***Складники ділової етики підприємця***

Життя показує, що економіка повинна ґрунтуватись на економічній етиці – етиці трудових взаємовідносин; нормах організаційної поведінки, обов’язковій для всіх працюючих; зобов’язаннях партнерів, скріплених не лише договором, а й чесним словом підприємця, обґрунтованих високих заробітках найманих працівників.

Телефонний зв’язок – особлива сфера спілкування, що вимагає певних навичок. Але правильно користуватися ним вміють ще не всі.

***Телефонні розмови***

Чому ж ділова людина має бути «завжди готовою», коли їй телефонують?

*Поради при веденні телефонної розмови:*

* Не змушуйте чекати людей, що розраховують на ваш дзвінок, а телефонуйте в точно призначений вами час, перш ніж вони зателефонують вам і нагадають про це.
* Чітко вимовляйте слова, не затуляйте мікрофон, повторно називайте своє ім’я.
* Говоріть коротко. Зводьте фразу до мінімуму. Початок розмови визначає її хід і завершення. «Добрий день, пане Х., як ваші справи?», - це не що інше, як запрошення до довгої розмови про родину, відпустку, хобі і поточні події. «Добрий день, пане Х.! Мені потрібно швидко одержати деякі зведення, якщо у Вас є для мене хвилина часу», - подібні фрази жодним чином не є нечемними, але гарантують коротку телефонну розмову. Якщо перший контакт має на меті розмову особливого значення, ви можете коротко нагадати про спільні справи. Незнайомцю доречно коротко представитися.
* Спочатку повідомте, про що йдеться, і тільки після цього поясніть причини і подробиці.
* Не переривайте розмову, якщо на інший апарат надійшов важливий дзвінок. У разі потреби запитайте, чи можна перерватися, і запевніть вашого співрозмовника у тому, що ви перетелефонуєте через 10 хвилин.
* Уникайте паралельних розмов з оточуючими вас людьми.
* Під час розмови занотуйте такі важливі подробиці, як імена, цифри та головну інформацію.
* Уникайте наприкінці розмови фраз : «Зателефонуйте мені якось!», якщо не бажаєте, щоб людина телефонувала ще раз.
* Закінчуйте розмову, як тільки досягнете її мети!
* Якщо у вас немає секретаря чи автовідповідача, можна захиститися від непотрібних дзвінків за допомогою таких коротких і точних фраз, як: «Я зателефоную вам пізніше».
* Багато телефонних розмов часто триває дуже довго, тому що обом партнерам важко їх закінчити. «Дуже дякую, пане Х.! Я думаю, цього досить. Я сподіваюся вас незабаром побачити!» - такі фрази дозволяють закінчити розмову раціонально, коротко і чемно. Привчіть себе до запису всіх важливих розмов. Ви будете мати важливий документ (доказового характеру) для наступної роботи. Запис можна робити безпосередньо на документі, який ви використовували при розмові.

Будь-яка зустріч, а тим більше ділова, проводиться з певною метою. Саме спілкування у діловій практиці, як правило, підтримується взаємною зацікавленістю. Щоб задовольнити зацікавленість сторін і організується зустріч.

***Проведення ділових зустрічей***

Критеріями оцінки результатів взаємодії, окрім досягнення бажаної мети, виступають фактори, що відображають ресурсні витрати учасників; час, ступінь напруженості і характер відносин між ними.

Щоб ефективно провести ділову зустріч, до неї необхідно серйозно підготуватись і продумати все до дрібниць.

Про ділову зустріч прийнято домовлятися заздалегідь, при цьому відрізок часу між домовленістю і самою зустріччю залежить від конкретних обставин та її програми.

У межах одного регіону найбільш доцільно домовлятися за 2-3 дні. Запланована за десяток днів ділова зустріч часто буває підготовлена гірше лише через психологічні причини. Спочатку неначе є час для вирішення організаційних питань у наступні дні, а потім, з огляду на можливі непередбачені обставини, часу може просто не залишитись.

Особливої ретельності вимагає організація зустрічі з іноземцями. До такої зустрічі потрібно, безперечно, готуватися завчасно, передбачивши всі *елементи програми* їх перебування:

* порядок зустрічі;
* персональний склад учасників;
* участь представників преси;
* вручення квітів;
* вітальні промови;
* розміщення у готелі;
* ділова частина;
* відвідування культурних об'єктів;
* поїздки по країні;
* неофіційні прийоми;
* проводи.

Про організацію ділової зустрічі можна домовлятися за допомогою електронної пошти, по телексу чи, найпростіше, - по телефону. Перед тим, як взяти в руки телефонну трубку, пропонується намітити всі важливі організаційні моменти зустрічі, бо якщо щось забути, виходити повторно на зв’язок буде не зовсім зручно.

*Протоколом передбачаються такі основні моменти домовленості:*

* Предмет ділової зустрічі.
* Місце проведення.
* Часові межі.
* Кількість учасників.
* Матеріали для обговорення та підсумкові документи зустрічі.

*Предметом ділової зустрічі* є питання, що виносяться на обговорення, тематичні рамки переговорів, перелік проблем, які розглядатимуться, тощо.

Переговори, як правило, проводяться для вирішення питань про спільну діяльність, про зміни форм цієї діяльності чи для того, щоб припинити співробітництво, коли умови чи підходи однієї з сторін не задовольняють іншу з тих чи інших причин, і т. п.

Бувають і протокольні переговори, їх називають візитами ввічливості, оскільки вони проводяться для особистого знайомства або виявлення, уваги до партнера з будь-якого приводу.

Проводяться ділові переговори, як правило, у службових приміщеннях їх учасників (у своїй фірмі чи у партнера), хоча можливе їх проведення на нейтральній території чи, завдяки розвитку засобів комунікації,- дистанційно.

Ініціатор зустрічі пропонує (але не нав’язує) свій варіант, однак останнє слово про місце проведення залишається за запрошеною стороною.

Перший крок до успіху ділової зустрічі це правильний вибір часу і дня тижня. При зустрічі віч-на-віч необхідно брати до уваги обставини ділового життя партнера, і його біоритми. При великій кількості J учасників бажано бути в курсі справ усіх і кожного і враховувати ділові звички партнерів.

Щоб зустріч пройшла на належному рівні, психологи пропонують враховувати такі ***фактори***:

**🖐** Не планувати зустріч безпосередньо перед обідом: поспіх та думки про їжу лише заважатимуть.

**🖐** Не слід планувати зустріч і одразу ж після обіду, її бажано проводити хоча б через годину, надавши партнерам можливість зібратися з думками і переглянути інформацію, що надійшла.

**🖐** У понеділок людям потрібен час, щоб налаштуватися на робочий ритм після вихідних. Хоча, з іншого боку, у понеділка є перевага «свіжої голови», і в цей день можна зустрічатися для обговорення важливих проблем, плануючи закінчити їх до кінця тижня.

**🖐** У п’ятницю люди вже очікують вихідних. Це не час для того, щоб починати будь-що, і звичайно, цей день – не найкращий для додаткового напружування думок.

**🖐** Обговорюйте тривалість зустрічі. Може статися так, що ваш не попереджений партнер через півгодини після початку зустрічі вибачиться і, пославшись на необхідність виконання своїх не менш важливих справ, залишить вас. Обумовленого часу проведення зустрічі заведено дотримуватись обов’язково.

**🖐** У випадку, коли у вашого партнера виявиться щільний графік роботи, організуйте проведення ділової зустрічі таким чином, щоб був час не тільки для викладення своєї позиції, але й для можливих відповідей на запитання і необхідних пояснень, не поглядаючи на годинник.

Так, якщо мова йтиме про знайомі обом сторонам предмети, викладення їх суті можна скоротити, але так, щоб зберегти загальну зацікавленість.

**🖐** Домовившись про час проведення зустрічі, будьте точним. Запізнення розглядається як зневага до приймаючої особи і може позначитись на ході переговорів. У випадку припустимої затримки намагайтесь знайти можливість, нехай навіть за короткий час, попередити партнера і відповідно вибачитись.

Приймаючий має моральне право, почекавши гостя належну чверть години, зайнятися своїми справами, передоручивши переговори своїм заступникам, або взагалі в цей день відмовитись від зустрічі.

Домовляючись про зустріч, рекомендується обумовлювати і кількість її учасників. Звичайно це робиться, виходячи з принципу рівної чисельності делегацій з обох сторін. Згідно з протоколом право на участь у переговорах, крім керівника, надається також особам, які внесені до списку.

У протокольному списку зазначаються прізвище, ім’я та по батькові, місце роботи і посада учасника. При необхідності на переговорах з іноземними партнерами в протокольних списках наводяться короткі відомості про сферу діяльності та інтересів кожного учасника, тему майбутнього виступу.

Обмінюються протокольними списками до початку зустрічі. Якщо ж списки завчасно не складені, для того, щоб володіти інформацією про учасників зустрічі, сторони обмінюються візитними картками.

Важливість правильного підбору складу і рівня учасників переговорів залежить від значення, яке надають зустрічі її учасники, характеру угоди і культурного рівня сторін. Найбільш ефективні, як показує досвід, переговори «один на один». Якщо ж планується кілька учасників делегації, то слід призначити керівника, який відповідатиме за діяльність всієї групи в цілому і кожного учасника зокрема.

При зустрічі делегації необхідно правильно визначити рівень зустрічаючих. Загальне правило таке: зустрічає той, хто запрошував, хто підписував лист із запрошенням, як виняток – один з його заступників.

***Зустріч делегації та розміщення учасників зустрічі***

При посадці в автомобіль необхідно враховувати такі правила.

Першим почесним місцем є місце на задньому сидінні праворуч у напрямку руху автомобіля, друге почесне місце — за водієм.

Першим сідає пасажир на найбільш почесне місце, потім пасажир, що займає друге місце.

При зустрічах, як правило, займають тільки заднє сидіння. Якщо в автомобіль сідає ще одна особа, тоді займається місце № 3 між двома почесними місцями, щоб не заважати тому, хто сидить на почесному місці, при виході.

Особа, що займає місце № 1, входить через праві дверцята, а решта, щоб не турбувати того, хто сидить на почесному місці, - через ліві. Виходять першими особи, що займають почесні місця.

У представницьких екіпажах з розташуванням місць один проти одного почесним місцем є також місце на задньому сидінні праворуч за рухом автомобіля. Порядок розміщення в екіпажі:

Після прибуття екіпаж подається таким чином, щоб вихід був з правого боку, причому особа, що займає почесне місце, виходить першою.

До візиту делегації, тим більш іноземної, треба добре підготуватися. Іноземці, знаючи про наші труднощі, дуже вдячно сприймають найменші ознаки уваги до себе.

Завчасно потурбуйтесь про те, щоб прибулих до фірми привітно зустріли біля виходу, супроводили до приймальні, запропонували зняти верхній одяг. У приймальній надайте можливість членам делегації розташуватися «як вдома», випити чашку чаю чи кави. Діловій розмові з турецькими бізнесменами обов’язково буде передувати розмова про щось абстрактне. І може статися так, що саме під час цієї розмови буде вирішена доля пропозиції про співробітництво.

До моменту прибуття гостей вся група, що бере участь у переговорах з вашої сторони, повинна зібратися. Погане враження справляють господарі, які в присутності гостей входять і виходять, навіть вибачаючись.

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

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

При цьому може бути кілька варіантів.

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

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

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

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

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

*Третій*. Якщо зустріч має непротокольний характер, перші керівники (К) сідають на дивані, а за ними розміщуються перекладачі. Члени делегації розташовуються навколо невеликого круглого столу. Якщо зустріч більш розкута, члени делегації також розміщуються поруч.

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

Вся обстановка при проведенні ділових переговорів повинна сприяти спокійній бесіді, щоб партнери могли спілкуватися без завад і не відволікатись. Іноді доцільно на вхідні двері повісити табличку «Не заходити, ідуть переговори».

Використовуються візитні картки в таких випадках:

***Візитки в підприємницькій діяльності***

* інформування в момент знайомства про себе і свою фірму чи підприємство;
* інформування про себе осіб, в контактах з якими зацікавлені;
* підтримання контактів з партнерами, поздоровлення зі святом чи іншою подією;
* вираження подяки, співчуття, а також супроводження подарунка чи квітів.

Залежно від призначення умовно можна виділити чотири основні ***типи візитних карток:***

**Варіант 1.** На візитній картці вказується прізвище, ім’я та по батькові, посада, найменування і адреса організації, в якій працює особа, а також її робочий і, при необхідності, домашній телефон. Це класичний приклад ділової візитки. Виготовляється вона виключно на білому картоні чітко встановленого розміру – 9x5 см. Текст друкується розбірливим чорним шрифтом. Єдина допустима кольорова пляма – рекламний знак фірми у верхньому лівому кутку. Вгорі – назва фірми, де працює власник картки. По центру – його ім’я і прізвище (у нашій практиці – ім’я, прізвище та по батькові), під ними – посада. В лівому нижньому кутку – адреса фірми, у правому – телефони. Часто поряд з телефонами подаються контактні години для зв’язку. Цей тип картки використовується при наявності знайомства і застосовується як м’яка, ненав’язлива форма вияву вашої зацікавленості і надії на співробітництво.

**Варіант 2.** На візитній картці вказуються П.І.Б. і посада особи, але без вказівки координат.Візитні картки цього типу використовуються для спеціальних і представницьких цілей. Якщо вам вручають таку картку, це означає, що ваш співрозмовник просто представляє себе для полегшення спілкування і не налаштований на продовження знайомства. Просити його написати на картці свої координати не слід.

Представлений тип візитної картки використовується особами, що займають досить високу посаду (міністрами, керівниками великих підприємств, представниками президента тощо). Застосовується така картка на неофіційних зустрічах, у тому числі на прийомах для вручення дамам.

**Варіант 3.** Спільна чи сімейна візитна картка. На картці вказуються прізвища, імена та по батькові подружжя, а також їх домашня адреса і телефон.

**Варіант 4.** Візитна картка фірми, підприємства, організації чи відділу. Цей тип картки використовується для поздоровлення партнерів від імені фірми, наприклад, в День незалежності, на Різдво Христове тощо.

***Зовнішній***

 ***вигляд***

Всі знають прислів’я «Зустрічають по одягу, а проводжають по розуму». При цьому підкреслюється, що розум, звичайно, - це головне, але зустрічають все ж таки по одягу...

Форма одягу – найкраща характеристика людини, це свого роду ієрогліф, що відображає особистість зі всіма, як кажуть, звичками і нахилами її. Естетика костюма має не менше значення в житті людини, ніж естетика поведінки. Неохайність в одязі рівноцінна моральному самогубству. Вміння одягатись відноситься як до науки і мистецтва, так і до звичок та почуттів. І як говорив О. де Бальзак «Справа не стільки в костюмі, скільки в умінні його носити».

Ніхто не буде заперечувати, що стиль одягу чоловіка впливає на його успіх у ділових колах, а правильно вибраний костюм сприяє створенню його іміджу. Розвиток ділового стилю в чоловічому одязі подібний, швидше, до спокійної річки, ніж до примхливого потоку. Ділові кола не надто страждають від випадкових впливів, і тому костюм бізнесмена досить консервативний. Чоловік повинен бути:

* Солідним і впевненим в собі,
* Діловим і привабливим.
* Порядним, що викликає довіру.
* Не без претензії на вишуканість і елегантність.

Мистецтво поєднання елементів костюма, як відзначав визнаний спеціаліст у діловому одязі Дж.Т. Моллой, завжди повинне враховувати колір, лінію, фактуру і стиль. Невдале комбінування кольору може зробити зовнішність людини невиразною (світло-сірий костюм, блакитна сорочка, світло-блакитна краватка) чи зухвало крикливою (жовтогаряча краватка з малюнком, зелена сорочка).

Це не стільки загальний силует одягу, скільки загальне направлення ліній на піджаку, сорочці, краватці. На костюмі це або вертикальні смуги, або клітинка. Рекомендуються краватки без малюнка, з абстрактним малюнком або з чітко направленими смугами – горизонтальними, вертикальними, діагональними. Різноманітний напрямок ліній може мати і малюнок сорочки.

Основні рекомендації: лінії елементів одягу не повинні різко перетинатися одна з одною, але й не повинні зливатися.

Дехто невірно вважає, що жінці, щоб досягти службового успіху, потрібно наслідувати в одязі чоловіків. Звичайно, нічого поганого немає, коли жінка одягнута у брючний костюм із синтетики. Але дослідження показують, що такий костюм не сприятиме діловому успіху. Інша справа — гарний костюм зі спідницею (з натуральних тканин). Він підкреслює авторитет жінки і її високий життєвий рівень.

Спідниця повинна бути темного кольору на щільному поясі, краще із шерсті.

Для ділової жінки менш придатна сукня, але якщо вона її одягає, то кращим кольором сукні вважається темно-синій, коричневий, сірий, світло-сірий. Менше підходять зелений, яскраво-жовтий, ніжно-голубий, світло-рожевий.

Названі кольори визначені для однотонної тканини без малюнка, якій і надається перевага.

Деякі гадають, що одяг створює жінку. Звичайно, це не зовсім так. І чоловіку, і жінці для ділового успіху необхідні також розум, освіта, честолюбство, стимули.

У жіночому одязі більш, ніж в чоловічому, відображається її індивідуальний стиль і особистий характер. Зачіска, макіяж, біжутерія повинні гармонійно доповнювати діловий костюм. Зачіска має бути строгою, але разом з тим елегантною. Прикрас повинно бути якомога менше, але в той же час не можна від них відмовлятися зовсім. Носити краще дорогі прикраси. Косметика повинна бути помітною із близької відстані.

Парфуми слід використовувати у такій кількості, щоб їх запах лише трохи відчувався. І, звичайно, це мають бути дорогі парфуми відомих фірм.

Розвиток конкурентних відносин посилює значимість соціального управління, а отже, і відповідних ділових стосунків. Вони все частіше стають вирішальними факторами, що визначають успіх або, навпаки, невдачу у діяльності не тільки окремої людини, а часто-густо й самих підприємців і фірм.