрозмовника
В. рекомендується дивитися на уявний трикутник на чолі вашого співрозмовника і не опускати погляд нижче його очей
Г. бажано дивитися вниз

19.Яка дистанція є інтимною?
А. від 0 до 50 см
Б. від 50 до 100 см
В. від 1 до 2 м
Г. від 2 до 3 м

20.Хто спілкується при міжособистісній дистанції?
А. друзі та рідні люди
Б. керівник із підлеглими
В. співробітники однієї оргагізації
Г. колеги, які довгий час працюють один з одним

21.Спілкування із знайомими людьми передбачає…
А. інтимну дистанцію
Б. персональну дистанцію
В. соціальну дистанцію
Г. не передбачає дистанції

22.Як називається дистанція у діловому спілкуванні від 2,5 метра і далі?
А. соціальна дистанція
Б. інтимна дистанція
В. персональна дистанція
Г. логічна дистанція

23.Коли вживаємо ДАРУЙТЕ і ПЕРЕПРОШУЮ?
А. коли про щось хочемо запитати
Б. коли просимо пробачення
В. коли даруємо подарунок
Г. коли запрошуємо на роботу

24.Приходите в театр потрібно…
А. із запізненням
Б. завчасно
В. немає значення
Г. коли зможете

25.При вході в театр чоловік…
А. пропускає даму вперед
Б. йде першим
В. пропускає акторів
Г. заходить разом із дамою

26.Атмосфера в музеї має бути…
А. тихою та стриманою
Б. активною
В. гучною
Г. веселою

27.Чи може працівник салону краси показувати втому своєму клієнтові?
А. так, звісно
Б. працівник не повинен показувати втому від контакту з клієнтом
В. іноді це можна зробити
Г. працівник салону краси повинен повідомити клієнта про свій стан

28.Стиль і тон спілкування з клієнтами у салоні краси повинен бути…
А. агресивним
Б. беземоційним
В. ввічливим і коректним
Г. інтимним

29.Мова співробітника побутової сфери повинна бути…
А. грамотною, правильною, виразною
Б. веселою, швидкою, емоційною
В. простою та зрозумілою
Г. розважливою

30.Одним із найважливіших принципів міжнародного ділового етикету є…
А. підтримка чесних, шанобливих стосунків із партнерами
Б. підтримка дружніх стосунків із партнерами
В. підтримка близьких стосунків із партнерами
Г. підтримка формальних стосунків із партнерами

Ключ до тесту

1. Б, 2. А, 3. Г, 4. А, 5. А, 6. Г, 7. А, 8. А, 9. А, 10. А, 11. Г, 12. Б, 13. А, 14. В, 15. А, 16. Б, 17. А, 18. В, 19. А, 20. А, 21. Б, 22. А, 23. А, 24. Б, 25. А, 26. А, 27. Б, 28. В, 29. А, 30. А.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Конспект лекцій
З ДИСЦИПЛІНИ
«ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ»

Спеціальність: 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

ТЕМА 1. Основні поняття про етикет

Етикет – зовнішня, видима складова етики, яка формувалася протягом століть у людському суспільстві. Термін «етика»(лат. – звичай) у науковий обіг запровадив Арістотель. Він позначає розділ філології, об'єктом якого є мораль – норми, правила, які підтримуються суспільною думкою і визначають, як повинна діяти людина в умовах вибору між добром і злом, егоїзмом і альтруїзмом, у самовираження особистості, в мотивації вчинків, у розумінні принципів і норм поведінки, зокрема мовленнєвої.

Етикет – слово французького походження. На одному з пишних і вишуканих прийомів у короля Людовика XIV гостям вручали картки з переліком деяких потрібних від них правил поведінки. Від французької назви карток – «етикеток» і відбулося слово «етикет», що увійшло згодом до мов багатьох країн. Поняття «етикет» включає форму, манеру поведінки, правила чемності і ввічливості, прийняті в тому суспільстві, де живе кожний з нас.

Мовленнєва етика передбачає дотримання умов успішного спілкування: добродушного ставлення до адресата, демонстрації зацікавленості в розмові, емпатії (тобто налаштованості на внутрішній світ співбесідника), щирості у формулюванні своїх думок, сигналами чого є репліки різних типів, а також міміка, усмішка, погляд, жести, постави тіла.

Мовленнєва етика – правила, що ґрунтуються на нормах моралі, національно-культурних традиціях, психології учасників спілкування. Етикетні мовленнєві норми втілюються в спеціально мовленнєвих формулах і виражаються сукупністю різнорівневих засобів від окремих слів до висловлювань і навіть текстів. Мовленнєвий етикет – система відповідно до соціальних ролей комунікантів і моральних норм поведінки людей в суспільстві. Мовленнєвий етикет охоплює паралінгвальні засоби – жести, міміку і інтуїцію. За етикетними формулами часто можна визначити вік мовця, його професію. Головним принципом мовленнєвого спілкування є дотримання паритетності. **Етикет** (фр. etiguette – ярлик, етикетка, церемоніал), тобто порядок проведення певної церемонії. Цим терміном визначався строго встановлений порядок і форма поводження при дворі монарха. Це був придворний протокол, подібний до дипломатичних протоколів, які діють і зберігають своє значення і сьогодні. Головним призначенням етикету була організація поведінки придворних таким чином, щоб звеличити особу монарха й утвердити придворну ієрархію. Зміст власне етикетних норм складався разом з виникненням імператорського єдиновладдя спершу на Сході, а потім і на Заході. У XVIII ст. під етикетом розуміли лише зведення правил поведінки, прийнятих при дворах монархів. Однак життя вимагало ширшого тлумачення цього терміна як сукупності правил поведінки у різних сферах: життєдіяльності людини, а не тільки при дворі правителя. Етикет – це правила поведінки у домі рабовласника за античних часів і за епохи середньовіччя – у ремісника і буржуа, у селянській хаті; це правила поведінки на громадському і сімейному святах, на службі та ін. Етикет має конкретно-історичний характер. Кожне суспільство, кожна культура відзначилися своїми правилами поведінки, системою норм, своїми уявленнями про прекрасне й потворне. Так, свої правила поведінки існували в античній

Греції і свої – в античному Римі, етикет при французькому дворі Людовіка XIV відрізнявся від етикету при дворі Ізабелли й Фердинанда.

Етикет є соціально зумовленим. Він виник як суто класове, кастове явище. Досить згадати хоча б середньовічний кодекс лицарської честі або вимоги придворного етикету, що якнайсуворіше регламентували все двірське життя. Члени родини монарха мали вставати о певній годині. Точно зазначалося, хто повинен бути при одяганні монарха, хто – тримати і подавати йому одяг, заздалегідь було визначено, хто супроводжував його на прогулянках, хто був присутнім на аудієнціях, прийомах.

У старих хроніках і мемуарах придворних осіб можна знайти докази того, як через дрібниці, пов'язані з етикетом, спалахували сварки, що ускладнювали політичні відносини між державами. Сварки виникали, наприклад, через те, на що під час аудієнції пропонували сісти на крісло з поруччям, високою спинкою або табурет, через певні рухи правої або лівої руки, всупереч етикету, через кількість кроків, які треба зробити, вклоняючись монархові. Цілком інші норми, правила відносин існували у народному середовищі. Все, що характеризувало етикет правлячих класів, було неприйнятним для соціальних низів. «Бідність звільняє від етикету», – зауважувала французька письменниця Жорж Санд. Але це не означало, що простолюд не мав своїх уявлень про поведінку, про взаємини один з одним. Життя, суспільний і особистий досвід підказували, що такі форми необхідні, бо вони регулюють повсякденні контакти з товаришами по роботі, з сусідами, з рідними і близькими, допомагають людям зрозуміти один одного, без чого були б немислимими самі відносини у сфері виробництва, у побуті. Ці норми, які народжувались у середовищі трудящих, були простими і зрозумілими, звільненими від ряду умовностей. Та з плином часу багато норм, правил і вимог етикету стали загальними правилами, які регулювали специфічні форми людського спілкування. Це відбувалося внаслідок того, що виникнення етикету було своєрідним досягненням людської культури, однією з форм «олюднення» людини, ушляхетнення її природних інстинктів, пристрастей і афектів.

В етикеті на рівні станового етикету були частково збережені давні традиційні форми спілкування і звернення людей один до одного. Так, давнє шанування жінок, культ жінки – праматері – майже повсюдне явище: їй дарували квіти, прикрашали квітами, ототожнювали з першоосновою всього сущого – землею. Знімати капелюх перед жінкою, вставати при розмові з нею, поступатися їй місцем і виявляти їй усілякі знаки поваги – ці правила були наслідком не тільки лицарського схиляння перед Прекрасною Дамою, а й більш давнього культу жінки.

Виникнення етикету було пов'язане також з досягненнями у галузі матеріальної культури, з появою особливих надлишкових засобів, аксесуарів, предметів, що використовувалися для задоволення природних потреб у їжі, одязі, пересуванні. Якщо, наприклад, людина угамовує голод, користуючись під час їжі ножами і виделками, якщо їх багато і кожна пара має своє призначення, то це свідчить, що нові форми і способи угамування голоду пов'язані з розвитком не лише духовної культури самої людини, а й матеріальної культури, культури виробництва у певній сфері. Правила етикету мають утилітарний характер,

упорядковуючи користування засобами громадських комунікацій, сферою обслуговування; етикет допомагає зберегти здоров'я (приміром, сприяє кращому засвоєнню їжі), охороняє нервову систему, забезпечує задоволення. Крім історичного, соціально-класового характеру етикет має і етно-національний колорит, який складався протягом усього періоду формування тієї чи іншої нації. Такі особливості етикету склалися і в українського народу. Так, в Україні, як і в інших регіонах Східної Європи, завжди панувала особлива повага молодших до старших, що, наприклад, виявлялося у вітанні. Приміром, зустрічаючи особливо шановану похилого віку людину, молоді брали руку старшого обома руками, а потім цілували її зверху. Таке привітання вважалося вельми шанобливим. Українці завжди відзначалися великою гостинністю. Раніше, стрічаючи гостей, господарі низько схиляли голову, тримаючи при цьому руку на серці (зокрема жінки). Схиляючи голову в уклоні, вони ніби «виносили» її назовні, «проголошуючи» її іншому, або ж намагалися зробити себе нижче гостя і тим самим підкреслювали свій статус. Рука на серці означала особливу гостинність, вітання, що йшли від серця. Зустрічаючись, чоловіки скидали шапки, і в цьому також виявлялася повага до іншої людини. В Україні головний убір взагалі відігравав велику роль. Вважалося, що дорослій людині соромно виходити з двору з непокритою головою. Голова чоловіка без шапки могла означати не тільки його соціальну неповноцінність, а й те, що він – чужинець. Існувала в Україні і заборона жінці з'являтися на людях з непокритою головою. Так, жителі Полтавської губернії вважали, що сонце плаче, коли жінка знімає хустку, а у Харківській губернії – коли заміжня жінка вийде у сіни без хустки, то домовик потягне її за волосся на горище. В українців було заборонено лихословити вдома. Це мотивувалося тим, що «піч у хаті», а за повір'ям вважалося, що у печі живуть духи предків, які спостерігають за поведінкою членів родини. Оскільки повага до старших була зведена до культу, то вдома намагалися не сваритися, не лихословити. Склався в Україні і свій ритуал вживання їжі. Наприклад, ложку не клали так, щоб один кінець спирався на миску, а ручка – на стіл, бо побутувало повір'я, що злі духи по ложці можуть потрапити у тарілку і нашкодити людині. Існували свої особливості у спілкуванні, у поведінці, у побуті, на роботі та ін. Таким чином, етикет має національне забарвлення, він залежить від способу життя, вірувань, ритуалів і традицій того чи іншого народу.

У процесі історичного розвитку змінювалися епохи, складались нові культури, але залишалися загальнолюдські цінності, вироблені практикою попереднього суспільного розвитку, відкидалося неістотне, дріб'язкове, тимчасове. З етикету зникли норми, продиктовані умовами життя певного класу, стану, але залишилися універсальні, загальновживані правила ввічливості, такту, коректності, що полегшили, ушляхетнили і прикрасили людську поведінку. Як відомо, суспільство виробляє певні стандартизовані норми соціальної поведінки (у тому числі і мовленнєвої), які визначаються уявленнями про шаблони поведінки у конкретній ситуації. Щоб функціонувати як єдине ціле, як складна соціальна система, суспільство має встановити такі рамки поведінки індивідів, у яких ця поведінка стає одноманітною, стабільною, такою, що повторюється. Саме такими рамками й є етикет – система правил зовнішньої культури людини,

її поведінки, пристойності, гарного тону тощо. У суспільстві він функціонує у двох основних формах поведінки: мовленнєвої і немовленнєвої. Як правило, ці форми поведінки тісно між собою пов'язані і взаємозалежні. Якщо етикет, як встановлений у суспільстві набір правил регулює нашу зовнішню поведінку у відповідності із соціальними вимогами, то мовленнєвий етикет можна визначити, як правила, що регулюють нашу мовленнєву поведінку.

Сформовані норми моральності є результатом тривалого за часом процесу становлення взаємин між людьми. Без дотримання цих норм неможливі політичні, економічні, культурні відносини, тому що не можна існувати, не поважаючи один одного, не накладаючи на себе певних обмежень. Як вже було визначено, **етикет** – слово французького походження, що означає манеру поводження. До нього відносяться правила чемності і ввічливості, прийняті в суспільстві. Сучасний етикет успадковує звичаї практично всіх народів від сивої давнини до наших днів. В основі своєї ці правила поведінки є загальними, оскільки вони дотримуються представниками не тільки якогось даного суспільства, але і представниками всіляких соціально-політичних систем, що існують у сучасному світі. Народи кожної країни вносять в етикет свої виправлення і доповнення, обумовлені суспільним ладом країни, специфікою її історичної будови, національними традиціями і звичаями.

Розрізняють кілька видів етикету, основними з який є:

- придворний етикет – строго регламентований порядок і форми обходження, установлені при дворах монархів;
- дипломатичний етикет – правила поведінки дипломатів і інших офіційних осіб при контактах один з одним на різних дипломатичних прийомах, візитах, переговорах;
- військовий етикет – звід загальноприйнятих в армії правил, норм і манер поводження військовослужбовців у всіх сферах їхньої діяльності;
- загальногромадянський етикет – сукупність правил, традицій і умовностей, дотримуваних громадянами при спілкуванні один з одним.

Більшість правил дипломатичного, військового і загальногромадянського етикету тією чи іншою мірою збігаються. Відмінність між ними полягає в тому, що дотриманню правил етикету дипломатами надається більше значення, оскільки відступ від них чи порушення цих правил може завдати шкоди престижу чи країни її офіційним представникам і привести до ускладнень у взаєминах держав.

В міру змін умов життя людства, росту утворень і культури одні правила поведінки змінюються іншими. Те, що раніш вважалося непристойним, ставати загальноприйнятим, і навпаки. Але вимоги етикету не є абсолютними: дотримання їх залежить від місця, часу й обставин. Поводження, неприпустиме в одному місці і за одних обставин, може бути доречним в іншім місці і за інших обставин.

Норми етикету, на відміну від норм моралі є умовними, вони носять ніби характер неписаної угоди про те, що в поводженні людей є загальноприйнятим, а що ні. Кожна культурна людина повинна не тільки знати і дотримуватися основних норм етикету, але і розуміти необхідність визначених правил і взаємин.

Манери багато в чому відбивають внутрішню культуру людини, його моральні й інтелектуальні якості. Уміння правильне поводитися в суспільстві має дуже велике значення: воно полегшує встановлення контактів, сприяє досягненню взаєморозуміння, створює гарні, стійкі взаємини.

Сучасний етикет регламентує поводження людей у побуті, на службі, у громадських місцях і на вулиці, у гостях і на різного роду офіційних заходах – прийомах, церемоніях, переговорах.

Отже, **етикет** – дуже велика і важлива частина загальнолюдської культури, моральності моралі, виробленої протягом багатьох століть життя всіма народами відповідно до їхніх представлень про добро, справедливість, людяність – в області моральної культури і про красу, порядок, благоустрій, побутовій доцільності – в області культури матеріальної.

Місце і значення етикету в сучасному житті Знання і виконання оптимальних моделей поведінки в конкретних, заздалегідь відомих, ситуаціях стосунків людей, тобто виконання етикету, є невід'ємною частиною культури морального спілкування, в цілому моральної культури сучасної особистості. Етикет, з одного боку, полегшує спілкування і взаєморозуміння між людьми, з іншого – зберігає гідність кожної особистості, сприяє гуманізації людських стосунків. Важливість і необхідність етикету для кожної сучасної людини стала результатом розвитку і вдосконалення людських стосунків протягом багатьох століть, а також усвідомлення людством значущості кожної окремої особистості й необхідності для неї співіснувати із собі подібними. **Сучасний етикет** – не те саме, що етикет класичний. Правила та норми сучасного етикету з'явилися разом із розвитком технологій, а, відповідно, нових звичок. Плюс дещо змінилися спільні цінності: зараз уже не соромно приходити в сучасний театр не в сукнях і в костюмах-трійках, а в щоденному одязі. Ніхто не вимагає від нас використовувати мільйон столових приладів під час їди й вітатися з усіма сусідами в будинку (хоча останнє просто з ввічливості робити цілком можна).

Сучасний діловий етикет. Сучасний діловий етикет – це не ті самі правила та норми, які існували навіть із десяток років тому. Якщо раніше було нормою ходити до офісів лише в ділових костюмах, сучасне життя внесло в правило свої корективи. Люди почали підбирати вільніші та зручніші вбрання, залишаючи ділові костюми хіба що для важливих конференцій та зустрічей. Утім, є ймовірність, що найближчими роками від класичного стилю одягу відмовляться майже зовсім. Також *змінилися норми та правила сучасного ділового етикету*, що пов'язано зі змінами засобів зв'язку. Якщо на робочу пошту можна ще написати досить пізно (хоча теж не рекомендовано), то в месенджерах пізні повідомлення є моветоном. Хорошим тоном визнане запитання перед записуванням голосового повідомлення: чи може колега зараз його послухати й чи це йому зручно. Щоправда, у різних компаніях є різні думки щодо цього: десь заведено турбувати колегу в будь-який час. Але загалом все одно краще запитати заздалегідь, уточнивши, до яких норм звик/-ла співрозмовник/-ця.

Ну і є вічні речі, що стосуються сучасного ділового етикету. Наприклад:

- не можна переходити на «ти» з новим колегою, поки ви не домовилися;

- перед приходом у нову компанію краще заздалегідь поцікавитися, чи є в них дрес-код;
- на співбесіду краще приходити в більш офіційному одязі;
- ввічливість – ваше все: не забувайте вітатися в офіційних листуваннях; уточнюйте, коли клієнту зручніше зустрітися тощо. Загалом пам'ятайте, що роль етикету в сучасному бізнесі залишається важливішою. Не забувайте адаптуватися до нових умов і бути банально ввічливим – це вже половина успіху.

Етикет сучасної жінки Загалом нині на етикет сучасної жінки сильно вплинув фемінізм, зокрема третьої хвилі. Крім здобуття виборчих прав і права на освіту, жінки набули можливість самим вибирати відповідний одяг, відмовлятися від макіяжу, який раніше був обов'язковим, змінювати довжину волосся на власний розсуд тощо. Звичайно ж, за етикетом для сучасних дівчат, як і для чоловіків, вважається непристойним поганословити, поводитися зухвало тощо.

Сучасний мовний етикет Мовний етикет у світі теж зазнав деяких змін. Чиста грамотна мова, гарна вимова – це в моді завжди, як і вміння логічно та чітко висловити свої думки. Водночас у сучасний мовний етикет легко вписуються англіцизми, різні нововведення мови. Укорінюються в мові – як усній, так і письмовій – фемінітиви: зараз писати *редактор*, коли йдеться про *редакторку*, вже не вітається. Окрім цього, мова стає більш інклюзивною: ми відмовляємося від термінів, які визнають зневажливими. Наприклад, зараз слово *інваліди* замінюють на *люди з інвалідністю* – і більше жодних *людей з обмеженими можливостями* або *людей з особливими потребами*. Те саме стосується слова *гомосексуалісти*: раніше його використовували в СРСР для підкреслення «ненормальності» ЛГБТК+ людей. Нині лише *гомосексуали* – як *гетеросексуали* чи *бісексуали*.

Також, за правилами сучасного мовного етикету, не варто підкреслювати статеву різницю як фактор, що впливає. Не варто говорити щось на кшталт «вона отримала цю посаду, не зважаючи на те, що вона жінка» або «він добре ладнає з дітьми як для чоловіка».

Сучасний молодіжний етикетє Ось етикет сучасної молоді – нехай він здебільшого негласний, але достеменно актуальний у 21 столітті.

Дайте спокій телефону. Ми не просто не можемо сконцентруватися, якщо відвертаємо увагу на телефон, але ще й робимо неприємно співрозмовнику, який одразу помічає неуважність. Ще більше зачіпає активне листування з кимось і розсіяні підтакування у відповідь на запитання. Просто приберіть усі гаджети й не чіпайте їх, доки розмовляєте з близькими. Виняток – терміновий дзвінок. В інших випадках пам'ятайте про правило сучасного молодіжного етикету – відсувати телефон якомога далі, чи то ділова зустріч, чи неформальне спілкування з друзями.

Не телефонуйте. Часи змінюються, і сьогодні телефонний дзвінок дедалі частіше асоціюється в людей із чимось неприємним. Через це в професійних колах діє негласне правило: не телефонувати, якщо питання не горить і його можна розв'язати листуванням. В іншому разі це буде розцінено як вторгнення в зону комфорту та на особисту територію. Навіть якщо про це не скажуть, висновки зроблять. Краще напишіть – так ви не дратуєте людину своїм

вторгненням і даєте їй час подумати над відповіддю, а не в легкій паніці відмовлятися, щоб нарешті відстали від неї. Звичайно, є робочі моменти, які вимагають негайного рішення, та нюанси, які простіше пояснити у слухавку, але це вже примітки до основного правила. Іноді потрібно елементарно нагадати про себе або систематично підганяти когось саме телефоном, а буває так, що це взагалі ваш основний робочий обов'язок.

Відповідайте на повідомлення. Візьміть за правило відповідати на всі повідомлення, якщо вони містять запитання або самі собою потребують зворотної реакції. Не має значення, кого це стосується: друзів, колег чи далеких знайомих. Немає часу відповісти докладно, а повідомлення вже прочитане? Пообіцяйте відповісти найближчим часом. Але не мовчіть.

Ще декілька простих правил: відрекомендовуйте друзів під час зустрічі з іншими. Классичне правило, яке залишається актуальним; витягайте навушники, коли спілкуєтесь з людьми; піклуйтеся про дівчат та поважайте чужі погляди.

Справжня культура поведінки не приходить тільки з підручників та книжок з етикету. Добре і сердечне ставлення до всіх людей, з якими доводиться спілкуватись у житті, – ось що найважливіше. Ввічливим, тактовним, делікатним може бути тільки той, хто завжди доброзичливий до людей, хто думає не тільки про себе, а й про інших. Таким чином, вміння красивого поводження завжди вважалося необхідним компонентом культури та є актуальним у сучасному світі.

ТЕМА 2. Історія виникнення етикету

Етикет є одним з яскраво виражених **феноменів культури**, що торкається всієї гами почуттів й емоцій людини, збагачує саме людське спілкування. Роль етикету в суспільстві завжди була дуже велика, що підтверджується його тривалою історичною й соціальною еволюцією, функціями в суспільстві, багатоплановою структурою, різноманітними видами й формами. На відміну від ритуалу, обрядові церемонії якого носять демонстративний характер, **етикет заснований на практичній суспільній доцільності.** Найважливішою особливістю етикету є й те, що він завжди підлеглий сформованій системі культурних цінностей. Прийняти **етикетні норми** – виходить, визнати себе членом даної соціальної групи або суспільства в цілому й підкоритися сформованим тут культурним цінностям.т Соціальна значимість етикету проявляється в тому, що він проявляє рівність і нерівність індивідів і груп, що склала в суспільстві соціальну ієрархію, демократизм або консерватизм соціальних відносин. Етикет дозволяє людям орієнтуватися в повторюваних соціокультурних ситуаціях (вітання, знайомства, поводження в громадських місцях і т. д.). Етикет проявляє й загальний культурний рівень людей (освіченість, вихованість, конформізм). Незважаючи на те, що норми етикету пов'язані з істотним обмеженням егоїзму окремого індивіда, більшістю вони сприймаються як належне. У цьому також проявляється своєрідність етикету, здатного впливати на свідомість людей, на їхні моральні орієнтири.

Найважливішою *соціальною функцією* етикету є попередження конфліктних ситуацій у міжособистісному спілкуванні. Тут етикет здатний зняти психологічну напруженість. У конфліктних ситуаціях (сімейні, міжособистісні конфлікти) норми етикету виконують функцію «синтона» («психологічного згладжування»). Тактовність, як знак поваги до конфліктуючої сторони, створює умови для цивілізованого вирішення конфлікту. Норми етикету допомагають людям знайти загальну мову, гідно поводитися в складних ситуаціях. Відмова від використання етикету погіршує відносини між людьми, веде до людських драм.

Історія виникнення та розвитку етикету

«Великий тлумачний словник сучасної української мови» подає таке визначення етикету: «Установлені норми поведінки і правила ввічливості в якому-небудь товаристві». Слово «етикет» дуже схоже на слово «етикетка». Вважається, що слово «етикет» французького походження і має два значення: «ярлик» («етикетка») і «церемоніал». Хоча, насправді, і до французів це слово прийшло з голландської мови, де воно спочатку означало кілочок, до якого прив'язували папірець з назвою товару, а пізніше – папірець з написом-етикеткою, яку ми і сьогодні бачимо щодня на всіх товарах. На основі значення «напис» розвинулось більш вузьке значення – **«церемоніал», тобто, правила поведінки.** Їх багато, і у різних народів вони неоднакові. **Слово «етикет» прижилось у багатьох мовах. Але в українській мові є свої слова-синоніми до цього слова, а саме:**

- ґречність,
- чемність,
- норми поведінки.

Перші згадки про ґречність сягають тисячолітніх глибин людської історії. У літературних текстах стародавнього Шумеру (сучасна територія Іраку та Ірану) було викладено перші моральні принципи, які, на думку шумерів, були надані людям богами. У правилах поведінки різних народів відображаються різні умови їхнього життя. Ось деякі приклади. З часів стародавнього Риму до нас прийшов звичай гостинності. У стародавньому Єгипті для міжнародних переговорів вперше почали призначати спеціальних людей – послів, а самі переговори проводилися в урочистій обстановці. До речі, в Єгипті вперше з'явився звичай замикати двері на ключ. Але тільки з того боку, де був замок. У стародавній Греції посли носили при собі спеціальні жезли Гермеса, до того ж, їм вручали інструкції з поведінки, що мали назву «дипломах». В античній Греції навчились відмикати замки, а ключі тоді були більше метра довжиною, і носили їх через плече. І здаля було видно, що йде людина, яка нікому не довіряє. У цій же країні біднякові жити за рахунок багатія не вважалось ганебним. Бідняк був у багатія на побігеньках, розважав його, а за це багатій давав йому харчі. Грецькою мовою слово «дармоїд» звучало так: «парасит», а згодом воно перетворилося у «паразит». Жителі скандинавських країн першими ввели до правил ґречної поведінки звичай надавати почесні місця жінкам і найбільш шанованим гостям. У стародавньому скандинавському епосі «Едда» детально розповідається про поведінку за обіднім столом, а правила проголошення тостів у цього народу були розроблені до дрібниць. За порушення етикету призначались штрафи. Перший посібник з ґречності було створено 1204 року іспанцем **Педро Альфонсо** і називався він «Дисципліна клерикаліс». У ньому викладалися правила поведінки за столом, прийому гостей, проведення бесіди. **В Україні перші писемні правила поведінки було викладено у «Поученнях дітям...» великим київським князем Володимиром Мономахом**. Він писав: «У домі своїм не лінуйтеся, а за всім дивіться… Ні питтю, ні їді не потурайте, ні спанню… Лжі бережіться… А куди підете і де станете, напоїте, нагодуйте, краще стороннього; а ще більше вшануйте гостя, звідки він до вас прийде. Недужого одвідайте, за мрецем ідіте, тому що всі ми смертні єсмо. І чоловіка не миніть, не привітавши, добре слово йому подайте».

Пам'ятаємо вислів: «розводити китайські церемонії»? Таких церемоній у стародавньому Китаї було близько 30 тисяч. Звичайно, їх роками вивчали тільки заможні люди, бо бідняки не могли гаяти час на їх засвоєння та дотримування. Так, колись при зустрічі китайці тиснули руки самі собі. А у більшості країн прийнято тиснути руки один одному. У південних країнах, де руки у людей вологі від поту, такі жести не популярні. Натомість, в африканських народів при зустрічах прийнято дарувати один одному гарбуза. Калмики, вітаючись у колишні часи, від щирого серця терлись носами. Лапландці, виявляючи повагу та шанобливість, крутили язиками на всі боки. Японців з дитинства привчають посміхатись, щоб нікому не псувати настрою своїм «кислим виглядом». Тому на обличчі японця завжди посмішка, і коли він пригнічений, і коли йому соромно чи боляче. Сьогодні в багатьох народів видобувати рештки їжі із зубів при людях вважається непристойним. Але не в Німеччині, де часто-густо можна побачити таку картину: ошатно одягнені люди після їжі «приводять у порядок» свої зуби

за допомогою зубочистки, і ніхто їх за це не засуджує. Або американці, які полюбляють сидіти, поклавши ноги на стіл. І це нікого не дивує, бо так допускається за їхніми правилами поведінки. Або ось які недоречності спостерігались колись у народів Кавказу. Одна і та ж людина могла з радістю приймати гостей у себе вдома, а потім пограбувати їх у дорозі. Велике значення в правилах ґречності надається словам. Придворний етикет мови був колись дуже вигадливим. Ось такий кумедний приклад. Наприкінці XIX століття в Англії директором Королівського політехнічного інституту був Джон Пеппер. Одного разу до інституту приїхала королева Вікторія. Вчений вирішив продемонструвати їй дослід, але при цьому боявся порушити придворний мовний етикет. Тому, пояснюючи дослід, сказав: «А зараз кисень та водень будуть мати честь з'єднатись перед лицем Вашої Величності».

Зі зміною умов життя багато правил, приписів ґречності зникають, натомість з'являються нові. Так, поряд з побутовим з'явився діловий етикет. І подібних прикладів можна навести безліч. Зрозуміло, що правила ґречності не є чимось назавжди усталеним, але всюди цінуються тактовність, чуйність, повага до звичаїв. Знання етикету – необхідна ознака вихованості.

Основні поняття про етикет

Сформовані норми моральності є результатом тривалого за часом процесу становлення взаємин між людьми. Без дотримання цих норм неможливі політичні, економічні, культурні відносини, тому що не можна існувати, не поважаючи один одного, не накладаючи на себе певних обмежень. **Сучасний етикет успадковує звичаї практично всіх народів від сивої давнини до наших днів.** В основі своєї ці правила поведінки є загальними, оскільки вони дотримуються представниками не тільки якогось даного суспільства, але і представниками всіляких соціально-політичних систем, що існують у сучасному світі. Народи кожної країни вносять в етикет свої виправлення і доповнення, обумовлені суспільним ладом країни, специфікою її історичної будови, національними традиціями і звичаями.

Перспективи розвитку етикету

У сучасному світі більше цінується не буквальне дотримання правил, а вміння застосувати їх до ситуації, за необхідності навіть порушувати деякі норми етикету. Етикетною може бути визнана поведінка, що передбачає можливість вибору. Навіть якщо ви працюєте в установі чи фірмі, де атмосера дуже проста, неформальна, вам знадобляться хороші манери. Дружнє, ввічливе ставлення до інших завжди є вагомим додатком до професійного іміджу співробітника і ціниться в будь-яких ситуаціях. Людина, що знає норми етикету, сприймає їх як систему морально-естетичних цінностей і дотримується їх у своєму повсякденному житті. Невміння відповідно поводити себе серед оточуючих, поважати, берегти і жаліти один одного в буденності призводить до напружень і конфліктів, нервових стресів, погіршення фізичного і психічного здоров'я, до зниження працездатності й життєвого тонусу. Вихованій людині притаманне почуття такту – вміння поводити себе за різних умов не лише відповідно до загальних правил поведінки, а й так, щоб задовольняти естетичним і етичним вимогам. Тактовна людина розуміє, коли може завдати іншій людині

неприємність, біль чи радість; розуміє потреби і переживання інших. Вона намагається попередити ситуації, що створюють незручність. Якщо правила етикету можна механічно завчити і вони стануть доброю звичкою, то такт вимагає вміння поставити себе на місце іншого. Вихованість має і велику індивідуальну значимість. Привітна, доброзичлива, тактовна людина, з приємними манерами, почуттям власної гідності і знанням правил пристойності (етичності) викликає позитивну реакцію оточуючих, їхню симпатію. Це допомагає їй швидше досягти контакту з людьми, формує комунікабельність, упевненість у собі, створює умови для досягнення психічного комфорту в сім'ї, серед друзів, на роботі. Головною умовою вихованості є знання загальноприйнятих норм і правил поведінки. У людини немає механізмів, які б одразу визначали її правильну поведінку серед людей, отже треба вчитись, переймати досвід, читати, аналізувати та робити висновки. Але знати етикет замало, треба вміти його використовувати. Кожен день нам доводиться виконувати багато простих дій: поступатись місцем, подавати те, що випадково впало, привітно вітатися, ввічливо вибачатися, вміло користуватися столовими приборами, допомагати старшим одягати пальто тощо. І навіть найпростіші з цих дій вимагають певних умінь. Тренування для відпрацювання правил етикету – це умова вихованості. Світ змінюється стрімко, тому можливі і зміни у правилах поведінки (в етикеті), але етикет завжди є актуальним.

ТЕМА 3. Етикет у побуті

Мовний етикет та етикетні формули

Етикет від початкового трактування означає манеру поводження. Під цим поняттям також слід розуміти правила ввічливості та субординації, які негласно прийняті у суспільстві. А **мовний етикет** об'єднує у собі й поведінку мовця, й культуру мовлення. *Основними вимогами культури мовлення є виявлення ввічливості, стриманості у виразах, пошани, такту, дотримання структури мовлення: вітання, вибачення, поради, співчуття, запрошення.* Це робить спілкування приємним, бажаним та культурним. Для кожної мови є своя система висловів, що називають **мовленнєвим етикетом.** Вона базується на словесному різнобарв'ї, якнайповніше репрезентуючи етнічну самобутність мови. Тобто – чим більше подібних виразів та їх варіацій – тим унікальніша мова. Знання й, щонайголовніше, розуміння правил культури мовлення виступає не тільки показником інтелігенції людини, а має безпосередній вплив на її розумовий розвиток, формування високої моралі, та, навіть, на сутність особистості. Особливо для практичної людини, засвоєння національного мовленнєвого етикету й вміння їм користуватися відповідно до ситуації є настійно необхідною навичкою. Ці сформовані багатовіковою історією норми моральності є результатом процесу становлення взаємин між людьми. Без їх дотримання неможливе існування культурних відносин у побутових ситуаціях, та у політичних й економічних відносинах між країнами.

Простими словами – **мовний етикет** є комплексом мовних засобів, що визначає еталон мовленнєвої поведінки, що сформувався історично у культурних верствах народу. Звичайно, це все потрібно для збереження честі й гідності людини у соціумі, наприклад, перед своїм співрозмовником. Варіативність теми й мети бесіди є практично безмежною, й до кожної із цих ситуацій є своя структура, що визначає чи є етикетною дана ситуація. Усі ситуативно-тематичні групи окремо установлюють поведінку щодо адресата мовлення, й різняться саме за семантичними та стилістичними ознаками. Й, звичайно, вибір та побудова *етикетної поведінки* залежить від таких визначальних факторів як: насамперед вік людини, соціальна роль та статус, культурно освітній рівень співрозмовника та соціальна дистанція між мовцем та адресатом мовлення, певна специфіка відносин у характерній ситуації спілкування. **Структура мовного етикету** властива усім культурним мовцям хоча б через те, що це закладається з дитинства. І такі елементи *комунікативних ситуацій як знайомство, привітання, звертання, запрошення, згода, відмова, прощання, подяка, порада, прохання, вибачення, побажання, поздоровлення, похвала, співчуття, комплімент тощо.* Серед цих елементів виділяють такі ситуації, які вживають при встановленні контакту між мовцями: *формули звертань і вітань; формули для підтримання контакту – формули прохання, подяки, вибачення і т.д.; формули для припинення контакту – формули прощання, побажання тощо*.

Вищеперелічені формули покликані репрезентувати культуру та ввічливість співрозмовників. Однак, треба розуміти, що закріпленість за певними ситуаціями висловів етикету покликало за собою установлення стійких

формул у спілкуванні, які також можна окреслити як типові, повторювані конструкції, тобто, кліше, що використовують безпосередньо до ситуації.

Далі логічно-послідовним вважаємо за необхідне навести приклади найбільш типових та розповсюджених *формул*:

1. Етикетні формули, які виражають вітання: «Доброго ранку!»; «Добрий день!»; «Добрий вечір!»; «Вітаю!». Також, як і до кожної із формул, до формул вітання є окресленні вимоги, що будуть відповідати етикетним нормам, як, наприклад: якщо Ви молодший, вітайтеся першим; незалежно від віку, статі, соціальної групи першою вітається особа, яка заходить до приміщення; вітаючись, коректно посміхайтесь, тримайте зі співрозмовником зоровий контакт, не тримайте руки у кишенях. З виключень, що належать до статі, належить також те, що у рукавичках собі може дозволити вітатися лише жінка; чоловік, незалежно від віку, статі, соціального статусу, вітає жінку першим (але руку першою подає жінка); згідно з нормами субординації, підлеглий має привітати свого керівника; вітаючись, треба добирати коректну формулу вітання, що доречна до ситуації; у гостях першою вітають господиню, потім господаря, а вже потім гостей тощо.

2. Етикетні одиниці звертання: мамо, тату, доню, сину, сестро, брате, бабусю, дідусю, пані, пане, панно, паничу, панове, добродію, добродійко, добродії, товаришу, товариство, друже, приятелю, подруго, колего…

3. Етикетні формули, що супроводжують знайомство: «Знайомтесь .... (представлення певної персони)»; «Я хочу представити Вам....(представлення певної персони)»; «Дозвольте познайомити, ...(представлення певної персони)»; «Маю честь відрекомендувати…. (представлення певної персони)» тощо.

4. Етикетні формули вибачення: «Вибачте»; «Пробачте»; «Даруйте»; «Прошу вибачення»; «Перепрошую» тощо.

5. Етикетні формули, що виражають прохання: «Будь ласка»; «Будьте ласкаві»; «Прошу Вас»; «Маю до Вас прохання…(вираження прохання)»; «Чи можу звернутися до Вас із проханням…(вираження прохання)» тощо.

6. Етикетні формули подяки: «Дякую!»; «Прийміть мою найщирішу подяку».

7. Конструкції побажання: «Будьте щасливі!»; «Щасливої дороги!»; «Успіхів Вам!»; «Нехай щастить!».

8. Етикетні формули згоди: «Так»; «Згоден»; «Домовилися»; «Ви маєте рацію»; «Безперечно»; «Безсумнівно»; «Безумовно»; «Ми в цьому переконані»; «Гаразд»; «Із задоволенням» тощо.

9. Етикетні формули заперечення: «Ні»; «Я не згоден»; «Це не точно»; «Ви не маєте рації»; «Ви помиляєтеся»; «Шкодую, але я мушу відмовитися»; «Про це не може бути й мови» тощо.

10. Етикетні формули прощання: «Прощавайте!»; «До зустрічі!»; «До побачення!»; «Бувай здоровий!».

Культура мовлення – це ціле мистецтво, що являє собою не тільки мовленнєвий етикет, а й володіння фонетичними, лексичними, синтаксичними морфологічними й стилістичними засобами у межах кодифікованих літературних норм. Мовлення повинно бути не тільки правильним, а й синтаксично багатим та різноманітним. Також, не треба забувати й про те, що

той хто дійсно володіє культурою мовлення має виділяти тон, що допускається для певної ситуації, вміти доречно себе поводити: вислухати промову співрозмовника, підтримати тему, відповідати пристойно та тримати тон. Сукупність усіх цих факторів являють собою основні вимоги культури усного спілкування.

Правила етикету у громадських місцях

Перш за все, необхідно зрозуміти, що **громадське місце** – це місце, де можуть перебувати інші люди, окрім вас. Тому, будь-де ви не знаходилися, будь-яка дія, яка впливає на оточуючих, може бути визначена культурною або некультурною. Наприклад, коли ви перебуваєте в громадському транспорті, в кінотеатрі, в лікарні, ви знаходитесь в громадському місці. Тому важливо пам'ятати про свої дії і слідкувати за тим, як вони можуть вплинути на оточуючих.

Що некультурно робити в громадському місці

В громадських місцях існують певні правила поведінки, які слід дотримувати, щоб підтримувати рівень нашого суспільства. Існує кілька речей, які можна вважати некультурними в громадському місці. Ось декілька з них:

- Гучно розмовляти по телефону або з іншими людьми, особливо якщо ви перебиваєте інших.
- Неввічливо вести себе зі службовим персоналом, таким як офіціанти, продавці, бібліотекарі, водії тощо. Завжди слід пам'ятати, що вони працюють і намагаються надати вам якісний сервіс.
- Забруднювати або руйнувати громадські місця, такі як парки, площі, музеї або туалети.
- Не дотримуватися правил поведінки в громадських місцях, таких як заборона куріння, викидання сміття, створення надмірного галасу та штовханина тощо.
- Використовувати образливу мову або поводитися нешанобливо з іншими людьми, особливо з тими, які відрізняються від вас за расою, національністю, статевою орієнтацією тощо.
- Забувати про гігієну та чистоту. Слід завжди дотримуватися особистої гігієни та дбати про чистоту у громадських місцях.
- Ці дії можуть заважати іншим людям, порушувати громадський порядок і створювати негативне враження про вас. Тому важливо пам'ятати про інших людей та дотримуватися правил поведінки в громадських місцях.

Вихована людина знає, що:

- не можна заважати іншим, галасувати, здіймати шум;
- категорично заборонено смітити, плювати;
- необхідно прикривати рот, якщо ти чхаєш, кашляєш, позіхаєш;
- не варто приваблювати увагу оточуючих надто гучними розмовами, сміхом;
- потрібно бути ввічливим, уважним до людей з особливими потребами;
- тримати та нести свої речі у натовпі так, щоб не заважати іншим;
- потрібно обов'язково перепросити, якщо ненароком когось зачепиш, штовхнеш тощо;
- треба говорити так, щоб тебе чули всі учасники розмови;
- до співрозмовника стій обличчям;

- бережи насадження та громадське майно.

Таким чином, можна сказати, що культурна поведінка в громадських місцях є дуже важливою для збереження належної атмосфери та створення комфортного середовища для всіх присутніх. Важливо дотримуватися правил етикету та поводитися відповідально та уважно, враховуючи потреби та права інших людей. Знання правил культурної поведінки в громадських місцях є важливою складовою соціальної компетентності та допомагає зберігати гармонію та спокій у громаді.

Правила етикету для подорожуючих

Подорожувати – це завжди класно. Під час подорожі ти відпочиваєш, розширюєш свій кругозір, набираєшся позитивної енергії, знайомишся з новими людьми. Подорож завжди пройде гарно, якщо ти заздалегідь її добре сплануєш та будеш дотримуватися певних правил етикету під час поїздки.

Не забувай про етикет під час перельоту чи подорожі автобусом

Не відкидай спинку крісла без попередження. Не забувай, що ти їдеш в автобусі або летиш у літаку не сама і своїми діями можеш спричинити дискомфорт іншим пасажирам. Просто ввічливо спитай, чи можеш ти відкинути спинку крісла й на який градус. Старайся не приносити на борт їжу з вираженим запахом. Не створюй черги при посадці та висадці, а також обережно складай ручну поклажу, щоб нікого не зачепити.

Дотримуйся місцевих правил і норм

Перш ніж відправитись в іншу країну, виділи деякий час, щоб вивчити такі важливі речі, як місцеві звичаї, закони та етикет. Це стосується не тільки правил в'їзду в країну, а й місцевих традицій, жестів, правил, що стосуються зовнішнього вигляду, поведінки й так далі.

Готельний етикет

Завжди стався до персоналу готелю з повагою та ввічливістю. Будь доброзичливою під час спілкування з працівниками, щиро оцінюй їхні послуги та зусилля, не соромся давати щедрі чайові. Старайся не вимагати від персоналу готелю необґрунтованих вимог, із серії: «На фотографіях в номері були штори іншого кольору» чи щось в цьому дусі.

Не бери те, що не є безкоштовним

Цей пункт також стосується готельного етикету. Зупиняючись у готельному комплексі, ти отримуєш доступ до певних зручностей. Тобі слід пам'ятати про те, щоб не брати нічого, що не було запропоновано як додаткова послуга. Такі речі, як рушники, халати, подушки, ковдри належать готелю та надаються для твоєї зручності. Забирати їх додому не можна і це вважатиметься крадіжкою. Натомість ти можеш уточнити в адміністрації, що є безкоштовним, наприклад, це можуть бути пакетики з шампунем та кондиціонером, чайні пакетики, шматочки мила тощо

Не сміти та дбайливо стався до навколишнього середовища

Мабуть, це очевидні речі, але ніколи не буде зайвим нагадати. Як відповідальна туристка старайся не смітити та підтримувати довкілля в чистоті. Насправді це має бути одним із твоїх пріоритетів. Бажано використовувати контейнер або багаторазовий мішок для зберігання сміття або належним чином

викидати його в призначені для цього контейнери. Віддавай перевагу екологічно чистим продуктам, які можна повторно використовувати або тим, які легко розкладаються. Також не намагайся вивозити з країни природні матеріали й дбайливо стався до пам'яток архітектури.

Поняття про «святковий» етикет

Правила етикету за столом

- Якщо ви прийшли в гості, не поспішайте одразу ж сідати за стіл. Зачекайте, поки господиня запросить вас, можливо, вам запропонують попередньо визначене місце. Якщо цього не відбувається, можете самі делікатно уточнити, де вам краще сісти.
- Немає потреби вітатися з кожним присутнім гостем, ви цілком можете обмежитися загальним привітанням, не забувши окремо привітатися з господарем і господинею.
- Небажано сідати надто близько або надто далеко від стола. Вам буде незручно брати страви і їсти.
- За столом треба сидіти випроставшись і злегка спираючись на спинку крісла. У жодному випадку не можна розгойдуватися на стільці. Крім того, що це має неестетичний вигляд, ви можете поламати меблі і навіть впасти.
- Ще з дитинства всім відомо, що класти лікті на стіл некультурно. Краще покладіть руки на коліна, згідно з **правилами етикету** на столі можуть знаходитися тільки кисті рук.
- Не варто також надмірно активно жестикулювати, адже ви можете ненароком зачепити сусіда, розлити вино на скатертину або розбити тарілку. Щоб не дратувати оточуючих, не стукайте пальцями по столі, не бавтеся столовими приборами чи склянками.
- Не тягніться за бажаною стравою, сільничкою чи соусом через весь стіл. Ви ризикуєте забруднити одяг або перевернути на скатертину вміст тарілки чи келиха. Краще попросіть сусіда або офіціанта подати вам те, що потрібно.
- Не розмовляйте з повним ротом. Навіть якщо запитання співбесідника застало вас зненацька, прожуйте їжу до кінця, а потім продовжуйте розмову. Це не буде неповагою, на відміну від намагання відповісти з напханим ротом.
- Щоб не забруднити одяг, ви можете покласти на коліна розгорнуту серветку. Після їжі її кладуть на стіл в розгорнутому вигляді справа від тарілки. Не витирайте серветкою обличчя, достатньо просто промакнути вуста.

Як ввічливо поводитися та спілкуватися

- У ресторані чи в гостях поводьтеся природно і невимушено, але не вульгарно. Не варто привертати до себе увагу надмірно галасливою манерою розмовляти чи надто гучним сміхом. Не потрібно впадати і в іншу крайність і сидіти тихо, наче мишка, не приймаючи участі в загальній розмові.
- Коли розмовляєте з сусідом по столу, намагайтеся не повертатися спиною до іншого сусіда. Не прийнято кричати через увесь стіл, навіть якщо ви дуже хочете поговорити з давнім другом чи колишніми однокласником. Ви можете поспілкуватися пізніше, коли всі встануть з-за столу.

- Не накладайте страву в тарілку сусіда без його/її дозволу. Не змушуйте когось з'їсти «ну хоча б маленький шматочок», навіть якщо, на вашу думку, це найсмачніша закуска, з усіх, які ви куштували.
- Не змушуйте когось пити алкоголь, мотивуючи горезвісним «ти мене не поважаєш», «ти не підтримуєш компанію». Якщо людина не бажає перехилити іще одну чарчину горілки чи келих вина – це її особиста справа. Якщо ви самі не хочете більше пити, просто ввічливо відмовтеся, не варто прикривати келих рукою чи серветкою. Ви також не зобов'язані пояснювати причину відмови.
- Стіл – місце виключно для страв, а не сторонніх речей. Не кладіть свій мобільний телефон поруч з тарілкою на стіл, і не відволікайтесь на повідомлення під час вечері та розмови. А свою сумочку, якщо для неї немає спеціально відведеного місця, найкраще поставити на стілець за своєю спиною.

Як виголошувати тости

Багато святкувань, особливо весілля, дні народження та ювілеї не обходяться без тостів і побажань від гостей. Щоб ваш тост мав успіх, дотримуйтеся декількох простих **правил**.

- Будьте лаконічними. Не варто сильно затягувати тост, розповідати довгі історії з минулого. Гостям просто стане нудно і вони з нетерпінням чекатимуть, коли ви нарешті дозволите їм перехилити чарку і продовжити святкування.
- Говоріть виразно, емоційно, дивлячись в очі «винуватцям святкування». Усміхайтеся, будьте дотепними і доброзичливими. Уникайте висловлювань, які можуть зачепити чиєсь самолюбство, глузливих і неделікатних фраз.
- Якщо ви достатньо впевнені в собі, можете розповісти цікаву історію, свіжий анекдот, використати влучний афоризм. Не варто переповідати давно відомі банальні тости, анекдоти і вірші. Краще щиро привітайте іменинника своїми словами.
- Якщо красномовство вас підводить, або ви хвилюєтеся – обмежтесь декількома простими і позитивними побажаннями, або, по можливості, підготуйте тост завчасно.
- Коли хтось інший попросив уваги і виголошує тост, відкладіть прибори і припиніть їсти, не намагайтеся щось непомітно жувати – це вияв неповаги і пряме порушення **правил етикету**.

Як правильно брати їжу та куштувати страви

- Пам'ятайте, що страву з загальної тарілки не можна набирати власною ложкою чи виделкою, скористайтеся прибором, який для цього призначений.
- Споживаючи перші страви, потрібно набирати в ложку стільки рідини, щоб вона не розливалася під час їжі. Не потрібно дмухати в тарілку або на ложку, краще трохи зачекати, поки страва охолоне.
- **Етикет** дозволяє їсти руками хліб та птицю.
- Хліб кладуть на тарілку і відламують від нього невеликі шматочки, не прийнято тримати в руці цілий кусень. Також, не слід збирати залишки соусу чи першої страви шматочком хліба.

- М’ясні страви їдять за допомогою ножа та виделки, відрізуючи невеликі шматочки. Виделку тримають у лівій руці, а ніж у правій.
- Рибу не прийнято різати ножем, ним можна тільки допомогти собі відокремити кісточки.
- Котлети, голубці, пельмені і інші схожі страви їдять виделкою, не ріжте їх ножем.
- Салати теж їдять виделкою, ножем можна розрізати листки салату або великі шматки.
- Сіль із сільнички потрібно брати спеціальною ложечкою або чистим ножем.
- Цукор-рафінад беруть спеціальними щипчиками, або якщо їх немає – просто руками.

Чого категорично не можна робити

- Починати їсти, до того, як страву принесуть усім гостям. Винятком є великі банкети, тоді варто дочекатися, коли їжу подадуть тільки тим людям, які знаходяться поблизу вас.
- Нюхати принесені страви.
- Їсти з відкритим ротом, голосно сьорбати та причмокувати.
- Їсти з ножа, колупатися в зубах виделкою, у таких випадках краще скористайтеся зубочисткою.
- Критикувати приготовані страви, якщо ви запрошені в гості додому.
- Робити комусь зауваження щодо поведінки за столом.
- Витирати руки скатертиною.
- Дівчатам і жінкам – розчісуватися або поправляти макіяж за столом. Це краще зробити у вбиральні ресторану або у ванній кімнаті.
- Запалювати цигарку, не запитавши дозволу у сусідів за столом або господині дому.

Більшість наведених вище правил етикету є актуальними не тільки в Україні, але й усьому світі. Втім, потрапивши до іншої країни, радимо ознайомитися з місцевими правилами, що допоможуть вам уникнути незручних ситуацій. Правил етикету варто дотримуватися не лише у ресторанах чи в гостях, де на вас можуть звернути увагу багато людей. Навіть коли ви вдома, поряд зі своїми близькими, намагайтеся поводитися культурно, будьте охайними та вихованими. Завжди подумайте про те, чи комфортно поряд з вами іншим людям, чи не створюєте ви незручностей і яке враження справляєте. Будьте ввічливими і дотримуйтесь основних правил етикету, тоді людям буде приємно перебувати з вами.

ТЕМА 4. Діловий етикет

Як ми вже вище визначили, *етикет* – це сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, манери, стиль одягу тощо).

Попри універсальний характер етикету є певні особливості його прояву в сім'ї, в громадських місцях, на роботі тощо.

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

Важливими складовими ділового етикету є:

- офіційні та протокольні форми привітання та представлення;
- подарунки в ділових відношеннях;
- етикет національних символів;
- візитна картка;
- діловий одяг;
- етикет в рекламі та ін.

Основою етикетних норм є: дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, уміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, уміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу чи авторитет та ін.

Діловий етикет потрібно розглядати в єдності з етикою, оскільки лише за такої умови його використання є плідним, бо сприяє ефективній взаємодії керівника з підлеглими, співробітників між собою, працівників будь-якої установи з клієнтами.

Різновидом ділового етикету є *службовий етикет.*

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

Дотримання правил і вимог службового етикету є обов'язковим для всіх, адже це сприяє створенню сприятливого морально-психологічного клімату для людей, під впливом якого формується гарний настрій людини. Гарний настрій впливає на здоров'я людини, на продуктивність її праці. Не випадково великі фірми та корпорації створюють власні Кодекси честі, в яких передбачено норми взаємин та правила службового етикету.

Головним показником і водночас основною сферою реалізації етичності, моральної культури спілкування є актуальні стосунки між людьми. Нині існує чимало збірок конкретних настанов і рекомендацій щодо практичної організації міжособистісних стосунків. Класичним взірцем подібної літератури є популярні книжки Д. Карнегі. Його нерідко (і не безпідставно) звинувачують у надмірному практицизмі, маніпулюванні людською моральною свідомістю. Однак деякі правила, запропоновані ним, безперечно, варті уваги: «Щиро цікавтесь іншими людьми», «посміхайтеся», «будьте хорошим слухачем», «ніколи не кажіть людині, що вона не має рації», «не використовуйте наказний тон», «дайте людям

відчути їх значущість і робіть це щиро» та ін. У людських стосунках слід розмежовувати два поняття культури: як способу організації взаємодії людей і морального змісту цієї взаємодії, стосунків. Інакше кажучи, зовнішньої і внутрішньої культури. *Зовнішня культура* не має всезагального характеру. Особливості поведінки людей в різних країнах і різних сферах діяльності можуть мати й допускають відмінності. Культура внутрішньосімейних стосунків відрізняється від культури міжнародних відносин, правил поведінки в армії та від правил хорошого тону у світському суспільстві. Однак широкі ділові зв'язки потребують унормованості стосунків партнерів, яка виявляється через дотримання норм ділового етикету.

Приписи етикету з'явились у сиву давнину як розумні форми спілкування людей. Та й досі є істинним твердження: якщо люди перестануть чинити за встановленими правилами взаємодії, вони втратять людську подобу. На думку англійського філософа Ф. Бекона, подібність мавпи до людини робить її потворною (маючи на увазі ті вчинки людини, котрі є аморальними). Зводи правил поведінки існували ще в Давньому Єгипті у вигляді «Інструкції з поведінки» (2350 р. до н.е.). У давньокитайського мислителя Конфуція центральне поняття «жень» («гуманність») характеризує закон стосунків людей у суспільстві і мету морального вдосконалення. У відповідності до цього стосунки людей повинні визначатись мудрістю, вірністю обов'язку. Він сформулював також «золоте правило»: «Чого не бажаєш собі, того не роби іншим людям» та етикетні правила спілкування: плати добром за добро і справедливістю за зло; спочатку пізнай себе; поважай і люби старших за себе за віком і суспільним становищем; строго дотримуйся існуючих сімейних і суспільних відносин; турбуйся про молодших та ін. У «Повчанні» великого князя київського Володимира Мономаха викладені оригінальні морально-етичні правила стосунків людей у державі. На основі власного життєвого досвіду він закликав ставити державні інтереси вище особистих бажань та образ. Роздумуючи про милість Бога, вчив пам'ятати про убогих та слабких, поважати старих і менших, не думати про накопичення багатств та скарбів, оберігати від клятвопорушення та неправди, гордині й лінощів, пияцтва та інших пороків. Закликав до любові, турботи про бідних, сиріт і вдів, захисту їх від сильних світу цього. Різко виступав з осудженням князівських усобиць, вбивств, викликаних боротьбою князів за владу, заповідав берегти мир і злагоду як основні принципи поведінки в єдності з добром та красою. Аристотель вважав, що існує три правила привітності: 1) як люди звертаються до всіх і вітають їх; 2) як приходять на допомогу тим, хто того потребує; 3) як приймають гостей.

Термін «етикет» означає форму, манеру поведінки, сукупність формальних правил ввічливості, що регулюють зовнішні прояви людських стосунків (поводження з людьми, формули звертання, вітання, вибачення, подяки, поведінка в місцях загального користування, манери, одяг тощо).

Вимоги сучасного етикету складались протягом багатьох століть історії цивілізації і є результатом досвіду багатьох поколінь. У своїй основі вони є

міжнародними, оскільки їх дотримуються більш чи менш однаково у всіх країнах. Водночас етикет кожної країни має свої доволі суттєві особливості, що зумовлено історичними, національними, релігійними та іншими традиціями і звичаями. Культура *службового спілкування* включає низку спільних моментів – правил службового етикету. Так, невміння вести службову розмову, невміння етично поводитися на роботі, крім втрати часу багатьох людей, приносить багато неприємних моментів, зокрема, ризики бути неправильно зрозумілим, створення психологічної напруженості і навіть нервові зриви в колег та громадян. Щоб уникнути подібних ексцесів, непотрібно особливих зусиль. Достатньо дотримуватись на роботі хоча й формальних, але обов'язкових вимог: ввічливий тон розмови, лаконізм викладу інформації, чіткі висновки, роз'яснення, уникнення категоричного, адміністративного тону. *Етикет* – це зовнішній прояв внутрішньої дисципліни людей, прагнення до порядку та порядності. Дисципліна вимагає засвоєння і виконання правил культури поведінки. Водночас, у культурі поведінки знаходять своє вираження багато конкретних вимог дисципліни. Тому в житті категорії дисципліни і культури поведінки важко розрізнити. У чому проявляється недисциплінованість? У відсутності точності і обов'язковості, у грубощах, недостатній повазі до оточуючих тощо. І, навпаки, дисциплінована людина не дозволить собі грубощів і нетактовності, будь-яке завдання, доручення, обіцянку вона виконає в строк, без нагадувань.

Етикет у собі поєднує формальні правила поведінки у визначених ситуаціях та здоровий глузд, раціональність і доцільність тієї чи іншої дії. Практичне значення етикету полягає в тому, що він дає людям можливість без особливих зусиль використовувати вже готові форми загальноприйнятої ввічливості для спілкування з різними групами людей і на різних рівнях. Етикет встановлює, хто і кого шанує (на початку, всередині контакту); хто і як закінчує комунікацію; якими повинні бути зовнішні манери людини (як дзеркало її внутрішнього «Я», її моральності). У недавній нашій історії траплялися часи цілковитого нехтування будь-якими правилами етикету як начебто буржуазним або феодально-аристократичним пережитком, що приховує нещирість, відсутність реальної поваги до людини. Наслідком такого презирливого відкидання етикету незмінно виявлялося поширення грубості, а то й відвертого хамства, що не було випадковим. Далеко не всі здавалося б формальні засади етикету мають суто конвенційний (умовний) характер, інколи за ними стоїть досить глибокий зміст морального плану. Так, рукостискання з'явилось як знак неозброєності, взаємної довіри; цокатися келихами люди почали аби засвідчити відсутність у них отрути. Глибоке розуміння суті людини зумовлює різницю звертання до неї на «Ви» і на «Ти». Звертаючись на «Ви», ми підкреслюємо цим свою повагу до людини, її свободу вибору (вона може бути і такою, як зараз, і іншою). А коли ми говоримо «Ти» малознайомій людині чи своєму колезі в діловій обстановці, то тим само вербально «приковуємо» їх до себе; наче перетворюємо їх на своєрідний об'єкт, річ.

Діловий етикет – це певні відносини, правила, які забезпечують найвищу ефективність у виконанні професійних функцій у сфері певної діяльності. Етикет ділових відносин складає зовнішню сторону ділового спілкування. Більшість правил загальногромадянського та дипломатичного етикету ідентичні або тією чи іншою мірою співпадають. Однак великого значення набуває суворе дотримання правил етикету в колі *дипломатичних та офіційних осіб*. Представники ділових кіл (підприємці, державні службовці, ділові люди тощо) повинні не тільки добре знати **правила ділового етикету**, а й неухильно дотримуватись їх у своїй практичній діяльності. Це допомагає їм досягти дійсного успіху, зростати в кар'єрі, засвідчувати свій професійний рівень, порядність.

В офіційній, діловій сфері діє міжнародний принцип переваги рангів, тобто ставлення до персони визначається насамперед її рангом, посадою, котру ця особа обіймає. *Старшинство в діловому етикеті розподіляється так: старший за рангом, категорією, посадою; старший за віком; статеві відмінності не підкреслюються і не демонструються.* У діловій сфері на вас передусім дивляться як на особу, що обіймає певну посаду і рахуються насамперед з вашими діловими якостями (здоровий глузд, порядність, успішне ведення справ тощо). Вік та стать – це не козирі в ділових стосунках, вони не замінять досвіду та здібностей. Діловий етикет передбачає, що «на рівних» ви маєте право спілкуватись лише з тими, з ким стоїте на одній «драбинці» ієрархії в діловій сфері (наприклад, керівник управління однієї державної структури може надіслати поздоровлення чи співчуття керівникові управління іншої державної структури, але не офіційній особі, що має статус вищої, ніж він, категорії). Державні службовці незалежно від категорії посад і відповідного рангу, крім своїх прямих обов'язків, повинні мати чітке уявлення про дипломатичний та діловий протокол (які регламентують порядок зустрічей і проводів, ведення розмов і переговорів, організації прийомів, оформлення ділового листування тощо), дотримуватись цих правил. Негідну поведінку стосовно себе може пробачити приватна особа, але не може допустити посадова особа, тому що вона представляє не лише і не стільки себе, скільки свою установу, фірму, організацію. Відступаючи від загальновизнаних правил ділового етикету чи порушуючи їх, ділова людина завдає збитків престижу, честі, гідності всієї організації, установи, її керівників, а не лише окремій посадовій особі, що працює в цій установі, організації. У діловій сфері немає «чоловічого» та «жіночого» ділового етикету, а є дві форми поведінки – *ділова та дружня.* Тому жінка не повинна вимагати до себе особливого ставлення і не приймати ті знаки уваги, на які може розраховувати у світському та приватному житті. Однак ознакою хорошого тону є демонстрування як чоловіками, так і жінками гарних манер та вихованості, уміння допомогти один одному. Якщо ділова людина має постійно гарні манери й демонструє їх повсюдно, то це викликає довіру до неї, її поведінку можна передбачити, з нею безпечно, вона є стабільною, її поведінка відповідає очікуванням інших людей.

За порушення правил ділового етикету немає ніякої офіційної, адміністративної, кримінальної відповідальності, але є громадська думка, сприймання конкретної особи іншими людьми (знає правила етикету чи ні, поважає інших і себе чи ні, толерантна чи ні тощо).

Діловий етикет, як і інші різновиди етикету, побудований на певних принципах:

1. Принцип розумного егоїзму (виконуючи свої функціональні обов'язки, не слід заважати іншим виконувати свої).

2. Принцип позитивності: якщо не можеш сказати щось позитивне чи приємне іншій особі, то краще промовчати (свої побажання змінити щось на краще можна висловити в м'якій, консультативній формі – поради, побажання, рекомендації).

3. Принцип передбачуваності поведінки в різних ділових ситуаціях (ділова людина не лише знає правила ділового етикету, але й дотримується їх: є пунктуальною, обов'язковою, знає, як і кого привітати, уміє провести ділову бесіду тощо).

4. Принцип доцільності: певні правила діють у певний час, у певному місці, з певними людьми (універсальної книги рецептів немає. Однак загально прийнято до 12 години дня вітатись «Доброго ранку», а після 12 – «Добрий день». «Вагова категорія одягу» повинна відповідати «ваговій категорії» випадку, ділової зустрічі. Ціна, якість і стиль одягу повинні максимально відповідати зустрічі, оточенню, контексту і меті заходу).

5. У ділових стосунках існує низка «умовно заборонених» тем для неформальних бесід, з яких не варто зав'язувати гострі дискусії, обговорювати або ж недоречно розпитувати. Це: а) релігійні переконання та демонстрація релігійних атрибутів (релігійні розбіжності, протистояння, конфлікти одні із найгостріших в історії людства); б) політичні уподобання та прихильності; в) аспекти особистого, приватного життя (стосунки в сім'ї, з родичами – досить делікатна тема); г) заробітна плата, достаток, фінансові проблеми; д) стан здоров'я власний та інших осіб (репутація вічного скаржника непродуктивна для спілкування; діловий світ вважає, що хвора людина є неповноцінною для сумісних контактів); е) зовнішність інших людей (особливо за їх відсутності).

Найчастіше темами для встановлення емоційних контактів, знайомства, подолання розбіжностей є: мистецтво (театр, вернісажі, живопис, кіно, музика), подорожі, нові книги та публікації, хобі, країнознавча інформація, спорт, погода тощо. Щоб бути професіоналом своєї справи, діловій людині треба дбати не лише про свої ділові якості, а й про розвиток і збагачення свого розуму, інтелекту, бути напоготові до сприйняття нового.

Складовою ділового етикету є діловий протокол. Він регламентує порядок ділових зустрічей і контактів, прийомів; зустрічей і проводів делегації; проведення бесід, переговорів; ведення ділового листування; телефонної розмови. **Діловий етикет вимагає від державного службовця хороших манер. Манери** (від фр.maniere – прийом, образ дії) – це спосіб тримати себе в стосунках

з іншими, зовнішня форма поведінки, культура мовлення (характерні вирази, тон, інтонація), індивідуальні жести, міміка, манера вдягатись. **Moveton** як погані манери (звичка голосно говорити, відкрита недоброзичливість, розв'язні жести і поведінка, непристойні вирази, роздратування, невміння стримувати себе, нетактовність, нав'язування своєї думки, неохайність в одязі) створюють незручності для оточуючих і роблять неможливим вільне й невимушене спілкування між людьми. **Хороші манери (bonton)** – це форма повсякденного вираження скромності і стриманості людини, уважності, тактовності, делікатності, вміння контролювати себе.

Ділове спілкування являє собою тип спілкування, метою якого є взаємообмін інформацією між існуючими або потенційними партнерами. Під час ділового спілкування вирішуються важливі питання, ставляться і досягаються цілі, купуються особистісні та ділові якості. Щоб краще все це розуміти, потрібно розібратися в тому, які існують **види ділового спілкування.**

Прямі й непрямі

Всі види ділового спілкування ділять на дві групи: прямі і непрямі. Під прямим розуміється спілкування, яке відбувається безпосередньо між партнерами, яких не поділяють просторові і тимчасові перепони. Це може бути ділова бесіда, переговори. Під непрямим мається на увазі контакт, який здійснюється за допомогою технічних засобів (телефону, інтернету). Досвід показує, що по можливості потрібно прагнути до прямого спілкування, так як воно вважається найрезультативнішим для досягнення будь-якої мети. Все ж живе спілкування, коли співрозмовники бачать одне одного, не зрівняється ні з чим іншим.

Вербальне і невербальне

Існують такі види ділового спілкування, як вербальне і невербальне. Вербальне – це спілкування за допомогою слів, невербальне – це спілкування за допомогою жестів, міміки, поз. Невербальний портрет людини можна складе по тому, які пози він вибирає для ведення розмови, як він дивиться на свого співрозмовника і з якою інтонацією він вимовляє ту чи іншу інформацію. Технологія ділового спілкування може здійснюватися за допомогою різних способів і форм спілкування.

<u>Види ділового спілкування:</u>

Ділова нарада

Тут мається на увазі таке ділове спілкування, коли весь колектив підприємства або фірми збирається разом для того, щоб обговорити насущні проблеми або прийняти спільне рішення.

Публічний виступ

Цей вид ділового спілкування є в якійсь мірі продовженням попереднього. Це тут випадок, коли одна людина доносить яку інформацію своїм колегам чи іншої групи осіб. Виступаючий повинен чітко розуміти те, про що він говорить, а його виступ має бути зрозуміло публіці.

Ділова бесіда

Це такий вид ділового спілкування, при якому відбувається обмін інформацією з якої-небудь, найбільш важливою в даний момент темі. Наприклад, сюди

відноситься обговоренням співробітниками підприємства робочих процесів. Під час ділової бесіди необов'язково повинне виноситися рішення.

Ділові переговори

На відміну від попереднього виду спілкування, кінцевим результатом переговорів є знаходження самого правильного рішення і його ухвалення. Ділові переговори мають конкретну чітку спрямованість, підсумком яких може стати підписання важливих контрактів і угод.

Суперечка

Під час ділового спілкування без спору обійтися дається не завжди. Найчастіше, тільки завдяки зіткненню інтересів і відстоювання учасниками своїх позицій вдається прийти до якогось рішення. Але й іноді саме суперечка заважає його прийняти.

Ділове листування

Це непрямий спосіб ділового спілкування, за допомогою якого інформацію передається за допомогою листа. Наприклад, сюди можна віднести письмові накази та запити. Ділове листування може здійснюватися і шляхом відправлення електронних листів, що істотно заощаджує час. Розрізняють дві форми ділового листування: діловий лист (відправляється однією організацією на ім'я іншої) і приватне офіційний лист (відправляється приватною особою від імені організації іншій приватній особі).

Говорячи про діловому спілкуванні, слід згадати і його основні фази

Фази ділового спілкування

- Підготовка до спілкування.
- Фаза спілкування (входження в контакт).
- Концентрація уваги (на якійсь проблемі або особливості).
- Підтримання уваги.
- Аргументація і переконання (на випадок, якщо думки співрозмовників розходяться).
- Фіксація результату (закінчити розмову в потрібний момент).

Принципи ділового етикету

- *принцип стійкості першого враження* – у перші хвилини спілкування необхідно скласти позитивне враження про себе;
- *принцип передбачуваності поведінки в різних бізнес-ситуаціях*. Якщо ви знаєте правила етикету і дотримуєтесь їх цим ви говорите оточуючим: «Я надійний і постійний, я завжди додержуюсь своїх зобов'язань і знаю, як себе вести»;
- *принцип «безстатевого товариства»*. На роботі немає ні чоловіків ні жінок, є тільки статусні відмінності. Це значить, що базисні правила громадянського етикету не переносяться на роботу;
- *принцип доречності:* певні правила в певний час, у певному місці, з певними людьми;
- *принцип наявності «емоційного» інтелекту* як показника рівня успіху;
- *принцип позитивності* – ви повинні позитивно ставитись до колег і клієнтів, якщо вам нема чого сказати позитивного, краще мовчати;

- *принцип розумного егоїзму* – виконуючи свої робочі функції, не заважайте іншим виконувати свої.

Службовий етикет охоплює правила й ритуали поведінки людини у процесі виконання службових обов'язків. Більшість його правил є неписаними, не зафіксованими у певному регламенті, але їх слід неухильно дотримуватися. Змістом таких правил є невимушене, доброзичливе, уважне повсякденне ставлення до інших, незалежно від їх посад чи службового становища, увага до жінок, повага до старших. Існують загальні і специфічні правила етикету у ділових відносинах. Загальні правила етикету використовують у процесі службової діяльності і поза її межами. Це правила знайомств і відрекомендувань, вітань і прощань, використання титулів співрозмовників, вживання окремих слів тощо, які прийняті у суспільстві. Специфічні правила ділового етикету – це прийняті тільки у діловому спілкуванні форми звернень і привітань, правила проведення бесід і переговорів, прощання після ділового спілкування дають змогу зберегти гідність його учасників, зручність і невимушеність у відносинах між ними.

Правила звернень і привітань. Професіонал, до якого завітав відвідувач, повинен встати з-за робочого столу, відповісти на привітання й запропонувати йому сісти (як правило, за приставний стіл). Якщо прийшов знайомий, необхідно привітатися з ним за руку, вийшовши з-за робочого столу. При першому візиті рукостискання необов'язкове. Тільки після того, як відвідувач сів, можна сісти хазяїну кабінету. Якщо прогнозується довірлива розмова, бажано сісти напроти відвідувача за приставний стіл. В інших ситуаціях можна розмовляти, перебуваючи на звичному робочому місці. При спілкуванні з групою відвідувачів потрібно вийти з-за робочого столу, обмінятися рукостисканнями, запросити сісти за стіл для нарад, а самому сісти на його чолі після того, як розмістяться гості. Приймаючи візитера, бажано мати його дані: прізвище, ім'я, по батькові, місце роботи, посаду, їх має повідомити секретар до приходу відвідувача. Якщо секретар не володіє такою інформацією, то візитер після привітання повинен відрекомендуватися, при цьому бажано вручити візитку. Вручення візитки у відповідь необов'язкове, оскільки відвідувач знає, до кого він прийшов. Якщо візитерів кілька, вони відрекомендовуються, як правило, починаючи зі старших за віком чи посадою (вручення візиток прибулими теж бажане). У практиці ділового спілкування використовують кілька форм звернень до візитера: на ім'я й по батькові, «пан» або «пані» без згадування прізвища, «пан» або «пані» зі згадуванням прізвища або титулу. Наприклад, «пані Іваненко», «пане професоре», «пане директоре» тощо. До відвідувача приблизно однакового віку можна звертатися на ім'я з використанням слів «пан», «пані» («пане Петре», «пані Ірино»). Недоречне звертання на «ти» навіть до особи молодшого віку, крім випадків близького знайомства з відвідувачем. Однак при цьому й відвідувач має право звертатися до хазяїна кабінету на «ти». Іноді керівник, звертаючись до всіх на «ти», намагається заробити репутацію «свого хлопця», але така манера для багатьох людей є свідченням невихованості. Якщо він звертається до одних підлеглих на «ти», а до інших – на «ви», то виникає враження, що у нього є наближені, і це призводить до негативних наслідків.

Часто звертання до всіх на «ти» спричиняє зниження вимогливості, панібратство. Займенник «ви» є свідченням не тільки культури спілкування, а й способом підтримання службової дистанції.

Правила проведення бесід і переговорів. Якщо переговори відбуваються в кабінеті керівника, то до нього першими заходять гості, потім учасники переговорів від сторони, яка їх приймає. Якщо вони відбуваються у спеціально відведеній кімнаті, то до неї спершу заходять керівник делегації сторони, яка приймає, та його помічник (або особа, відповідальна за організацію переговорів), потім гості, а за ними – інші члени делегації господарів. Знайомство (якщо в цьому є потреба) розпочинають з керівників делегацій. Спершу представляють керівника делегації господарів, потім йому – керівника делегації гостей. Відтак відбувається взаємне представлення учасників. У кімнату для переговорів у верхньому одязі не заходять. Для цього необхідно заздалегідь підготувати спеціальне приміщення (якщо його немає). Недалеко від нього повинна бути туалетна кімната. Під час переговорів учасникам слід сидіти спокійно, без зайвих рухів. Не варто придивлятися до меблів, картин, інших предметів, розміщених у кабінеті, виглядати у вікно. Переговори проводять керівники делегацій, почергово висловлюючи свої погляди щодо обговорюваної проблеми. За необхідності вони апелюють до учасників делегацій або надають їм слово. Після закінчення переговорів делегації висловлюють взаємну повагу і задоволення від спілкування. Особа, відповідальна за організацію переговорів від сторони, яка приймає, повинна провести гостей до кімнати, в якій вони залишили одяг, а після цього – до виходу з будівлі.

Правила прощання з відвідувачами. Ініціює прощання, як правило, візитер. Приймаючий повинен встати після того, як встав відвідувач, збираючись прощатися. Можна обмежитися фразами: «До побачення. Приємно було з вами познайомитися» або супроводити ці фрази рукостисканням, вийшовши з-за столу.

Дотримання вимог культури ділового спілкування природно демонструє загальну культуру, вихованість учасників спілкування, є запорукою його ефективності.

Етикет, з одного боку, полегшує спілкування і взаєморозуміння між людьми, з іншого – зберігає гідність кожної особистості, сприяє гуманізації людських стосунків.

Важливість і необхідність етикету для кожної сучасної людини стала результатом розвитку і вдосконалення людських стосунків протягом багатьох століть, а також усвідомлення людством значущості кожної окремої особистості й необхідності для неї співіснувати із собі подібними.

ТЕМА 5. Особливості етикету працівників сфери побуту

Професійна поведінка, етикетні норми

Професіоналізм – це інтегральна психологічна характеристика людини праці, яка відображає рівень і характер оволодіння людиною професією, яка означає, що людина виконує свою трудову діяльність на високому рівні. Професіоналізм включає високі результати праці, ефективне виконання професійної діяльності при взаємодії з іншими людьми, наявність професійно важливих якостей особистості. Тому поняття «професіоналізму» охоплює три сторони праці: професійну діяльність, професійне спілкування, особистість професіонала.

Сучасний тип праці вимагає такого професіоналізму, в основу якого покладено системне навчання до початку роботи і вміння маніпулювати символами, яке необхідне у дослідній, конструкторській діяльності і програмуванні. Така професійна кваліфікація вимагає трирівневої освіти: професійного навчання, формального навчання (школа) і культурної освіти. Причому остання повинна стати базовою і підготувати людину адекватно функціонувати в її соціальному і культурному оточенні.

Через підготовку людини до професійної діяльності виявляються її здібності, нахили, які потім реалізуються у суспільній практиці. У цьому процесі важливу роль відіграють всі ступені професіоналізації людини – від її професійної орієнтації до розподілу робочих місць на виробництві.

Професіоналізм як здатність людини до виконання доцільної діяльності, перетворюючої світ, не можна розуміти вузько – лише тільки з точки зору володіння певною майстерністю. Потрібен ширший підхід, який включав би духовно-моральнісні характеристики людини, без яких неможливе найбільш ефективне виконання професійної діяльності. Недарма у суспільній думці виникли такі поняття як професійна честь і гідність. Моральна суть людини набуває вияву у створюваних речах через майстерність. Остання поєднана з гідністю. І чим вища професійна майстерність людини, тим сильніше розвинуте в неї почуття гідності. Справжній професіоналізм також передбачає відповідальність працівника. Професіоналізм включає і ставлення працівника до ефективності власної діяльності. Орієнтація на ефективність означає, що працівник бачить смисл діяльності у підвищенні результативності своєї професійної праці.

Професіоналізм – необхідна умова самореалізації людини в суспільстві, але тільки його недостатньо. Професіоналізм людини спирається і на інші сутнісні риси людини.т Сучасний професіонал повинен творчо мислити, самостійно вирішувати складні проблеми в конкретному виді діяльності. Крім того, йому необхідно у відповідності до змін виробництва удосконалювати свою кваліфікацію, адаптуючись до нових знань, техніки і технологій. Системне підвищення кваліфікації стає обов'язковою умовою успішної роботи будь-якої людини, зайнятої професійною діяльністю.

Професіоналізм передбачає формування інтелекту, що розуміють у даному випадку як здатність до вирішення нових завдань, здатність до

отримання нового знання. Інтелектуальна культура, по-перше, передбачає, що для інтелектуальної діяльності необхідний певний запас знань. Особлива роль у необхідному, обов'язковому пласті знань відводиться саме професійним знанням.

Отже, інтелектуальний розвиток включає в себе і професійну компетентність. Причому грань тут достатньо умовна. Оскільки творчість, вміння знаходити принципово нові рішення вимагають широкої ерудиції, володіння знаннями з різних галузей, то тут постає проблема відбору інформації. По-друге, важливим є наявність культури мислення, без якої не може сьогодні реалізувати себе жоден професіонал у будь-якій сфері діяльності. Таким чином, професіоналізм пов'язаний і з освітою. Здатність людини до праці залежить від рівня і якості загальних і професійних знань. Саме ці показники визначають інтелектуальний потенціал робітників і спеціалістів. Знання законів розвитку природи і суспільства, широкий світогляд, який формується в людини з перших кроків її життя, але особливо в процесі освіти, створює основу творчості на виробництві, в усій суспільно-корисній діяльності. Проте пряма механічна залежність між рівнем загальноосвітньої підготовки і професіоналізмом не завжди показова. Освіта створює основу професіоналізму, але останній не зводиться тільки до першого. Професіоналізм формується, в кінцевому рахунку, всім стилем життя людини, він істотно залежить і від особистісних рис людини.

Особливо тісно професіоналізм пов'язаний із моральною сферою життя людини, насамперед *трудовою мораллю та етикетними нормами.* Трудову мораль означуємо як систему норм і оцінок, які регулюють поведінку людини у сфері праці. У даній якості трудова мораль виступає однією із складових трудової мотивації. Вона має надзвичайне значення у професійній діяльності людини. Особистість, підготовлена в моральному відношенні до реальної професійної діяльності, легше адаптується до її нових умов. Конкретні *вияви трудової моралі* різноманітні:

- міра поширення трудових порушень трудової дисципліни;
- ставлення до якості продукції;
- структура потреб, що задовольняються працею;
- співвідношення старанності і ініціативності в структурі основних характеристик особистості працівника;
- відносини «керівництво – підпорядкування» у процесі трудової діяльності та ін.

Культура спілкування з клієнтом

Просування товару на ринок є одним з найважливіших обов'язків менеджера, працівника сфери побуту. Для того щоб успішно здійснювати його продаж, працівник повинен розробляти стратегію спілкування та взаємодії з клієнтами. Для цього йому необхідно відповісти на такі запитання: «Що я знаю про клієнта? Які у нього потреби? Яка інформація допоможе краще задовольнити потреби клієнта? Як клієнт оцінює організацію та її товар, її сильні та слабкі сторони? Як можна закріпити відданість клієнта своїй організації і завдяки цьому

збільшити прибуток? У чому конкуренти досягли більших успіхів і за рахунок чого?» Відповіді на ці запитання багато в чому залежать від знань про психологічну природу клієнтів та вміння спілкуватися з ними.

Актуальність цієї проблеми зумовила появу нової концепції управління маркетингом – *маркетингу стосунків*, який передбачає спрямованість маркетингової діяльності організації на встановлення довгострокових, конструктивних взаємин з потенційними клієнтами. Таким чином, крім дослідження ринку, планування, стимулювання збуту з'являється ще одна важлива функція – взаємодія з клієнтом.

З літератури відомо, що в багатьох сферах бізнесу 80-90% доходу формують постійні клієнти. І тому завдання кожної організації – утримати насамперед постійних клієнтів і, звичайно, залучити до співробітництва нових. «Клієнти – це джерело життя для корпорації, і їх треба поважати, як землю, за те, що вона – джерело життя» – зазначав Шмінке Дон у своїй книзі «7 принципів Древніх Самураїв або Кодекс керівника». За оцінками американських спеціалістів, лише 40% поразок у бізнесі припадають на неправильну оцінку ринку та конкуренцію, а причиною 60% є неправильна взаємодія з клієнтами, неврахування того, що їм потрібно і саме зараз, і яку ціну вони готові заплатити.

До основних форм спілкування фахівців з клієнтами відносять:

- опитування різних груп населення, телемаркетинг;
- створення так званих «фокус-груп» з числа постійних клієнтів, з якими обговорюються проблеми, що стоять перед фірмою, та можливі шляхи їх вирішення;
- проведення конференцій, презентацій тощо;
- персональне спілкування з клієнтами.

Саме остання форма спілкування приваблює клієнтів найбільше і дає більш надійну інформацію для організації. Наприклад, американська компанія «Професіонал Ексгібітс Графікс» щомісяця надсилає від 300 до 400 контрольних листів клієнтам. Потім одному відсотку з них телефонує особисто топ-менеджер цієї компанії, вислуховує їх побажання. Як правило, до 95% з цих побажань клієнтів задовольняються. Менеджер переконаний у тому, що варто витрати свій дорогоцінний час на таке спілкування, бо повернення або ощасливлення клієнта принесе величезні дивіденди для компанії.

Використовуючи названі та інші форми спілкування менеджери отримують інформацію про потреби клієнта, мотивацію його звернення до їхньої організації; рівень задоволеності очікувань клієнта; поведінку клієнта до і після купівлі продукту та ін.; думку про різні аспекти діяльності організації (асортимент послуг, цінову політику, зручність розташування філій тощо). Оскільки основою дій клієнтів є певний мотив, то й дослідження менеджер повинен починати з вивчення мотивів поведінки клієнтів.

Оцінка клієнтом роботи організації, подальше співробітництво з нею залежать від того, як результати взаємодії з її працівниками збігаються з його попередніми очікуваннями. Обслуговування, яке не відповідає очікуванням, людина найімовірніше назве «поганим». *Обслуговування клієнтів* – це особливе явище, яке значною мірою стосується сфери почуттів. Його не можна виміряти як звичайну річ, його зразок не можна показати покупцеві, до нього не можна

доторкнутися. Той самий сервіс по-різному сприймається людьми, навіть одного культурного рівня. Водночас той самий сервіс сприймається по-різному тією самою людиною залежно від її настрою в момент отримання послуги. Та структура, зазначають відомі спеціалісти з маркетингу, при побудові якої не були прийняті до уваги почуття людей, що повинні приводити її в дію, навряд чи зможе виконати ту роль, якої від неї чекають.

Проведені дослідження свідчать, що, наприклад, рівень повторної купівлі банківської послуги для клієнта, який отримав задоволення від стосунків з банком, становить 92%, у тих, що мають незадоволення, але його не афішували, – 78%. Якщо клієнт звернувся до банку зі скаргою і має задоволення від отриманої відповіді, то рівень повторної купівлі для нього дорівнює 91%, у разі незадоволення від відповіді рівень впаде до 46%. З цього видно, що через незадоволеність діями менеджера клієнти можуть перейти на обслуговування до іншої організації. За даними англійських соціологів, 81% незадоволених клієнтів, з якими менеджери банку розглядали конфліктні ситуації, залишилися задоволеними навіть тоді, коли питання було вирішене не на їхню користь. Але вони позитивно оцінили ту увагу, яку було виявлено до них.

Втрата клієнтів є небезпекою для будь-якої організації, тому що створює їй антирекламу. За результатами американських досліджень 70% опитаних респондентів (понад 3000 осіб) змінили магазин, в якому обслуговувалися, через те, що з ними погано поводилися продавці та менеджери. Отже, клієнт виявляє задоволення спілкуванням з організацією тільки тоді, коли воно відбувається в умовах психологічного комфорту і він отримує позитивні емоції. Бажано пам’ятати, що людина на 90 відсотків приймає рішення про купівлю на рівні емоцій і лише на 10 відсотків – на рівні свідомого розрахунку, логіки.

Є деякі прийоми, які психологи рекомендують використовувати в роботі з клієнтами при продажу їм свого продукту. Серед них такі, що сприяють створенню у людини доброго настрою і стимулюють не тільки купівлю конкретного товару, а й до продовження взаємин. Для цього слід частіше посміхатися, дивитися клієнту в очі, називати його по імені, виявляти до нього свою увагу, повагу та симпатію, свою доброзичливість та добрий настрій, говорити з тією ж швидкістю та в тому ж голосовому регістрі, що й він, поводитись спокійно і невимушено, мати охайний вигляд.

Взаємодія між учасниками продажу-купівлі відбувається, зазвичай, у вигляді переговорів. При цьому важливим є ставлення клієнта до організації та до її менеджерів. Відомо, якщо є до них довіра, рішення про купівлю приймається швидше.

Колишній віце-президент з маркетингу компанії IBM Ф. Роджерс пише: «Мати справу з компанією, яка не зорієнтована на клієнта, – це втрачений час і нерви. Ви це відчуваєте, якщо телефонуєте в компанію і ще не встигли представитися та привітатися, а вам кажуть: «Заждіть». У приймальній офісу Вас вилають за те, що Ви своїм запитанням заважаєте приватній бесіді, і відішлють шукати якогось працівника на іншому кінці коридору чи на інші поверхи, конкретно не кажучи, де саме. Повз Вас пройде десяток працівників, але жоден не запропонує допомогу. Якщо Ви помилилися, то тут з Вами будуть розмовляти

так, начебто Ви їх пограбували. Якщо працівник не відповідає на телефонні дзвінки та на листи, якщо в останню хвилину і без поважних причин відміняє зустріч або спізнюється, то яку думку про цю компанію матиме клієнт? Він не буде впевненим, що тут своєчасно та якісно виконають його замовлення. І з такою компанією він ще раз навряд чи захоче мати справу».

Тому для ефективного спілкування з клієнтами необхідно, щоб працівники сфери побуту, сфери обслуговування були тактовними та ввічливими, а найголовніше – точними у виконанні своєї обіцянки. Не можна демонструвати клієнтові свою надмірну зайнятість, безперервно розмовляючи по телефону, весь час виходячи в інші кабінети тощо. Якщо призначено зустріч, то не можна на неї запізнюватися. Якщо прийнято якесь рішення, то його треба дотримуватися. На всі телефонні дзвінки та листи необхідно давати обов'язкову, своєчасну і вичерпну відповідь. Звичайно, такі вимоги стосуються як працівників організації, так і клієнтів. Якщо таке ставлення буде з обох сторін, то й взаємини будуть приємними для кожної з них.

У відомих фірмах світу формується така лінія поведінки працівників, щоб, вступаючи у контакт з клієнтом, вони усвідомлювали себе єдиним у його очах представником компанії і при цьому знали, що від їхньої поведінки і від того, яке залишилося у клієнта про них враження, залежатиме його думка про організацію в цілому. Основне правило – дати зрозуміти кожному клієнту, що його цінують незалежно від обсягів коштів на його рахунку. Роздратування та неприязнь, які викличуть у клієнта байдуже ставлення до нього з боку окремого працівника, можуть призвести до втрати вигідного клієнта. До того ж один невдоволений клієнт передає своє незадоволення в середньому дев'ятьом іншим, а вони, в свою чергу, ще іншим.

Відомий автор американських економічних бестселерів Пол Хокен вважає, що менеджер до продажу свого продукту повинен ставитися як до улюбленого дерева, турботливо вирощуючи, підживлюючи його, даючи йому світло та тепло. Тоді дерево принесе плоди і почне давати добрий врожай. Але не слід при цьому забувати, що довкола ростуть дерева, які належать іншим людям. І якщо на вирощування плодів доводиться витрачати 40% коштів та фізичних зусиль, то, щоб продати продукт своєї праці з вигодою для себе, тобто на спілкування з клієнтами, треба витратити 60% коштів та зусиль. *Продаж – це спілкування між людьми,* під час якого кожна сторона враховує свої інтереси, відіграє певну роль, використовує свої можливості і докладає зусиль, щоб умови проведеної операції були для неї вигідними.

Вербальні та невербальні засоби етикету ділового спілкування

Вербальне ділове спілкування відбувається в межах кодексу кооперативності, партнерства, і воно буде більш ефективним тоді, коли співрозмовники дотримуються таких чотирьох правил:

1. Правило необхідності та достовірності інформації: говори не більше і не менше, ніж потрібно в цей момент, і лише тоді, коли у тебе є що сказати.

2. Правило якості інформації: намагайтеся узгоджувати свої висловлювання з істиною.

3. Правило відповідності: не відхиляйся від теми.

4. Правило стилю: висловлюйся зрозуміло і правильно.

Функціями невербального спілкування є:

- доповнення мовлення;
- заміна мовлення;
- репрезентація емоційних станів партнерів спілкування.

Дослідження доводять, що невербальні сигнали несуть у 5 разів більше інформації, ніж вербальні, і у випадку, якщо сигнали невідповідні, люди покладаються на невербальну інформацію, віддаючи перевагу їй, а не словесній. В якому вигляді легше сприймається догана – у письмовому чи усному? У письмовому. Бо в усному вигляді догана супроводжується ще й насупленим поглядом, грізними бровами, суворою поставою, інтонацією, голосом. Все це посилює негативний вплив на людину і пригнічує її. А в якому вигляді хотілося б сприймати подяку – у письмовому чи усному? В усному, бо вона супроводжується усмішкою, добрим поглядом, потиском руки, інтонацією тощо. І якщо раніше невербальній комунікації відводилася допоміжна, другорядна роль, то нині психологи вважають, що вміння читати невербальні сигнали є важливою умовою ефективного спілкування. Варто зауважити, що невербальна комунікація залежить також від типу ділової культури. Існують, звичайно, жести, експресивні сигнали, які майже однакові у всіх народів (усмішка, сердитий погляд, насуплені брови, хитання головою тощо). Водночас досить багато невербальних засобів, звичок, які прийняті лише однією нацією.

Невербальні засоби:

Кінетика (експресивно виразні рухи): поза; жест; міміка; хода; візуальний контакт; спрямованість руху; довжина паузи; чистота контакту. *Проксодика та екстралінгвістика*: інтонація; гучність; тембр; пауза; подих; сміх; плач; кашель. *Такесика*: рукостискання; поцілунок; поплескування. *Проксемика*: орієнтація; дистанція.

Людині, що відчуває тривогу, властиві швидкі, неспокійні рухи рук і ніг, тремтіння в кистях рук. Пригнічена людина рухається дуже повільно, немов кожен рух дається їй надзвичайно складно. Ще один важливий фактор – фізична дистанція, яку людина підтримує між собою й іншими людьми. Замкнута людина не відводить рук далеко від свого тіла і не піднімає голови. Ставлення людини до співрозмовника добре передає його поза. Якщо один співрозмовник тягнеться до іншого, ловить його погляд, робить скуті жести, то можна сказати, що підлеглий прилаштовується до свого начальника. Якщо людина намагається виглядати вищою за свого співрозмовника, споглядає на нього зверху, демонструє самовпевненість, то можна сказати, що вона грає роль покровителя. Якщо обидва співрозмовники (навіть незалежно від зросту, віку) тримаються спокійно, впевнено, демонструють повагу один до одного, вони прилаштовуються нарівні. Цікаво, що людина, яка з повагою ставиться до співрозмовника, повертається до нього всім тілом, а якщо не хоче його слухати, стоятиме напівобернувшись. Велику роль у спілкуванні відіграють очі та погляд людини. Саме завдяки їм встановлюється перший контакт між незнайомими людьми. Направленість погляду та його довжина, частота поглядів – все це має значення для співрозмовників. Неприємно розмовляти з людиною, яка не

дивиться на співрозмовника, весь час «відводить очі». А деякі люди під час переговорів навіть одягають темні окуляри, щоб очі не видавали їхніх справжніх думок. Якщо людина хоче досягти взаєморозуміння з іншими, вона дивиться їм в очі. Багато про характер людини говорить потиск руки, який може бути міцним, в'ялим, ніжним, довгим та ін. Потиск руки повинен бути коротким і досить енергійним – це традиційно чоловічий засіб вітання. Наші співвітчизники, які нині живуть та працюють у Сполучених Штатах Америки, розповідають, що одним з основних правил, які їм там довелося спеціально засвоювати, – правило завжди та у всіх випадках усміхатися. Але, дотримуючись американського принципу постійно усміхатися, не варто забувати про те, що усмішка повинна бути адекватною ситуації. Окрему систему – праксодику та екстралінгвістику – становлять невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізацій, інтонація, гучність, темп, тембр, тональність, а також вкраплення у голос – сміх, плач, покашлювання, дикція тощо. Завдяки таким особливостям голос людини неначе проникає у душу співрозмовника. Розповідають, що один італійський актор, перебуваючи на гастролях у Польщі, якось прочитав монолог. Слухачам здалося, що це був монолог страшного злочинця, який розкаюється у скоєному і щиро просить вибачення. На очах багатьох слухачів з'явилися сльози. Потім з'ясувалося, що актор не підготував запасного номера і просто італійською мовою вимовляв цифри від одиниці до сотні, але з різними інтонаціями і жестами. Високий тембр голосу стомлює і дратує. Небажано говорити дуже швидко або дуже повільно. Спеціалісти вважають, що середній темп мовлення повинен становити 100-120 слів на хвилину. Велике змістове навантаження мають паузи в мовленні. Цицерон зауважив; «найсильніший крик – у мовчанні». Рідко хто вміє спеціально використовувати паузу, тобто тягнути її так, щоб вона сама по собі впливала на інших. Проте найчастіше пауза є свідченням того, що думка відстає від мови, що людина не знає, про що сказати в певній ситуації. Особливою серед невербальних засобів є проксеміка, або система організації простору і часу спілкування. Автор проксеміки Е. Холл назвав її «просторовою психологією». Перша зона – інтимна (від 15 до 46 см), друга зона – так звана особиста (від 46 до 120 см, третя зона – соціальна (від 120 до 360 см), нарешті, четверта зона – громадська (понад 360 см). Варто зазначити, що люди, які проживають на густо заселеній території, під час спілкування знаходяться близько один від одного. У міських жителів особиста просторова оболонка становить 46 см, і саме на стільки сантиметрів вони відводять руку від тіла для потиску. Люди, які виросли в сільській місцевості, де щільність населення невисока, мають просторову оболонку до 1,2 м і саме на таку відстань подають руку, вітаючись. Проксеміка включає не тільки дистанцію, а й орієнтацію людей у просторі. За європейськими правилами етикету в кафе чи ресторані кращим є те місце, коли за спиною відвідувача знаходиться стіна. Це створює найбільший стан захищеності й комфорту. Психологами доведено, що у людини навіть підвищується серцебиття, якщо вона сидить спиною до відкритого простору. *Для того, щоб мати успішну професійну діяльність, фахівцю необхідно навчитися читати невербальні сигнали.* Вміючи це робити, працівник може про клієнта,

партнера, співробітника або про будь-яку іншу людину, яку бачить вперше, довідатися ще до того, як вона почне говорити.

Стандарти етикету у сфері побуту

Показники ефективності професіональної діяльності:

1. Результативні показники:
- ефективність, доцільність, відповідність результату поставленій меті;
- результативність (наявність результатів у вигляді змін в предметі праці, які відповідають стандарту в професії, стабільність високих результатів);
- оптимальність, досягнення найкращих результатів в даних умовах при мінімальній затраті часу і сил;
- постановка нових завдань, знаходження нестандартних технологій, професійна майстерність.

2. Процесуальні показники:
- різноманітність завдань професійної діяльності;
- використання новітніх, гнучких технологій;
- досконале володіння конкретним видом діяльності (спеціалізація);
- досконале володіння суміжними видами діяльності (універсалізація);
- володіння знаннями, вміннями і навичками на рівні вимог до певної кваліфікації, розряду, категорії (кваліфікація).

3. Показники професіонального спілкування:
- зростання результативності професійної діяльності при її колективному виконанні;
- оволодіння прийомами роботи «в команді»;
- проектування нового професійного середовища, створення нових форм ділового і творчого спілкування;
- забезпечення взаєморозуміння, взаємопізнання, взаємокорекції, в сумісній трудовій діяльності;
- раціональне розподілення функцій і ролей в спільній трудовій діяльності;
- безконфліктна співпраця з колегами;
- забезпечення позитивного психологічного клімату у професійній діяльності;
- дотримання професійної етики, норм спілкування, які прийняті в даному професійному середовищі.

4. Показники зрілості особистості:
- розуміння системи моральних цінностей, менталітету професії;
- здатність до накопичення і аналізу власного професійного досвіду;
- проектування себе як професіонала;
- максимальне використання людиною своїх можливостей;
- вироблення індивідуального стилю професійної діяльності;
- здатність підтримувати задоволеність працею;
- використовувати всі можливості для професійного вдосконалення.

Високі рівні сформованості у людини професіональної діяльності, професіонального спілкування, зрілості особистості створюють основу для розвитку різних видів професійної компетентності.

Професійна компетентність – це здатність людини розв'язувати певне коло професійних завдань. Професіоналізм складається із багатьох видів професійної компетентності. Вчені виділяють певні групи професійної компетентності, а саме: компетентність в професійній діяльності, компетентність в професійному спілкуванні і компетентність в реалізації особистості професіонала.

Види компетентності в професійній діяльності:

- спеціальна (знання своєї справи);
- технологічна;
- правова;
- економічна;
- суб'єктивна;
- професіологічна (поінформованість у світі професій).

Види компетентності в професійному спілкуванні:

- комунікативна, спілкувальна (здатність до співпраці);
- соціально-перцептивна (здатність до сприйняття іншої людини);
- діагностична (здатність до вивчення іншої людини);
- етична;
- емпатійна;
- міжкультурна, соціокультурна (терпимість до інших культур);
- конфліктна.

Види компетентності в розвитку особистості професіонала:

- індивідуальна, ауто психологічна (вміння вивчати себе);
- культурна (здатність до засвоєння культурних норм, які прийняті в даному суспільстві як еталонів для розвитку своєї особистості);
- рефлексивна.

Професійна етика формулює й обґрунтовує систему моральних норм і принципів, які діють у специфічних умовах взаємовідносин людей у сфері визначеної професії, враховуючи *очікування і запити* суспільства щодо певної професії, а також *окреслення меж* професійної діяльності та професійної компетенції.

Норми і принципи професійної етики, як правило, виносяться на широке обговорення громадськості. Процес публічної дискусії сприяє не лише реалізації принципів *відкритості і прозорості* професійної діяльності, формуванню *критеріїв оцінки* якості їх роботи, а також і виробленню *уніфікованого понятійного апарату* для всіх професій, зайнятих у сфері обслуговування, що сприяє створенню *єдиного смислового простору соціальної дії* і сприяє соціальній комунікації й порозумінню. Окреслення меж професійної діяльності і професійної компетенції працівника сфери побуту необхідно для того, щоб чітко

прописати його *повноваження* і *відповідальність* за ввірений йому обсяг роботи.

Професійна етика надає роз'яснення і рекомендації щодо формування моделей *мислення, діяльності і взаємодії* у професійній діяльності публічного службовця. Так складається світоглядна культура професіонала.

Професійна етика вирізняється:

- усвідомленою ретельною розробкою професійних етичних норм;
- побудовою системи взаємозалежних цінностей, принципів, норм, установок, зафіксованих в етичному кодексі;
- існуванням групи людей, які відповідають за підтримку і захист цих норм.

Етикет – це порядок проведення певної церемонії. Проте варто пам'ятати, що сучасний етикет це не тільки правила чітки прийому, а й уміння виробляти приємне враження своїм зовнішнім виглядом на оточуючих, манерою говорити і спілкуватися.

Сучасні напрями професійного етикету

У свой повсякденній роботі сучасні заклади прагнуть керуватися принципами етикету, який спрямований: • на створення сприятливого враження з першого погляду; • формування привітності, дружелюбності й ввічливості у всього персоналу; • поінформованості кожного працівника про всі складові процесу обслуговування.

У сучасних закладах сфери обслуговування в першу чергу необхідно дотримуватися основних принципів етикету обслуговування, для здійснення надання послуг на високому рівні. Вимоги до етичного спілкування зі споживачами: • підтримувати позитивний імідж закладу; • усно спілкуватися з гостями та партнерами, громадськістю; • володіти ораторською майстерністю; • володіти прийомами ведення переговорів з гостями; • дотримуватися правил ведення ділової переписки; • аналізувати і враховувати претензії і побажання гостей; • вирішувати конфліктні ситуації; • аналізувати і запобігати конфліктним сітуаціям; • володіти розмовною іноземною мовою (одною) для сфери обслуговування.

Отже можна зробити наступні висновки про **особливості етикету працівників сфери побуту**: етикет є важливою формою людського буття, умовою життєдіяльності людей, способом їх об'єднання; культура спілкування працівників сфери побуту охоплює етичну та психологічну культуру, відповідні знання, необхідні для взаємодії, вміння застосовувати їх у конкретних ситуаціях; високий рівень культури спілкування характеризується гуманістичними установками, в основі яких лежать гуманістична етика та гуманістична психологія; для успішного спілкування у сфері побуту треба створювати умови, які сприяли б самоактуалізації та самореалізації співрозмовників, їхній продуктивній співпраці.

ТЕМА 6. Етикет міжнародного спілкування

Міжнародний діловий етикет

Міжнародний діловий етикет – це сукупність узвичаєних правил і норм поведінки як в офіційній, так і в неофіційній обстановці. У попередніх розділах розглядалися норми ділового етикету. В цьому зупинимося на деяких особливостях знайомства, стилю одягу, правил розташування в автомобілях під час контактів з іноземними представниками. В епоху глобалізації завдяки широкій доступності певних товарів та ідей локальні культури змінюються і кордони між ними стають прозорішими. Завдяки розвитку транспортних засобів, економічних зв'язків та засобів комунікації відбувається процес інтеграції окремих етнічних культур в єдину світову культуру, тобто процес глобалізації культури. При цьому культура розглядається як сукупність ціннісних орієнтацій й поведінкових стереотипів, прийнятих у конкретній країні або групі країн і засвоєних більшістю. У між культурній комунікації вона виявляється у розширенні культурних контактів, запозиченні культурних цінностей та міграції людей з однієї культури в іншу. З огляду на це Організація Об'єднаних Націй, зокрема, проголосила 2001 рік Роком діалогу між культурами.

Кожний народ має свою національну культуру, її неповторність та оригінальність виявляються як в духовній (мова, література, музика, живопис, релігія), так і в матеріальній (особливості економічного укладу, ведення господарства, виробництва тощо) сферах життя та діяльності. Культурні, психологічні, національні особливості народу не можуть не позначатись на його діловій культурі, не можуть не впливати на культуру спілкування та взаємодії. Відмінності культур можуть бути досить істотними і стосуватися мови, правил етикету, стереотипів поведінки, використання певних засобів спілкування. Взаємодія з іноземними партнерами – це завжди зіткнення різних національних культур. Саме через неусвідомлення цього при контактах представників різних країн відбуваються непорозуміння, а іноді й конфлікти. На стадії реалізації контактів виявляються певні національні особливості, притаманні окремим народам. Ці особливості слід враховувати, готуючись до будь-яких переговорів з іноземцями, і відповідним чином коригувати свої дії. Так, характерним для поведінки представників різних країн під час переговорів відповідно до їхніх національних та психологічних особливостей є:

- **для *американців*** – прагнення обговорити не тільки загальні підходи, а й деталі, пов'язані з реалізацією домовленостей. Для них типовими є мажорний настрій, відкритість, енергійність, не дуже офіційна манера ведення переговорів. Водночас вони поводяться впевнено і прагнуть домінувати, вважаючи, що їхня позиція єдино правильна. Професіоналізм представників американських делегацій звичайно високий, і поводяться вони при прийнятті рішень відносно самостійно. Люблять приймати пакетні рішення, вміють торгуватися, виявляють настійливість у досягненні своїх цілей;
- **для *англійців*** – прагнення вирішити всі питання під час переговорів залежно від позиції партнерів. Тому вони мало уваги приділяють підготовці до переговорів, ставляться до розгляду питань досить гнучко, як правило,

позитивно реагують на пропозиції іншої сторони, намагаються уникати конфронтації;

- **для *французів*** – приділення уваги попереднім домовленостям та попередньому обговоренню проблем. Представники їхніх делегацій намагаються зберігати незалежність, але вони менш вільні при прийнятті рішень і пов'язані наданими їм інструкціями. Часто вибирають конфронтаційний стиль взаємин. Вони прагнуть використовувати французьку мову як офіційну під час переговорів;
- **для *німців*** – бажання вести переговори тільки тоді, коли впевнені у позитивному вирішенні проблеми. Вони докладно виробляють свою позицію, поетапно обговорюють питання. Німці дуже пунктуальні, дотримуються суворої регламентації поведінки. Для них мають значення статус, титули і звання людей, що беруть участь у переговорах;
- **для *китайців*** – чітке розмежування окремих етапів переговорів. Спочатку вони оцінюють зовнішній вигляд та поведінку партнерів, їхній статус. Намагаються з'ясувати позицію та можливості партнерів і тільки після цього висувають свої пропозиції, вміло використовують чужі помилки. Остаточні рішення приймають тільки після затвердження їх своїм керівництвом. Велику увагу приділяють виконанню досягнутих домовленостей, навіть використовуючи різні форми тиску;
- **для *японців*** – ввічливе ставлення до учасників спілкування, прагнення уникнути зіткнення позицій під час офіційних переговорів. Вони йдуть на поступки, якщо поступки робить й інша сторона. Приділяють велику увагу розвитку особистих взаємин з партнерами. Вони дотримуються точності та обов'язковості у всьому, підкреслено демонструють свою увагу, слухаючи співрозмовників (але це не означає, що вони з ними погоджуються). Особливістю є групова солідарність, вміння працювати в команді. Представники делегацій рішення самі не приймають, обов'язково його погоджують зі своїм керівництвом, на що витрачають багато часу;
- **для *представників арабських країн*** – увага до дрібниць, яким іноді інша сторона не приділяє уваги. Труднощі й конфлікти під час переговорів іноді виникають через їхню звичку торгуватися, а також тому, що вони побоюються, що їх можуть зневажати і ними хочуть керувати;

Ділова етика та культура у міжнародному бізнесі

Інтернаціоналізація економіки, перетворення її в єдину взаємозалежну систему – реальність XXI ст. Сьогодні вже близько 40% продукції виробляється спільними підприємствами.

Сильним імпульсом до цього послужило зміцнення контактів, прискорення темпу спілкування і комунікації. Бізнесменам, представникам різних професій усе частіше доводиться взаємодіяти з компаніями, зарубіжними колегами.

Для встановлення в майбутньому гармонійних відношень між Україною й іншими країнами, істотне значення буде мати поширення культури ділового спілкування, це дозволить налагодити інтелектуальні і ділові стосунки у сфері бізнесу. Культурна розмаїтість не зникне завтра. Увага до культурних коренів,

національних особливостей представників сфери бізнесу дозволяє побачити і точно прорахувати те, як партнери будуть реагувати на пропозиції. Більше того, можна передбачити їхнє ставлення, перебороти труднощі спілкування.

Міжнародний бізнес – діяльність, що пов'язана з багатьма проблемами. Особливо це стосується спільних підприємств. Крім практичних і технічних питань (вирішення яких знайти легко) на організаційному рівні часто доводиться стикатися з такими особливостями національної психології, поведінки, які становлять певні проблеми для менеджерів, бухгалтерів тощо. Навіть в одній країні існують компанії з різними корпоративними культурами. Наприклад, у японо-американському спільному підприємстві американців цікавить насамперед прибуток, японці ж стурбовані поділом сфер впливу. На що варто орієнтуватися в такому випадку? Виявляти національні особливості те саме, що ходити по мінному полю. Тут можна зустріти емоційних італійців, статечних німців, обачних американців і харизматичних японців. Крім того, у деяких країнах настільки сильні регіональні особливості, що національні риси відходять на другий план. Так, приміром, бізнесменам Мілану набагато легше спілкуватися з австрійцями і французами, ніж із сицилійцями.

На ставлення також впливають стереотипи, які часто є своєрідною «точкою відліку» при визначенні свого відношення до поведінки іноземного партнера. Для досягнення взаєморозуміння між представниками різних культур, слід навчитися розуміти інших, зважати на ці стереотипи. Не сприймати, наприклад, латиноамериканську непунктуальність, шведський педантизм і надмірну ввічливість японців як щось негативне, а намагатися оцінити їх поведінку з точки зору національної культури і традицій.

Національні особливості, традиції впливають на різні сторони ділових відносин і насамперед на їх стиль.

Напрацьовується досвід, формується стиль ведення ділових переговорів українськими представниками бізнесу. Які його відмінні риси? Можна сказати, що він значною мірою відбиває національні риси українського народу. Це – твердість у відстоюванні позиції, толерантність до іншої точки зору, такт і витримка, розважлива манера ведення переговорів, почуття гумору.

Звичайно, на результатах ділових переговорах часом позначається відсутність достатнього досвіду їх ведення. Одні підприємці, перебуваючи немов у стані гіпнозу від гаданої переваги західного партнера, не виявляють належної гнучкості і твердості у відстоюванні своїх інтересів. Інші, вважаючи себе неперевершеними бізнесменами, намагаються тиснути на партнера або просто обдурюють його. Невміння вислухати іншу сторону, особливо під час діалогу з більш досвідченими зарубіжними партнерами, незнання особливостей ведення ними переговорів, нерідко призводить до негативних результатів. Зарубіжні партнери побоюються вкладати кошти в нові підприємства, надавати кредити.

Ми не можемо не враховувати, що у розвинених країнах Заходу і Сходу, що мають великий досвід ведення переговорів, склалися специфічні

національні стилі. Як свідчать аналіз літератури, американський стиль ведення переговорів зазвичай відрізняє професіоналізм, енергійність. У той же час присутній надмірний натиск. Виявляючи щиру зацікавленість у переговорах, вони задають багато питань. До переговорів готуються старанно, цінують час і пунктуальність. Підкреслено дружелюбні та відкриті, але водночас впевнені у своїх перевагах. У ділових угодах зазвичай прагнуть до одержання «швидких» грошей.

Французи традиційно орієнтуються на логічні докази в дискусіях. Ведуть переговори досить жорстко. Практицизм підходу може сполучатися з притаманною французам експресією, певними прийомами переконання партнера. Галантні, скептичні і розважливі, хитромудрі і спритні французи у діловому житті надають велике значення особистим зв'язкам. Досконало вивчають усі аспекти пропозицій партнера. Звідси – уповільнений темп ведення переговорів.

Японці прагнуть уникати різких сутичок під час переговорів. Велику увагу приділяють розвитку особистих взаємин із партнером. Обережні й обачні під час обміну думками. Дуже точні щодо початку і тривалості переговорів, виконання прийнятих зобов'язань. Якщо впевнені в надійності партнера, йдуть на довгострокові угоди.

Японці стримані у прояві своїх почуттів. Посмішка або сміх – ознака прихильності. Рукостискання в Японії не прийняті. Прямий погляд вважається безтактністю.

Терпіння в Японії вважається однією з головних чеснот. Тиск під час переговорів не дає бажаного результату. У той же час надмірна ввічливість японця може бути своєрідним засобом, що притупляє пильність партнера. Так нерідко обводять навколо пальця партнерів, що занадто довіряють компліментам.

Із вищенаведеного стає очевидним, що українським бізнесменам варто знати і враховувати особливості стилю ділових переговорів зарубіжних партнерів. Мова йде не про копіювання, а про передбачення поведінки ділових партнерів, налагодження ефективного спілкування, порозуміння.

Наприклад, український підприємець звертається з діловою пропозицією щодо інвестиції у проект. Західний партнер відповідає: «Так, це гарний проект. По-моєму, у нього великі перспективи». Наш підприємець задоволений, доповідає керівництву, розповідає і запрошує взяти участь у проекті партнерів. Проте незабаром дізнається, що контракт не буде підписаний. Адже слова «мені подобається проект» – це лише оцінка, свого роду форма ввічливості. Для західного інвестора робота над проектом – це тривалий і трудомісткий процес.

Для українців, більш стриманих у прояві почуттів, здається верхом демократизму і ознакою довіри, коли під час першої зустрічі, американці, наприклад, всіляко виявляють дружнє ставлення. Однак при близькому знайомстві виявляється, що американський діловий світ жорстокий, а прояв почуттів і зовнішня ввічливості приховують лише внутрішню жорсткість.

Ділові переговори дають бажані результати, якщо здійснюються відповідно до міжнародних правил, вироблених досвідом багатьох країн і поколінь. Ці правила зафіксовані у формі *дипломатичного протоколу і міжнародного етикету.*

Норми дипломатичного протоколу загальновизнані й в усіх країнах більш-менш однакові, хоча кожна з них вносить свої поправки і доповнення, що випливають з її національних особливостей

Дипломатичний протокол – політичний інструмент дипломатії. Дотримання правил дипломатичного протоколу і міжнародного етикету важливе не тільки для дипломатів. Будь-який бізнесмен, який виїжджає в закордонне відрядження або приймає іноземних представників, повинен усвідомлювати, що відступ від узвичаєних правил може завдати шкоди економічним зв'язкам, іміджу фірми, керівника.

Етикет ділових прийомів. Види прийомів

Різновиди ділових прийомів

Досить часто ділові розмови відбуваються у неформальній обстановці (кафе, ресторані). Це вміння поєднувати рішення ділових питань з трапезою. Зазвичай виділяють діловий сніданок, обід, вечеря. Їх об'єднують деякі загальні принципи, застосовні у всіх трьох випадках, зокрема, загальноприйняті правила поведінки за столом. Однак кожна з цих форм ділового спілкування має і свої особливості.

Діловий сніданок – найбільш зручний час для зустрічей тих, хто напружено працює протягом дня. Тривалість – близько 45 хвилин. Не рекомендується зустрічі чоловіка і жінки.

Діловий обід дозволяє налагодити хороші відносини з партнерами, краще познайомитися з клієнтами. Опівдні людина активніше і розкутіше, ніж в 7-8 годин ранку. Тривалість ділового обіду суворо не регламентується і зазвичай становить одну-дві години, з яких до півгодини займає світська розмова, як правило, випереджає ділову бесіду.

Ділова вечеря носить більш офіційний характер, ніж сніданок або обід, і за ступенем регламентації наближається до прийому. Це визначає тип запрошень (письмові, а не телефонні), особливості одягу (костюм темних тонів). Тривалість ділової вечері дві години і більше.

Але часи змінюються, і звичайне застілля вже не в моді. Сьогодні існує близько десятка різних прийомів, причому, у кожного свої нюанси і правила, свою назву і свої вимоги до проведення. Раніше гостей просто звали до столу, тепер у запрошеннях в спеціальній графі вказується вид прийому. Вас можуть покликати на банкет, фуршет, коктейль, бранч і навіть на фондю! Що ж насправді криється за цими незвичними слуху словами і як не потрапити в халепу, збираючись відвідати той чи інший захід? Отже, прийоми підрозділяються на *денні та вечірні*, а також прийоми з розсадженням гостей за столи і без неї.

До денних прийомів відносяться сніданок і келих вина з сиром. Сніданок – найраніший захід, але не лякайтеся, вставати о шостій ранку не доведеться. Сніданок влаштовують опівдні або на годину дня. Тривалість сніданку – дві

години. Під час сніданку гостей розсаджують за стіл і подають дві холодні закуски, одне гаряче блюдо, чай або кава, фрукти, печиво, тістечко. Зі спиртного пропонують шампанське і сухе вино.

«Келих вина із сиром» – прийом, популярний ще з 70-х років минулого століття. Домінуюче блюдо тут, звичайно ж, – сир кімнатної температури і різних сортів. Сир доповнюють вино, овочі і фрукти. Ділова альтернатива цього прийому – «Келих шампанського» в 2 або в 3 години дня. Запрошеним роздають келихи з шампанським, пригощають маленькими тостами на шпажках, фруктами та солодощами. «Келих шампанського» організовується у зв'язку з відкриттям виставок, святкуванням річниці фірми або ж професійного успіху підприємства. Прийом проводиться стоячи, і від гостей очікують суворої, формальної поведінки. Випили шампанське, але не знаєте, куди поставити використаний келих? Пам'ятайте: буде великим порушенням, якщо ви свій використаний келих доставите на піднос офіціантові поруч з повними келихами, ще не розібраними. Потрібно дочекатися офіціанта з порожнім підносом або спеціальним візком для брудного посуду. Є варіант: якщо залишився тільки один келих, то правою рукою ви берете наповнений келих, а лівою ставите свій використаний. Але такий збіг буває дуже рідко, завжди залишається на підносі кілька келихів.

Ще один прийом – просто **«Келих вина».** Це теж офіційний вид прийому, він проводиться на годину, в два або в третій годині дня, стоячи. Офіціанти обносять присутніх вином, на підносах стоять келихи з білим і червоним вином, і присутні їх розбирають. Існує правило, якщо подають червоне вино, то потрібно подавати червону рибу, червоне м'ясо; до білого вина – білу рибу, біле м'ясо.

У період з 17.00 до 19.00 зазвичай проходить **«фуршет»**, що в перекладі з французької означає «на вилку». Фуршет проводять, щоб познайомити запрошених один з одним, дати можливість відновити старі контакти або ж домовитися про нові зустрічі. На фуршеті прийнято самообслуговування, можна виголошувати тости. У залі можуть бути кілька стільців або крісел, але їх зазвичай залишають для літніх людей. Перебуваючи на такому прийомі, слід пам'ятати декілька правил:

- підходити до столу слід тільки після запрошення або після того, як до столу пішли інші присутні;
- гості беруть тарілки зі столу, що стоїть на початку столу, і рухаються вздовж столу в одну сторону (щоб не заважати один одному), накладаючи на свою тарілку частування;
- нечемно перебувати біля столу з запаленою сигаретою;
- некрасиво накладати на тарілку всі пропоновані страви відразу.

Існує певний порядок частування:

- спочатку йде куштування рибних страв;
- риба і м'ясо не повинні бути на одній тарілці;
- слід брати рівно стільки, скільки можна з'їсти;
- закуски перекладають у тарілку загальним приладом, який знаходиться на блюді з даної закускою. Набравши частування, слід не забути покласти загальний прилад на місце;
- для десерту і солодких страв необхідно взяти чисті тарілки;

- чоловік може пригостити даму, принісши їй що-небудь з буфету. Дамі неприпустимо пригощати чоловіка.

«Фуршет» дуже схожий на **«коктейль»**: теж час проведення, ті ж умови і правила. Єдина відмінність – меню. На «коктейлях» подають більше напоїв, ніж закусок. І якщо на «фуршеті» вас можуть побалувати гарячим, то на «коктейлі» – ні. На відміну від фуршету, столи для коктейлів не накривати. У залі розставляють декілька невеликих столиків, на них розкладають сигарети, сірники, попільнички, ставлять паперові серветки у вазочках. Частування і напої подаються офіціантами на тацях. Замість вилок гості користуються спеціальними банкетними шпажками. Закінчують прийом подачею шампанського і кави.

Обід вважається найпочеснішим видом прийому. Столи ставлять у вигляді літери П або Т. Почесні місця організовують «обличчям» до вхідних дверей або, якщо це неможливо, до вікон, які виходять на вулицю. Столи накривають білими скатертинами і прикрашають квітами. Білі накрохмалені серветки кладуть на тарілочки для хліба. За обідом гостей розсаджують за столи та обслуговування, як правило, повністю роблять офіціанти. Вибір холодних закусок невеликий – тільки по одній рибній і м'ясній страві й овочеві салати. Після холодних закусок подають бульйон з грінками або суп, потім – яке-небудь м'ясне блюдо. З напоїв – охолоджену горілку або настоянку, до риби – сухе біле вино кімнатної температури, до м'яса – сухе червоне. Можуть бути дві гарячі страви, одне з них рибне, яке подають перед гарячим м'ясним блюдом з приготовленими по-різному овочами. До солодкого – шампанське. Сам обід закінчують десертом, а перед цим прибирають весь посуд, столові прилади і чарки, які були призначені для попередньої їжі.

«Обід-буфет» передбачає вільне розсадження за невеликими столами на 4-6 чоловік, які розставлені компактною групою. Схема розміщення столів припускає головний стіл з почесними гостями та господарем – організатором прийому. На прийомі «Обід-буфет» накривається фуршетний або буфетний стіл з закусками і стравами, буфет з напоями. Гості самі набирають собі закуски, вибирають напої і сідають за вільні столики за інтересами. Такого роду прийоми організовуються для творчої інтелігенції, після презентацій, відкриття виставок, переглядів фільму, завершення симпозіумів та наукових конференцій. Організаторам прийомів слід враховувати відому обставину, що трапеза за загальним столом сприяє офіційному об'єднанню, оскільки організація такого застілля передбачає «адміністративний», ранговий стиль спілкування, а прийоми фуршетного типу більш індивідуальні і демократичні: вони надають учасникам свободу спілкування. До таких прийомів відноситься і «Обід-буфет».

Вечеря відрізняється від обіду тільки тим, що починається пізніше 9 вечора. В особливо урочистих випадках (на честь глави іноземного уряду чи важливої делегації) влаштовують так званий «а ля фуршет». Початок о 20.00, частування як і на «фуршетах», «коктейлях», тільки різноманітніший асортимент. Одяг класичний, як і на обіді з вечерею. В останні роки популярно влаштовувати прийоми типу «жур-фікс». Керують прийомом дружини міністрів закордонних справ або дружини послів. «Жур-фікс» проводиться раз на тиждень

(у фіксований час) протягом усього сезону. Захід триває з 16.00 до 18.00. Найчастіше зустріч відбувається тільки в жіночому товаристві. Основне частування – чай з кондитерськими виробами. Одяг допускається повсякденний.

Ще одним цікавим заходом може стати **«бранч».** Слово «бранч» походить від двох англійських слів «breakfast» (сніданок) і «lunch» (обід) і позначає «прийом їжі між сніданком і обідом», який триває з 11.00 до 15.00, організовується у формі буфету, який у нас називається «шведським столом». «Бранч» вважається неформальним прийомом, на нього запрошують друзів з сім'ями, включаючи діточок. Бранч можна провести і в ресторані, і навіть на дачі. До столу подають яйця, бекон, сосиски, різноманітні салати, тушковане м'ясо, рибу, млинці, томати, приготовані на грилі, а також булочки, масло, сир. Пропонуються кава, чай, соки, прохолодні напої у великій кількості, іноді вино.

Шанувальники природи зустрічаються на **пікніках**, які проводяться в теплу пору року на відкритому повітрі. Страви готуються заздалегідь і доставляються на місце в кошиках і переносних холодильниках. Крім їжі, обов'язково беруть складні столи і стільці, великі парасолі від сонця. На пікнік можна запрошувати товаришів по службі та ділових партнерів з їх сім'ями, але кликати на таке «домашнє захід» вище начальство не рекомендується. З останніми краще зустрічатися в строгій обстановці.

Іншим різновидом домашніх прийомів є **«фондю».** Традиція запрошувати на «фондю» прийшла із засніженої Швейцарії, де вечорами в кожному будинку збиралися найближчі люди і їли смачний розтоплений сир.

Прийом **«Єдине блюдо»** стає зараз дуже модним. Можна запрошувати гостей на млинці, на солянку, на шашлики, на пельмені або будь-яке інше блюдо, яке добре виходить у господині. У такому випадку подається тільки це єдина страва. Можуть бути закуски, десерт, але страва залишається «цвяхом програми». Такий прийом не доставляє великих клопотів і звичайно всіх влаштовує. «Чарочка» є класичним частуванням випадкового гостя в багатьох країнах. У такому випадку подається чарка коньяку, вермуту, вина. Закускою можуть служити горішки або печиво. «Холостяцька вечеря» може бути організований не тільки холостяком, а й родиною, де молода господиня ще не дуже вміє готувати. Тут досить холодного буфета або одної гарячої страви: смажена ковбаса, сардельки в соусі.

Етикет ділових обідів в різних країнах

Одним із найважливіших принципів закордонного ділового етикету є підтримка чесних і шанобливих відносин із партнером. От чому вчинки та дії, пов'язані з незнанням норм і принципів, а також особливостей ділового етикету в країні перебування, можуть спричинити негативну емоційну реакцію і, як наслідок, негативно вплинути на результат ділових взаємин.

Якщо спробувати проаналізувати етикет ділових взаємовідносин бізнесменів, маркетологів, менеджерів, дилерів країн Європи, Азії та Америки, можна переконатися, що вони ґрунтуються на тих самих принципах, які ми розглянули раніше. Утім, існує також національна специфіка ділового етикету, яку в разі ділової поїздки за кордон необхідно знати й обов´язково враховувати.

Тому варто докладніше розглянути особливості ділового етикету в тих країнах, з якими у нас традиційно існують тісні торгові, економічні й виробничі зв'язки.

Японія. У Японії діловий обід часто супроводжується врученням невеликого подарунка. Подарунок має бути в упаковці, краще з паперу пастельних відтінків і без стрічок і бантів. Вручати його потрібно, тримаючи в обох руках. Дарувати чотири і дев'ять предметів (неважливо чого) – до нещастя.

Індія. Відповідати прямою відмовою на запрошення вважається тут дуже неввічливим і навіть образливим. Краще дати «туманний», ні до чого не зобов'язуючу відповідь, наприклад, «Я постараюся, якщо справи мене не затримають».

Арабські країни. Якщо ви запрошені на обід або прийом, краще прийти пізніше вказаного у запрошенні часу на 15-20 хвилин. Вважається, що будь-який поважаючий себе людина повинна змушувати себе чекати. Якщо ж ви прийдете вчасно, то господар обіду може вирішити, що ви надто зацікавлені в даних ділових відносинах, і тоді під час угод всі переваги будуть на його боці. І ніколи нічого не їжте і не передавайте лівою рукою!

Китай. Гостинність і люб'язність – обов'язкова риса китайців. І якщо діловий обід і привітність господаря обіду перевершують всі ваші очікування, це ще не означає, що операція у вас в кишені. Швидше навпаки! Часто це метод пом'якшення відмови.

Етикет міжнародних переговорів

Насамперед слід визначити мету зустрічі, враховуючи що будь-які переговори – це спільний процес, в якому кожна зі сторін має свою мету. Якщо ділові відносини налагоджуються із незнайомою фірмою, то починати підготовку до зустрічі слід із перевірки її благонадійності. І в цьому немає нічого поганого. Оскільки за зовнішньою респектабельністю може ховатися відвертий авантюризм. Крім того, на Заході узвичаєно запрошувати на різні семінари, конференції банкірів, підприємців, управлінців, державних діячів.

Подібні заходи, дуже часто виявляються засобом для викачування грошей, тому перевірка партнера і серйозності його намірів цілком виправдана, тим більше, що і партнер робить те ж саме. Взаємна переконаність у благонадійності, взаємна довіра – це перший крок до встановлення партнерських стосунків.

Перевірка здійснюється різноманітними шляхами: через тих, хто працював із цією фірмою, через компанії, що спеціалізуються на такій перевірці.

Після цього, прогнозуючи можливий хід зустрічі, слід визначити аргументацію і пропозиції. Залежно від мети переговорів визначається склад делегації, яка буде їх вести та її голова. Вирішальним чинником при цьому є не лише посада, але компетентність і досвід ведення переговорів з іноземцями.

Зустрічі передує ділове листування, телефонні розмови, під час яких визначають і уточнюють мету, місце зустрічі, порядок її проведення, тривалість тощо. Оперативне ділове листування ведуть по факсу, електронною поштою. Обмін думками сприяє розробленню програми зустрічі, яка включає:

- порядок зустрічі і проводів делегації;
- ділову частину (переговори, зустрічі тощо);
- ділові прийоми;

- побутові проблеми (розміщення, харчування, транспорт);
- можливі контакти із засобами масової інформації;
- технічне обслуговування (телефон, комп'ютер, ксерокс тощо);
- відпочинок і розваги.

Усі необхідні відомості завчасно повідомляються діловим партнерам. При підготовці зустрічі мають враховуватися узвичаєні правила. Наприклад:

- розміщати двох людей в одному номері, за винятком подружніх пар, не дозволяється;
- ні у списку учасників, ні на картках абсолютно не припустимі неточності, у тому числі орфографічні помилки;
- відповідно до протоколу, посада особи, яка зустрічає, повинна відповідати посаді голови запрошеної делегації;
- першим при зустрічі відрекомендовується голова сторони, що приймає. Після цього він представляє співробітників, що приїхали зустрічати гостей. Таким же чином голова іноземної делегації відрекомендовує прибулих. Якщо у складі делегації, що прибула, є жінка, то серед зустрічаючих теж повинна бути жінка, яку представляють першою;
- жінці у складі іноземної делегації прийнято вручати квіти;
- відповідно до протоколу, перед початком ділової частини голова іноземної делегації наносить візит ввічливості голові сторони, що приймає. Під час цієї зустрічі (15-20 хв.) уточнюється програма перебування;
- ознакою гарного тону є вручення членам делегації відразу після прибуття папок із набором документів зустрічі;
- зустрічати гостей повинен не член делегації сторони, що приймає, а співробітник протокольної служби або відповідальний співробітник фірми. Він супроводжує делегацію до місця переговорів;
- слід старанно підготувати приміщення для переговорів: передбачити форму столу, зручні місця для відпочинку, паління тощо.

Розташування за столом переговорів здійснюється відповідно до узвичаєних правил міжнародного етикету і з урахуванням службового становища кожного з учасників зустрічі.

Якщо в переговорах беруть участь три і більше сторін, то члени делегацій розташовуються за алфавітом за годинниковою стрілкою навколо круглого або прямокутного столу.

Форма столу, як відомо, відіграє важливе психологічне значення. Круглий стіл, за твердженням фахівців, знімає статусні відмінності. Квадратний – створює атмосферу змагальності і може викликати оборонну реакцію, що ускладнює хід переговорів.

Найчастіше на переговорах використовується прямокутний стіл. Проте розміри столу теж мають певне значення. Чим більше стіл, тим більш помітна не тільки фізична, але і психологічна дистанція, складніше домогтися згоди.

Переговори починаються із особистого представлення учасників. Називають ім'я, прізвище, посаду, учене звання, відзначають професійні якості сучасника і роль у складі делегації. Такий початок допомагає взаємовизначитися.

Цьому ж сприяє і обмін візитками. На міжнародних переговорах головують поперемінно керівники делегацій за взаємно погодженим графіком.

Під час головування слід подбати про створення і підтримання сприятливої атмосфери для ведення переговорів, для чого:

- висловіть упевненість у плідності переговорів;
- оголосіть регламент, порядок ведення переговорів;
- передбачте час для запитань і пропозицій;
- обговоріть питання, які не викликають сумнівів;
- потім переходьте до головних пунктів порядку денного.

Такий метод проведення переговорів виправдує себе, не викликає заперечення учасників.

Як голова не давайте занадто розпалюватися пристрастям. У той же час не слід занадто сильно тиснути на партнерів.

Не соромтеся нагадати промовцю про регламент фразами: «Дякую», «Прекрасно», «Ви дуже чітко виклали свою позицію» тощо.

Якщо необхідно, розрядіть атмосферу жартом.

Можна коротко прокоментувати виступ промовця, уникаючи при цьому оцінних суджень, наприклад: «Думаю, що перше питання вичерпане. Переходимо до другого». Після завершення переговорів, слід підвести підсумки і висловити впевненість щодо успіху подальшої роботи.

Учасники переговорів мають діяти у межах своєї заздалегідь погодженої ролі. У разі необхідності учасник переговорів має підтримувати позиції колег, виявляти помірну активність, не перебивати інших, але й не дозволяти перебивати себе. Виступ має бути аргументованим, зрозумілим, слід зважати на те, що опоненти сприймають його через перекладача. Уникайте поквапливих і неглибоких суджень. Не акцентуйте увагу на розбіжностях у поглядах, якщо вони не стосуються принципових проблем. Якщо відчуваєте, що зарубіжний партнер збуджений, не підливайте олії у вогонь. Навпаки, зберігайте спокій, частіше використовуйте запитання, замість тверджень. Твердження можуть викликати опір, а питання стимулюють іншу сторону до аргументування. Якщо партнер менш досвідчений, чи не має певної фахової підготовки, намагайтеся правильно скористатися цією перевагою, але не заганяйте його у кут: у певний момент він може це відчути і відмовитися від уже досягнутих угод. Проте, якщо виявиться, що зарубіжний партнер більш компетентний, слід бути дуже уважним. У таких випадках краще передати ініціативу ведення переговорів колезі, навіть якщо він за рангом нижче вас. Тут не до амбіцій. Якщо на перший погляд партнер справляє враження малокомпетентної людини, але часом демонструє ознаки високої кваліфікації, будьте на варті: можливо він грає роль простака. Якщо переговори йдуть повільно, спробуйте подивитися на проблему очима опонента, ще раз оцініть його позицію, інтереси. Переговори без сумніву зайдуть у безвихідь, якщо розпочнеться «діалог глухих», коли сторони не слухають одна одну, намагаються жорстко нав’язати своє рішення. Краще домагатися згоди поетапно, крок за кроком. Переговори вважаються вдалими, якщо по головному питанню проблеми (скажімо, фінансування якогось об’єкта) буде досягнуто принципової згоди (нехай навіть із деякими застереженнями),

складено протокол про наміри, а ще краще – підписано контракт. Переговори завершуються неофіційною зустріччю або діловим прийомом.

Отже, ***міжнародний етикет*** – вивчає сукупність загальноприйнятих правил і норм поведінки як в офіційній, так і неофіційній обстановці. Кожен представник своєї держави є носієм політичних поглядів свої країни, релігійних переконань, обрядів і національних традицій, укладу життя, психології і культури. З кожним роком значно зростає кількість людей, які відвідують зарубіжні держави як туристи, або ділових партнерів. Багато хто з них, на жаль не володіють досвідом міжнародного спілкування. Спілкування с представниками інших країн вимагає не тільки знання іноземних мов, але і вміння вести себе тактовно, гідно, а також попереднього вивчення особливостей національного характеру, специфіки їх способу життя, манери поведінки.