**До лекційного заняття з освітньої компоненти**

**«Діловий етикет»** (15.04. 2020)

***УВАГА. Програма курсу розміщена за покликанням***

<http://ksuonline.kspu.edu/course/view.php?id=1597>

**Форма контролю – залік**

Для складання заліку (27.04.2020) слід виконати такі завдання:

* **зібрати** теоретичний матеріал за темами, що визначені робочою програмою курсу (конспект у рукописній, або друкованій, або електронній формі).
* **надіслати в електронній формі** на адресу Galina@ksu.ks.ua завдання:
* Резюме для прийняття на роботу
* Опис власного ділового костюму для участі у співбесіді у зв’язку з працевлаштуванням (відповідно до уявного місця роботи, визначеного у резюме)
* Підготовлений лист-привітання зі святом (за вибором студента) до ділових партнерів (обсяг не більше 300 знаків)

**Для підготовки до заліку** використовувати підручники з ділового етикету (за вибором студента) або скористатись електронним ресурсом за такими ключовими словами: етикет, діловий етикет, світський етикет, національні особливості етикету, етикетні норми привітання, знайомства, діловий жіночий костюм, діловий чоловічий костюм, аксесуари до ділового стилю, норми поведінки в театрі, на виставці, концерті, ділові зустрічі та прийоми, ділові папери, користування офісним обладнанням, імідж ділової людини.

**ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ ДО ЛЕКЦІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ**

***Етикет*** – це сукупність правил, які регламентують зовнішні вияви людської поведінки. Етикет (франц. etiquette – ярлик, етикетка) – сукупність правил (правил «доброго, гарного тону»), що регламентують зовнішні вияви людської поведінки (ставлення до оточення, форми звернень і привітань, поведінку в громадських місцях тощо).

Слід розрізняти вимоги світського та ділового етикету. Світський етикет сформувався впродовж тисячолітньої історії людства, поєднавши в собі табу та правила життя прадавніх людей, норми та вимоги певних релігій, національні культурні традиції, засади міжкультурної взаємодії людей. Відповідно світський етикет у різних країнах має особливості національного та релігійного характеру.

Світський етикет практикується в усьому суспільстві, в усіх його сферах.

Серед загальних правил: правила привітання, представлення, знайомства, що передбачають перевагу старших за віком або посадою над молодшими, жінок над чоловіками. Загальні норми етикету включають такі позиції, що пов’язані з доглядом за тілом (волосся, шкіра, загальне здоров’я), формування ансамблю одягу (одяг, взуття, аксесуари, прикраси) та відповідність стилю обставинам (робочий, повсякденний, святковий, вечірній, для відпочинку, для занять спортом тощо), правила поведінки у громадських місцях (на вулиці, у громадському транспорті, в театрі, на виставці, концерті, музеї, закладах громадського харчування), правила обрання та дарування подарунків, поведінка за столом, користування приборами, оформлення прийомів тощо.

З розвитком ділових стосунків з’явився окремий напрямок – діловий етикет, що діє у певній сфері людського життя, а саме у сфері професійної діяльності.

***Діловий етикет –*** встановлений порядок поведінки, що задовольняє всіх учасників, які задіяні у певній сфері діяльності. В офіційній сфері діє міжнародний принцип, за яким ставлення до особи визначається її чином чи посадою, яку вона займає. ***Службовий етикет –*** це сукупність найдоцільніших правил поведінки людей там, де відбувається їхня професійна діяльність – на виробництві, в будь-якій організації.

***До основних принципи ділового етикету можна віднести:***

*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.

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.* Особа, до якої завітав відвідувач, має 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 слід 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. Якщо ви не володієте 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.

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.

Деякі норми етикету безпосередньо пов'язані з мораллю. Це такі, як ввічливість (уміння поводитися чемно), тактовність (уміння дотримуватися певної міри у відносинах з людьми), коректність (уміння тримати себе в межах пристойності, не принижуючи гідності інших), вихованість (уміння поводитись пристойно будь-де). Дотримання вимог культури ділового спілкування природно демонструє загальну культуру, вихованість учасників спілкування, є запорукою його ефективності.

Неабияке значення у взаємовідносинах має зовнішній вигляд працівника установи. На роботі треба бути в діловому костюмі (і чоловікам, і жінкам).

Мистецтво вдягатися полягає у виборі одягу, відповідного до певної ситуації, та підборі його ансамблю. Першою вимогою є доречність. Кожний вид одягу має своє функціональне призначення.. Ансамбль одягу – це гармонійне поєднання його елементів за призначенням, кольоровою гамою, стилем, пропорціями, елегантністю і зручністю, характером і віком людини.

Кольорову гаму слід підбирати з урахуванням усіх деталей одягу, їх поділяють на основні (сукня, костюм, пальто, плащ) і додаткові (взуття, капелюх, шарф, сумочка, рукавички, прикраси).

Оптимальним у діловому ансамблі вважають поєднання не більше трьох кольорів. Виняток – різнокольорові тканини, з яких пошито елементи костюму. В цілому слід врахувати такі вимоги: охайність, відповідність ситуації та природно-кліматичним умовам, враховувати окремі національні/релігійні особливості, добирати спокійні кольори, не використовувати занадто строкаті тканини, довжина спідниці в межах +/– 10 см від середини коліна, обов’язковість рукавів, заборона на глибокі декольте та високі розрізи, висота підборів 4-6 см, обмежене (в сер ньому до 3-х одиниць) використання прикрас, якісні додаткові аксесуари (сумки, офісні приладдя, годинники, шарфи, капелюхи тощо). Волосся бажано зібрати у заческу, макіяж – обов’язків, природній за стилем. Ансамбль одягу створює первинну уяву про імідж. Якщо говорити про чоловічий костюм, то слід враховувати особливості підбору краватки (Увага! Чорна краватка є ознакою уніформи, жалоби або бажання скасувати попередні домовленості), сорочки (чим пізніший час доби – тим світліший колір, піджак вимагає сорочку з рукавами), шкарпеток (на півтону відрізняються від кольору брюк. Увага! Білі шкарпетки виключно до спортивного одягу). Пасок, взуття, портфель мають узгоджуватись в кольорі та якості. Окремо увагу слід приділити підбору парфумів. Жіночий аромат має відчуватись не більше ніж на 1м, чоловічих – на 0,5 м.

***Імідж*** – це уявлення про людину, що складається на основі її зовнішності, звичок, манери говорити, менталітету, вчинків тощо.

***Позитивний імідж*** – це привабливий зовнішній вигляд, грамотна мова, достойні манери, спокійна реакція на похвалу і критику. Крім іміджу людини, існує ще ***імідж організації*** – фактор довіри клієнтів до неї і її результатів діяльності. При цьому імідж – явище динамічне, і, як і враження про людину, може змінюватись під впливом обставин, нової інформації, у результаті тривалого спілкування.

Імідж організації залежить не тільки від результатів діяльності, але й від наявності *соціальної відповідальності.* Імідж створюється тривалими і цілеспрямованими зусиллями у сфері «паблік рілейшнз» – зв’язки з громадськістю (систематична плануєма діяльність, спрямована на формування потрібної суспільної думки), у сфері реклами, у галузі відносин з клієнтами, у галузі етики поведінки, формуванні та підтримці репутації.

**Щоб проілюструвати сказане вище, ми зібрали деякі правила, зазначені у підручниках з ділового етикету:**

* У будь-якій компанії / будь-якій діловій ситуації найбільш важливою особою є клієнт чи покупець.
* Особа, яка обіймає нижчу посаду (має менше влади), представляється особі, яка обіймає вищу посаду (має більше влади). Ім'я найменш важливої особи (з точки зору справи, бізнесу) називається останнім.
* Двері притримуються для особи, яка обіймає найвищу посаду. Незалежно від того, у якому порядку група співробітників підійшла до дверей, їх притримує особа, що обіймає найнижчу посаду. (Ми завжди відкриваємо двері клієнту/ покупцю).
* Через двері, що обертаються першим проходить співробітник, який має найнижчу посаду. Він рухає двері і очікує на старших співробітників з іншого боку.
* Якщо всі пасажири виходять з ліфта, їх рух починається від дверей і у напрямку до задньої стінки, незалежно від статі присутніх.
* На ділових засіданнях стілець посувається лише для особи, яка фізично потребує такої допомоги.
* Слід допомагати одягнути верхній одяг як жінкам, так і чоловікам, якщо вони клієнти вашої компанії/фірми, або ж обіймають вищу посаду. При цьому не забудьте допомогти будь-кому, якщо ця особа має проблеми з одяганням.
* Господар/хазяїн сплачує за ділову їжу, незалежно від статі.
* Вітаючи будь-кого, підніміться (незалежно від статі особи, яку вітаєте).
* Слід запропонувати допомогу колезі, що потребує її, незалежно від того, жінка це чи чоловік (наприклад, запропонуйте взяти з рук кілька речей — книжок, файлів, якими колега переобтяжений/переобтяжена).
* Загальне правило для співробітниць, які діють у ділових ситуаціях, де присутні і колеги-чоловіки: не очікуйте від ваших колег-чоловіків такого самого ставлення (уваги, турботи), яке ви отримали б з їхнього боку у світській ситуації. При цьому, якщо ваш колега поводиться як лицар, дайте йому можливість проявити себе джентльменом і не демонструйте при цьому здивування або несхвальності його дій.
* Загальне правило для співробітників, які діють у ділових ситуаціях, де присутні і колеги-жінки: якщо ви ніколи не відсуваєте стілець, не цілуєте в щоку, не коментуєте зовнішній вигляд та ін. своїх колег-чоловіків, ви не маєте робити цього і щодо своїх колег-жінок.
* У ділових ситуаціях жінки, як і чоловіки, тиснуть руки (клієнтам, покупцям, діловим партнерам та ін.).