

14
Г12

ЗМІСТ

Передмова	4
Частина 1. Поняття етикету та сутність ділового спілкування	5
Тема 1. Етикет у сучасному суспільстві.....	5
Тема 2. Ділове спілкування та сучасні етикетні норми поведінки	9
Тема 3. Мовленнєвий етикет фахівця з інформаційної діяльності	13
Тема 4. Техніка ділового спілкування	19
Частина 2. Специфіка ділового спілкування з урахуванням сучасних етикетних норм та національних особливостей	24
Тема 5. Невербальне ділове спілкування в інформаційній галузі	24
Тема 6. Етикетні норми під час організації та проведення ділового обговорення	29
Тема 7. Обговорення ділових питань на офіційному та неофіційному рівнях: ділові прийоми	34
Тема 8. Ділова атрибутика як складова іміджу фахівця з інформаційної діяльності.....	41
Тема 9. Особливості бізнес-етикету на міжнародному рівні	46
Контрольні питання	54
Рекомендована література	56

Научно-техническая
библиотека
"ХАИ"



mt0222933

НАУКОВО-ТЕХНІЧНА
БІБЛІОТЕКА
Національного аерокосмічного
університету ім. М.Є. Жуковського
Харківський національний інститут

ПЕРЕДМОВА

Інформатизація суспільства, що виявляється в генеруванні й поширенні нових знань, а також у розробленні та впровадженні нових інформаційних технологій для обміну інформацією, зумовлює підвищення інтенсивності спілкування, що виявляється як у задоволенні загальнолюдських потреб, так і під час реалізації фахових умінь та навичок. Уміння працювати з інформацією на різних рівнях є одним із ключових у підготовці фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи, зокрема: загальні компетенції включають здатність до письмової та усної комунікації державною та іноземною мовами із використанням як традиційних носіїв, так й електронних; здатність працювати в команді та спілкуватися з представниками інших професійних груп. На рівні фахових компетентностей передбачено здатність забезпечувати поширення та надання в користування інформації; підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади, засобами масової інформації та здатність використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. Питання про те, як вчинити, як поводитися і як ставитися до поведінки іншої людини в тому чи іншому випадку, набуває особливої гостроти через різноманіття характерів, думок, поглядів, естетичних смаків. Щоб знайти правильне рішення, що дозволяє зберегти свою гідність, свої переконання й не образити іншу людину, потрібно врахувати багато обставин, виявити такт, стриманість, бажання зрозуміти співрозмовника. Увічливість, тактовність, взаємоповага, гідність, порядність є етичними засадами ділового етикету й виявляються як на вербальному, так і на невербальному рівнях (у жестикулюванні, міміці, дистанціюванні та діловій атрибутиці). Знання та дотримання правил ділового та службового етикету сприяють створенню сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, встановленню та розвитку співпраці з діловими партнерами та продуктивності спілкування з клієнтами. Сучасні інформаційні технології сприяють інтенсифікації міжнародних комунікацій, які передбачають необхідність знання та використання етикетних норм міжнародного спілкування, а також врахування особливостей національної етикетної поведінки.

ЧАСТИНА I

ПОНЯТТЯ ЕТИКЕТУ ТА СУТНІСТЬ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Тема 1. Етикет у сучасному суспільстві

«Поведінка – це дзеркало, в якому кожен показує свій образ» (Й.В. Гете). За багато століть існування людської культури виробились правила поведінки, що сприяють взаєморозумінню, дозволяють уникнути непотрібних конфліктів, натягнутості в стосунках. Ці правила називають правилами хорошого тону або правилами етикету. Норми етикету, на відміну від норм моралі, умовні. Кожна культурна людина повинна не лише знати й дотримуватися основних норм етикету, а й розуміти їх необхідність. Манери поведінки людини відбивають її внутрішню культуру, моральні й інтелектуальні якості.

Етикет – це складова зовнішньої культури окремої людини й суспільства в цілому. Як зазначають Т. К. Чмут та Г. Л. Чайка [23], людина, спілкуючись відповідно до загальноприйнятих норм і правил, демонструє свою готовність зважати на тих людей, серед яких вона живе.

Гідна поведінка людини цінувалася ще в античному суспільстві. Однак греки вважали, що людина може поводитися добре лише тоді, коли вона має певні моральні якості, гармонію духу та тіла. Проте зовнішня поведінка людини, що відповідає нормам етикету та правилам доброго тону, тільки тоді набуває особистісного змісту, коли в основі її лежать моральні мотиви. Пристойна поведінка – це результат осмисленого ставлення до власних вчинків, відповідальності за їх наслідки.

У словниках етикет часто ототожнюється з культурою поведінки. Слово «етикет» (як порядок і форма ввічливості при дворах монархів) почали вживати за часів правління французького короля Людовика XIV. Разом із тим, етикет вибудовується на моральних засадах, нормах, звичаях, традиціях поведінки та культури спілкування всіх народів. Вони є загальнолюдськими або притаманними певному народові. Деякі з правил етикету, що спочатку були звичаєм одного народу, поступово стають надбанням усього людства (наприклад, зі східних країн – прояв поваги до старших за віком людей, зі Стародавнього Риму – звичай гостинності).

Моральні цінності є незмінними, а етикет може змінюватися в часі й просторі. Зокрема, в Україні письмові настанови про те, як слід поводитись у суспільстві, з'явилися ще за часів кийвської Русі (наприклад, низку порад щодо поведінки знаходимо в «Повчанні Володимира Мономаха»). Звичайно, на зовнішні форми поведінки людей, їх манери та уподобання, вміння тримати себе в оточенні інших впливали умови життя. Тому й правила поведінки та прояви етикету різнилися для різних верств населення. Для дворянських дітей етикет із ранніх років був тим, чого їх спеціально навчали вихователі. Треба було знати, як стояти, як ходити, як сидіти, як їсти, як одягатися. Правила хорошого тону нерідко були творчістю самих людей, штучно створеними, а тому їх треба було спеціально вивчати. Водночас правила пристойної поведінки, що зародилися як складова загальнолюдської культури, були притаманні всім людям і передавалися з покоління в покоління. Норми та правила поведінки, які з'явилися на ранніх етапах розвитку суспільства й лише з часом отримали загальну назву «етикет», виникли із потреби людей у спільній діяльності. Пізніше вони змінювалися відповідно до матеріального становища людей та їхнього місця в суспільній ієрархії.

На сьогодні, етикет розуміємо як встановлений порядок поведінки в товаристві, певному оточенні, сукупність правил, що регламентують зовнішні вияви людських стосунків (наприклад, поведінка, спілкування, співпраця). Основою етикетних норм є доброзичливість, логіка та здоровий глузд. Ключовою засадою хороших манер є вдумливе врахування інтересів та почуттів інших. По суті, етикет дає схему, за якою люди діють у певній ситуації.

Попри універсальний характер етикету є певні особливості його прояву в сім'ї, у громадських місцях, на роботі тощо. Традиційно виділяють п'ять видів етикету: придворний (світський), військовий, дипломатичний, загальногромадянський і діловий (службовий). Придворний етикет – чітко визначений порядок і норми поведінки при дворах монархів. Військовий етикет – низка загальноприйнятих у певній армії правил та норм поведінки військовослужбовців. Дипломатичний етикет – правила у відносинах між державами та їх офіційними представниками – дипломатами. Загальногромадянський етикет – сукупність правил, традицій, умовностей, яких дотримуються приватні особи певного суспільства. Службовий або діловий етикет – визначений порядок і норми поведінки в колективі.

Сучасний етикет успадковує звичаї практично всіх народів від давнини до сучасності. Ці правила поведінки є загальними, оскільки їх дотримуються представники різних соціальних систем. Народи кожної країни вносять в етикет свої виправлення й доповнення, обумовлені суспільним ладом країни, специфікою її історичної будови, національними традиціями і звичаями.

Рекомендована література з теми

1. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.
2. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.
3. Кукушин В. С. Деловой этикет: учеб. пос. для студентов. / В. С. Кукушин – Москва : ИКЦ «Мар Т», 2008 – 304 с.
4. Седова Л. Н. Этика делового общения. Учеб. пос. – Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с.
5. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. – 6-е изд., перераб. и доп. / Э. Я. Соловьев. – Москва : Издательство «Ось-89», 2009. – 208 с.
6. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування : навч. посіб.: гриф МОН України / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – 6-те вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 230 с.

Тестові завдання

1. Правила етикету почали формуватись:

- А) у XX столітті;
- Б) в епоху середньовіччя;
- В) у давні часи.

2. Етикет це:

- А) сукупність правил, що регламентують виготовлення продукції;
- Б) встановлений порядок поведінки в певному оточенні;
- В) сукупність правил безпеки в надзвичайній ситуації.

3. Сам термін «етикет» виник:

- А) у XVI столітті;
- Б) у XIX столітті;
- В) у XXI столітті.

4. Сукупністю найдоцільніших правил поведінки у сфері професійної діяльності називають:
- А) службовий етикет;
 - Б) світський етикет;
 - В) загальногромадянський етикет.
5. Правила етикету:
- А) розроблені один раз і назавжди;
 - Б) планово змінюються кожні 50 років;
 - В) змінюються в контексті розвитку суспільства.
6. Загальногромадянським етикетом називаємо:
- А) низку загальноприйнятих у певній армії правил;
 - Б) сукупність правил, традицій, умовностей, яких дотримуються приватні особи певного суспільства;
 - В) правила у відносинах між державами та їх офіційними представниками.
7. Становлення етикетних норм обумовлено способом життя людей, а отже, правила поведінки для різних верств населення різнилися.
- А) твердження правильне;
 - Б) твердження неправильне;
 - В) твердження правильне лише для становлення етикетних норм країн Західної Європи.

Питання для обговорення

1. Що Ви знаєте з історії етикету античних часів?
2. Як розвивалися норми етикету в епоху середньовіччя?
3. Формування яких норм етикету пов'язують із 17-18 століттями?
4. Як розвивалися норми етикету в Україні?
5. Які історичні пам'ятки засвідчують становлення етикетних норм у світі?
6. Чи впливає формування та розвиток інформаційного суспільства на етикетні норми?
7. Які види етикету зберігають свою актуальність на сьогодні?
8. Які чинники зумовлюють трансформацію правил поведінки в XXI столітті?
9. У чому Ви вбачаєте важливість дотримання етикетних норм у діловому спілкуванні?
10. Як впливає знання норм етикету на роботу фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи?

Тема 2. Ділове спілкування та сучасні етикетні норми поведінки

Норми, що регулюють стиль роботи, манеру поведінки й спілкування під час вирішення ділових питань, називають діловим етикетом; це визначений порядок і норми взаємовідносин на службі, із керівництвом, у спілкуванні з колегами, партнерами, клієнтами. Основою ділових етикетних норм є: дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, вміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, вміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу чи авторитет тощо.

Різновидом ділового етикету є службовий етикет, він становить собою сукупність найдоцільніших правил поведінки у сфері професійної діяльності. Дотримання правил службового етикету є обов'язковим для всіх, адже це слугує створенню сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, а це, у свою чергу, сприяє підвищенню продуктивності праці.

Етикетні правила, що не втрачають своєї актуальності протягом століть, та сучасні норми поведінки побудовані на базових та етичних засадах. Відомий американських соціолог Дж. Ягер визначив такі базові засади ділового етикету: 1) привітність, доброзичливість та уважне ставлення до інших людей; 2) пунктуальність (зокрема вчасне виконання доручень); 3) належний зовнішній вигляд; 4) конфіденційність (вміння не поширювати інформацію службового користування та конфіденційну інформацію); 5) грамотність (правильність усного та писемного відтворення інформації).

До етичних засад відносимо: увічливість, тактовність, взаємоповагу, гідність, порядність. Увічливість – це дотримання загальноприйнятих правил поведінки, вміння поводитися з людьми відповідно до обставин. Увічлива людина при спілкуванні завжди буде враховувати вік, стать, статус партнера тощо. Тактовність розуміємо як вміння дотримуватись такту в стосунках з іншими людьми. Такт – почуття міри, що підказує найбільш правильний підхід, найбільш делікатну лінію поведінки. Тактовна людина звертає увагу не тільки на зміст своїх слів, дій чи вчинків, а й на їх форму, приховуючи індивідуальні відмінності партнера, його психологічний настрій. Відсутність такту – нетактовність, проявляється в невмінні людини контролювати свою поведінку й керувати емоціями. Нетактовність може виявлятися у фамільярності, коли людина спеціально чи несвідомо порушує певну дистанцію спілкування, що

існує між людьми різного віку, статі, соціального статусу. Взаємоповагу пов'язують із тим, що дотримання правил етикету є елементом поваги до ділових партнерів, до їх національних особливостей, місцевих звичаїв. Гідність – це вміння виходити зі складних ситуацій у ділових стосунках, гідно представляти свій народ, країну, організацію, мати почуття власної гідності, честі, вміння відстояти власні інтереси, власну точку зору. Порядність допомагає людині утримуватися від негативних вчинків: обману, підступності, приниження гідності іншої людини, шахрайства. Навпаки, непорядна людина може підвести, недбало ставитися до роботи, зловживати службовим становищем тощо.

Знання та дотримання правил етикету має різні вияви, які ще називають підсистемами етикету: 1) мовленнєвий або вербальний етикет (регламентує словесні формули спілкування, а також передбачає врахування манери спілкування та правил ведення бесіди); 2) кінетика (жести, міміка, погляд, вираз обличчя) свідчить про ставлення до співрозмовника, характеризують мовця); 3) проксеміка (організація простору в етикеті): урегульовує розташування співрозмовників у просторі, визначає дистанцію між ними, передбачає врахування місця в кімнаті чи за столом можна тощо; 4) речі в етикеті або етикетна атрибутика (одяг, прикраси, подарунки, квіти, символи тощо). Усі окреслені підсистеми етикету виявляються під час ділового спілкування і впливають на його результативність.

Ділове спілкування визначають як спілкування, метою якого є організація й оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників. Історично склалися основні види ділового спілкування, зокрема: безпосереднє й опосередковане. Безпосереднє спілкування – це мовне спілкування, що підкріплюється мімікою, жестами, інтонацією. До опосередкованого спілкування відносять: листування, ЗМІ, книги, соціальні мережі, культурні надбання. У межах безпосереднього спілкування виокремлюють: передання інформації за допомогою мови (вербальне спілкування), використання жестів, міміки, дистанції тощо (невербальне спілкування). Окреслені види спілкуванням обумовлюють дотримання чітко визначених етикетних правил.

Ділове спілкування є специфічною формою контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації. Воно включає обмін інформацією, пропозицією, вимогами, поглядами, мотивацією з метою

розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами, а також укладення угод чи встановлення інших відносин між установами.

Особливостями ділового спілкування є: наявність певного офіційного статусу об'єктів; вирішення ділових питань; спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками зацікавлених організацій; передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються за часом та місцем проведення, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки; конструктивність характеру взаємовідносин, зокрема: їх спрямування на розв'язання конкретних завдань; взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів; значущість кожного партнера як особистості; чітке дотримання загальноприйнятих правил та етикетних норм.

Таким чином, ефективне ділове спілкування – це не стільки обмін інформацією, скільки пошук спільного взаємовигідного рішення, віднайденню якого сприяє дотримання актуальних етикетних норм.

Рекомендована література з теми

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.

2. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.

3. Палеха Ю.І. Ділова етика : навч.-метод. посіб. : гриф МОН України / Ю. І. Палеха. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу, 2000. – 184 с.

4. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.

5. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування : навч. посіб.: гриф МОН України / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – 6-тє вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 230 с.

6. Алехина И. Имидж и этикет в бизнесе / И. Алехина. – 2-е изд., испр. – Москва : Дело, 2005. – 112 с.

Тестові завдання

1. Організацію простору в етикеті називають:

- А) кінесетикою;
- Б) проксемікою;
- В) вербальним етикетом.

2. *Етичними засадами етикету є всі, окрім:*
- А) тактовність;
 - Б) доброзичливість;
 - В) пунктуальність.
3. *Теза є правильною:*
- А) Особливістю ділового спілкування є наявність певного офіційного статусу об'єктів.
 - Б) Тактовність розуміємо як порушення норм такту в стосунках з людьми.
 - В) Етикетні правила, побудовані на базових та етичних засадах, постійно змінюються.
4. *Зоною, передбаченою для ділових зустрічей та перемовин, є:*
- А) інтимна (від 15 до 45 см);
 - Б) соціальна (від 1,2 до 2 м);
 - В) публічна (більше 3,6 м).
5. *Діловий етикет – це ...*
- А) форма ділового звертання та представлення;
 - Б) сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків;
 - В) норми, які регулюють стиль роботи, поведінки та спілкування при вирішенні ділових проблем.
6. *Службовий етикет є різновидом ділового етикету:*
- А) твердження правильне;
 - Б) твердження неправильне;
 - В) твердження суперечливе.
7. *Стиль спілкування (керівництва), який формує відповідальність та ініціативність:*
- А) ліберальний;
 - Б) демократичний;
 - В) авторитарний.

Питання для обговорення

1. Чи сприяє взаєморозумінню грамотність мовців?
2. Чому розташування співрозмовників впливає на ефективність спілкування?
3. Яку із етичних засад Ви вважаєте найважливішою для продуктивного ділового спілкування?
4. Яке значення в діловому спілкуванні має ділова атрибутика?
5. Чи потрібно враховувати етикетні норми при опосередкованому діловому спілкуванні?
6. Які особливості організації простору під час ділової зустрічі Вам відомі?
7. Чи варто говорити про пріоритетність якоїсь із підсистем етикету?

Тема 3. Мовленнєвий етикет фахівця з інформаційної діяльності

Наше життя не можливе без знання мовного етикету, наголошує С. К. Богдан [2], а також зазначає, що людина послуговується ним щодня і, до того ж, не один раз. Ми кілька разів упродовж дня звертаємось один до одного, вітаємось, комусь дякуємо, радімо, просимо, перед кимось доводиться перепросити, когось відрекомендувати, прощасьмо. А ще ми робимо компліменти, відмовляємо, запрошуємо і приймаємо гостей, самі ходимо з візитами, зокрема для вирішення ділових питань. І при цьому користуємось ustalеними виразами та дотримуємось правил, які дозволяють нам досягти потрібного результату, роблять наше спілкування приємним і слугують на користь нашому позитивному іміджеві. Ми робимо це ситуативно без додаткових зусиль свідомості, за стійкою мовною звичкою, напрацьованою з дитинства. Це і є мовленнєвий етикет у дії, який визначається як національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, що реалізуються в системі стійких формул та висловів і рекомендуються для використання в різних ситуаціях контакту зі співрозмовником. Для сучасної ділової людини знати правила мовленнєвого етикету та дотримуватися їх відповідно до ситуації є необхідним. За умовами та змістом ситуації спілкування в системі українського мовленнєвого етикету розрізняють такі види стійких мовних формул: звертання, вітання, знайомство, запрошення, прохання, вибачення, подяка, відмова, скарга, пропозиція, втішання, комплімент, влячність, побажання, прощання.

Елементи мовленнєвого етикету відображають ввічливість співрозмовника, із давнини з їх допомогою демонстрували відсутність ворожості, агресивності, про це свідчив насамперед погляд людини, що й зумовило правило етикету, за яким вітаючись, прохаючи, дякуючи, запрошуючи співрозмовники дивляться один одному у вічі.

Нерідко з форм непроцесуального ділового спілкування починається та ними й закінчується комунікативний процес. Початковий етап спілкування передбачає привітання, звертання та, у разі потреби, знайомство. Вітання – це слова або жести, звернені до кого-небудь під час зустрічі на знак прихильного ставлення, доброзичливості. Звертання – це слово або словосполучення в реченні, що називає особу, якій адресується мовлення, його мета – привернути увагу.

Вибір вітально виразу залежить від різних чинників, передусім від часу їх вживання: *Добрій ранок!* (*Доброго ранку!*), *Добрій день!* (*Доброго дня!*), *Добрій вечір!* (у діловому спілкуванні не варто змінювати порядок слів, оскільки це надає виразові експресивного забарвлення). Поширеними в офіційному спілкуванні, зокрема до великої аудиторії є вирази *Дозвольте привітати Вас!*, *Радий(а,і) вітати Вас!*, *Вітаю Вас!* Часто вітання супроводжується запитанням: *Як справи?*, яке не передбачає детальної розповіді про те, як саме у Вас справи, скоріше це фраза вічливості, яка має на меті демонстрування уважності до співрозмовника й передбачає таку ж вічливу відповідь: *Дякую, добре*. Вирази: *Привіт!* *Здорово!* *Здрастуйте!* *Салют!* і подібні використовуються у повсякденному непрофесійному спілкуванні.

Етикетом передбачено, що першим вітається чоловік із жінкою, молодший за віком із старшим, нижчий за посадою з вищим за посадою. Проте, цивілізованій людині не варто чекати, поки з нею привітається молодший за віком або партнер, нижчий за статусом, іншими словами, першим вітається вихованіший. Жінка може вітатись першою з колегою-чоловіком, якщо: вона приєднується до товариства, наздоганяє чоловіка та якщо цей чоловік – її безпосередній керівник. Вітатись обов'язково із знайомими людьми, бажаним є привітання у громадських місцях із людьми, до яких Ви звертаєтесь (у магазині, лікарні, на пошті, із сусідами в потязі, літакові, навіть якщо Ви з ними не знайомі).

Варто визначитись, чи звертатись до співрозмовника на ім'я чи на ім'я та ім'я по батькові. На ім'я ми звертаємось до добре знайомої людини в неофіційній обстановці, на ім'я та ім'я по батькові (в окремих країнах, зокрема в Україні) – під час ділового спілкування. На початку ХХ століття поширеними були звертання *пане, пані, панно, панове* та звертання *добродію, добродії* у поєднанні із прикметниками *вельмишановний високоповажний*, потім офіційними звертаннями стали *товаришу, товаришко, товариші, громадянине, громадянко, громадяни*. Із кінця ХХ століття у обіг повернулись звертання *пане, пані, панно, панове*, а останніми роками до ділового спілкування повернуто і звертання *добродію, добродії*, хоча звертання *товаришу і товариші* для українців давні, питомі. Усі три варіанти звертання можна застосовувати в діловому спілкуванні, хоча перше (*пане...*) є найпоширенішим. Звертання *пане...* у поєднанні з ім'ям буде доречним у колі друзів, колег, при вирішенні поточних ділових питань (зокрема, якщо таке звертання ініціює сам

співрозмовник, представляючись на ім'я, ім'я з прізвищем). Досить поширеним є поєднання слів *пане...* з прізвищем співрозмовника. Слово *пане...* часто уживають, поєднуючи з назвою посади чи роду занять при звертанні: *пане Президенте (пане Президент), пане професоре, пане директоре*.

Заслугує на увагу й вибір звертання під час промов, на зібраннях, засіданнях, наукових конференціях, бо вид зібрання визначає форму звертання (залежно від аудиторії): *Пані та панове!, Поважні пані та панове!, Вельмишановні пані та панове!* (така форма звертання є найуживаніша), *Дорогі гості!, Шановні колеги!, Високоповажний голово!*

Важливо запам'ятати ім'я співрозмовника, для цього його можна повторити при знайомстві й хоча б два рази – в розмові, це продемонструє уважність до співрозмовника. Якщо під час знайомства відповідають стримано, неприязно, – від знайомства варто відмовитись.

Вибір мовної формули прохання залежить від ситуації та характеру взаємин комунікантів. Будь-яке прохання має бути ввічливим, звучати гідно й достойно. Обираючи етикетний вираз, можна скористатися як прямим: *Прошу (просимо), Дозвольте, Можна Вас просити, Маю до Вас прохання, Прошу Вас, Чи не могли б Ви*, так й опосередкованим проханням: *Чи не могли б Ви допомогти мені?* Варто уникати категоричних прохань: *Я попросив би Вас...* Формула прохання зазвичай супроводжується виразами: *Будь ласка, Будьте ласкаві, Зробіть мені ласку*, іноді розпочинається із вибачення.

Відповіддю на прохання може бути як згода, так і незгода: *Прошу. Будь ласка, На жаль не можу..., Мені шкода, але..., Шкодую, що не зміг..., Із задоволенням би, але..., Охоче, але..., Мені незручно відмовляти, але... Я радий би дозволити, але...*

У сучасній українській мові вибачати – означає виявляти поблажливість до кого-небудь винного. Отож, для того, щоб інші, знаючи провину, були поблажливими, варто скористатись одним із можливих виразів вибачення. Найчастіше використовують слово: *Вибачте, перепрошую*, їх можуть замінити вирази: *Прошу вибачити, Прошу вибачення*, у яких вибачення поєднують із проханням.

Виявом етикетної культури, увічливості є висловлення подяки за послугу, допомогу тощо. Основним засобом вираження подяки в українській мові є слово *дякую*. Разом з ним використовують слова й вислови, додаючи їх попереду: *дуже, щиро, сердечно, щиросердо, красно, безмежно, від усього*

серця тощо. Після слова *дякую* додають вирази, що розкривають причину подяки – за що дякують: *за допомогу, за запрошення, за листа, за гостинність, за підтримку*. Для висловлення вдячності ми часто послуговуємось словом: *спасибі*, його поєднують із прикметниками: *велике, щире, сердечне*. Як репліки-відповіді на подяку вживають стандартні фрази: *Прошу!* (найпоширеніший варіант відповіді у діловому спілкуванні), *Будь ласка!*, *Нема за що (дякувати)*, *Не варто дякувати*, *Мені було приємно тобі (Вам) допомогти*, *Я радий, що зміг допомогти Вам* тощо.

Найпоширенішим виразом прощання є: *До побачення!*, семантика даного виразу вказує на те, що співрозмовники ще зустрінуться. Синонімічним за значенням є вираз: *До зустрічі!*, який можна вживати з елементами конкретизації: *До зустрічі в університеті! До зустрічі ввечері! До зустрічі о п'ятій годині! До зустрічі завтра!* Після завершення ділової зустрічі можна скористатись однією із формул увічливості прощання-подяки: *Добре, що ми про все домовились; Дякую за цінні поради; Дякую, що вислухали мене; Дякую, що знайшли час зустрітись зі мною...* Тим, хто їде у подорож, відрядження, бажають: *Щасливої дороги! Щастя Вам! Щасливо!* Недоречними в діловому спілкуванні будуть вирази: *Чао! Адью! Пока! Па-на!*

Мовний етикет має важливе значення в комунікації науковців, їх поведінка й мова залежить від того, із ким вони спілкуються: учений та його колеги в процесі обговорення наукових питань спілкуються у власне науковому підтилі, а вчений та його учні (студенти) – у науково-навчальному, і відповідно мовні формули добираються з урахуванням ситуації.

Структура мовного етикету в науковому стилі визначається формою спілкування: усною чи писемною. В усному спілкуванні науковців переважають такі елементи мовленнєвого етикету: вітання, звертання, подяка, прощання. Вибір мовної формули етикету підпорядковується видові та жанрові публічного виступу. Звертання слугують не лише для встановлення контакту зі слухачами на початку лекції, доповіді, бесіди, а й для активізації уваги слухачів. На початку лекції викладач зазвичай використовує привітання, іноді зі звертанням: *Добрий день! Доброго дня!*, додавши: *студенти... курсу (шановні студенти... курсу)*. На конференції свого колегу можна привітати: *Радий Вас вітати в нашому університеті (місті)!* Під час публічного захисту дипломного проекту, дисертації доповідач звертається до голови та членів комісії (*Шановний голово комісії, шановні члени комісії*). Дане звертання варто

використовувати перед початком своєї доповіді на захисті, розпочинаючи з привітання, наприклад: *Доброго дня, шановний голово комісії, члени комісії та усі присутні, дозвольте запропонувати Вашій увазі дипломну роботу на тему....*

Традиційними є й форми подяки під час захисту роботи за активну співпрацю, допомогу, поради: *Дякую за увагу! Дякую за запитання!* (дану фразу слід говорити після кожного запитання на Вашу адресу) *Дякую рецензентові за слушні зауваження! Дякую керівникові за допомогу та цінні зауваження!*

Стереотипність притаманна й виразам прощання: на лекції викладач зазвичай користується нейтральними виразами: *До побачення! До зустрічі! До наступної лекції! До зустрічі на семінарському занятті!*

У системі наукового етикету під час полеміки згода чи заперечення подаються в нейтральній формі (констатація поглядів інших вчених) (саме ці формули мовленнєвого етикету частіше притаманні писемному спілкуванню науковців): *ми цілком погоджуємося з думкою автора; як справедливо (слухно) зазначає автор* тощо. У разі незгоди етикет наукового спілкування передбачає виклад інформації в пом'якшеній формі: *доцільно було б, хотілося б, із вставними словами: мабуть, напевно, можливо, очевидно, на нашу думку.* У цьому випадку дієслово умовного способу надають незгоді відтінку побажання: *хотілося б..., доцільно було б..., краще було б...,* що уєуває категоричність вислову й демонструє тактовність співрозмовника. Критичне зауваження щодо роботи варто подавати в контексті позитивної оцінки (у роботі Ви ретельно досліджуєте..., однак чи приділяєте ви увагу..., цілком доречним у роботі є ваше трактування понять..., однак тлумачення даного поняття потребує уточнення...).

Варто також пам'ятати, що в науковому стилі як в усному, так і в писемному мовленні потрібно вживати авторське «ми» (*на наш погляд, ми переконані, ми дотримуємось іншої класифікації, висновки, яких ми дійшли в результаті проведеного дослідження...*).

Таким чином, використання формул українського мовленнєвого етикету обумовлюється: часом, місцем спілкування, його метою та рівнем знайомства комунікантів, їх віком, статтю, посадою й водночас відзначається варіативністю, синонімічністю та багатством доречних мовних формул, що засвідчує гнучкість правил етикету.



Рекомендована література з теми

1. Богдан С. К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. – Київ : Рідна мова, 1998. – 475 с.
2. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.
3. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. / Я. Радевич-Винницький. – Львів : Сполом, 2001. – 224 с.
4. Стахів М. О. Український комунікативний етикет : навч.-метод. посіб. / М. О. Стахів. – К. : Знання, 2008. – 245 с.
5. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.
6. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник: гриф МОН України / Г. Л. Чайка. – Київ : Знання, 2005. – 442 с.

Тестові завдання

1. Теза є правильною:

- А) Для сучасної ділової людини користуватися правилами мовленнєвого етикету відповідно до ситуації є необхідним.
- Б) Відповіддю на прохання може бути лише згода: *Так!*
- В) Звертання пане... на сьогодні майже не використовують в українському мовленнєвому етикеті.

2. Досить поширеним є поєднання слів пане... пані...зі словами..., окрім:

- А) імені;
- Б) назви посади;
- В) узагальненої назви: людина, чоловік, жінка.

3. У відповідь на запитання Як справи? варто:

- А) розповісти про те, що Вас хвилює;
- Б) промовчати;
- В) подякувати, відповісти кількома словами й запитати про справи співрозмовника у відповідь.

4. Хто вітається першим?

- А) жінка з чоловіком, якщо він молодший за віком;
- Б) найвихованіший;
- В) керівник з підлеглим.

5. Який із запропонованих висловів використовують як опосередковане прохання?

- А) До зустрічі о п'ятій годині!
- Б) Дозвольте привітати Вас!
- В) Чи не могли б Ви допомогти мені?

6. Жінка вітається з чоловіком першою:
- А) якщо вона підходить до товариства чоловіків;
 - Б) зі своїм підлеглим;
 - В) із молодшим за віком колегою.
7. Спілкуючись у науковому стилі, варто віддавати перевагу авторському «ми».
- А) твердження правильні;
 - Б) лише в усному науковому мовленні;
 - В) лише в письмовій формі наукового мовлення.

Питання для обговорення

1. Які особливості використання мовленнєвих формул привітання та прощання на міжнародному рівні Вам відомі?
2. Якими мовними конструкціями варто скористатись, щоб висловити згоду / незгоду, прохання та подяку при спілкуванні з іноземними діловими партнерами?
3. Які із мовних формул є відзеркаленням поваги до співрозмовника? Коли саме такі мовні формули будуть доречними?
4. Яку роль відіграють компліменти в діловому спілкуванні?
5. Чи позначились на мовленнєвому етикеті процеси, що безпосередньо пов'язані із формуванням інформаційного суспільства?
6. Чи доречним буде поєднання різних формул мовленнєвого етикету?
7. Чи згодні Ви з думкою, що знання та вільне володіння іноземною мовою більше сприяє встановленню та підтриманню ділових стосунків, зокрема з урахуванням послугоування формулами мовленнєвого етикету, ніж використання послуг перекладача?
8. Які особливості знайомства / представлення на етикетному рівні Вам відомі?
9. Яке значення має мовленнєвий етикет для встановлення продуктивних тривалих ділових стосунків?
10. Чи важливе знання мовленнєвого етикету для фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи?

Тема 4. Техніка ділового спілкування

Інформація, яку ми подаємо, та манера її подання свідчать про наше походження, освіту, вихованість та самодисципліну. Метою процесу говоріння є виголошення інформації. Для того, щоб повідомлення було сприйнято правильно, необхідно (за О.В.Кубраком [8]): добре знати тематику зустрічі, говорити по суті справи; спланувати своє повідомлення, викладати його ясно та чітко; наводити доречні факти; прагнути привернути до себе увагу, стежити за ходом розмови; говорити правильно, використовуючи літературну форму мови спілкування; говорити задля досягнення поставленої мети.

Для того, щоб ваше мовлення під час ділової зустрічі було ефективним, варто: акцентувати увагу на важливих словах, підпорядковуючи їм менш важливі, використовувати для цього силу голосу; змінювати темп мовлення, що сприяє його виразності, робити паузи до та після важливих слів; говорити спокійно, виважено, не піддаватись роздратуванню, у разі роздратування зробити паузу, опанувати себе й ніколи не опускатись до відповіді грубощами на грубощі; пам'ятати, що останнє слово може бути й за співрозмовником.

У процесі говоріння слід уникати просторічних, діалектних та жаргонних елементів, виражати незгоду в занадто категоричній чи навіть грубій формі, робити зауваження щодо національної приналежності, соціального рівня тощо. Однак варто: запам'ятати ім'я та ім'я по батькові співрозмовника, а також його посаду (для іноземних партнерів варто заздалегідь поцікавитися титулом) тощо.

Уміння слухати надає можливість отримати потрібну інформацію та створює необхідні умови для проведення ділової бесіди. Для того, щоб слухання було результативним, варто: стежити за собою і слухати набагато більше, ніж говорити, адже люди поділяються на дві групи: одні слухають для того, щоб почути, а інші слухають, щоб швидше сказати щось своє; навчитися співпереживати (це дозволяє краще зрозуміти мовця), подивитися на ситуацію його очима; слухаючи іншу людину, не варто засуджувати її манеру висловлювати свої думки, і разом із цим стежити за своєю манерою говоріння, бо незвичайна побудова речень або насиченість розповіді словами-паразитами може викликати в людини відчуття переваги над співрозмовником, і тоді вся розмова буде сконцентрована на цих особливостях, а не змісті інформації, яку він хоче сказати.

Чинники, що заважають слухати: зосередженість на власних проблемах та спробі їх вирішення під час ділової зустрічі; поспішність суджень, критичність, негативність сприйняття іншої особи. Увага часто спрямовується на помилки, недоліки мови, поведінки мовця, і значно менше – на щось нове, цінне, корисне; упередження проти того, хто говорить (недосвідченість співрозмовника, попередній досвід непродуктивного спілкування чи неправильних дій); прагнення самоствердження (часто співрозмовники в процесі розмови займаються обмірковуванням своїх слів, порад чи зауважень).

Ще однією важливою складовою ефективного ділового спілкування з урахуванням сучасних етикетних норм є вміння формулювати питання, що вимагає досконалого володіння мовою, уміння сприймати комунікативні вияви

партнера, особливо невербальних сигналів і здатність відрізнити щирі відповіді від ухильних. Саме в процесі постановки питань та відповіді на них слід обов'язково враховувати знання з психології, зокрема на рівні індивідуальних характеристик та врахування ситуації. Незрозумілі, недоречні чи нетактовні запитання можуть спричинити конфлікт.

Сам факт запитування засвідчує бажання співрозмовника спілкуватись. До запитань, що забезпечують продуктивний зовнішній діалог (поєднання змісту, форми та мети запитання), належать: інформаційні (мета – отримання інформації), дзеркальні (повторення вислову партнера в запитальній формі й прагнення змусити його подивитись на речі під іншим кутом), естафетні (мета – випередити висловлювання партнера).

Уміння сформулювати запитання дає можливість тактовно спрямовувати розмову в потрібне русло, взяти на себе ініціативу, часто це є шляхом до вирішення проблем.

Традиційно білінгвізм сприймаємо як позитивне явище: ми вивчаємо іноземну мову й це незаперечний плюс для нашого розвитку та діяльності, а чи можемо ми вільно використовувати рідну мову? На сьогодні така проблема існує, тому підвищення рівня володіння мовою – це не проста й дуже кропітка справа, недарма лінгвісти зазначають: іноземну мову можна опанувати за кілька років на достатньому рівні, особливо, якщо поєднати посилене вивчення та можливість спілкування в мовному середовищі, а рідну мову треба вивчати все життя. До основних ознак культури мовлення варто віднести: правильність, багатство, доречність, виразність, чистоту мовлення. Урахування цих ознак сприяє ефективності мовлення, оскільки забезпечує найкращий варіант відтворення інформації на мовному рівні. Разом з тим, недоречним є вживання діалектизмів, надмірне захоплення просторічною лексикою, канцеляризмами, запозиченнями. Уживання цих слів може бути доречним у відповідному стилі чи ситуації, а вжиті без потреби, вони роблять мову незрозумілою й важкою для сприйняття. Обережно слід вживати і професійні терміни, які можуть бути незрозумілими співрозмовникові або бути неправильно витлумачені.

Таким чином, уміння говорити, ставити слушні запитання, а також уміння слухати забезпечать ефективність ділового спілкування, а доречне використання актуальних етикетних норм сприятиме його продовженню.

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.
2. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.
3. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.
4. Резчиков Е. А. Деловая этика: Учеб. пос. – 3-е изд., доп. / Е. А. Резчиков. – Москва : МГИУ, 2005. – 116 с.
5. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.
6. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник: гриф МОН України / Г. Л. Чайка. – Київ : Знання, 2005. – 442 с.
7. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування : навч. посіб.: гриф МОН України / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка . – 6-те вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 230 с.

Тестові завдання

1. *Незрозумілі, недоречні чи нетактовні запитання можуть спричинити конфлікт?*
 - А) так, можуть;
 - Б) ні, від запитань не залежить продуктивність спілкування;
 - В) немає правильної відповіді.
2. *До запитань, що забезпечують продуктивний зовнішній діалог, належать усі, окрім:*
 - А) естафетні;
 - Б) дзеркальні;
 - В) провокаційні.
3. *При формулюванні запитань варто уникати:*
 - А) загальноновживаних слів;
 - Б) слів увічливості;
 - В) просторічних слів.
4. *До чинників, що заважають слухати, варто віднести:*
 - А) пильну увагу до мовлення ділового партнера;
 - Б) зосередженість на власних проблемах;
 - В) уміння співпереживати.

5. До основних ознак культури ділового мовлення традиційно належать:

- А) логічність, правильність та виразність;
- Б) виразність, чистота мовлення та психологічність;
- В) багатство мовлення, артистичність та доречність.

6. Незвичайна побудова речень або насиченість розповіді словами-паразитами може викликати в співрозмовника відчуття дискомфорту.

- А) твердження правильне;
- Б) твердження неправильне;
- В) уживання співрозмовником слів-паразитів не впливає на сприйняття інформації.

7. Витердження висловлювання партнера є основною функцією запитань:

- А) інформаційних;
- Б) дзеркальних;
- В) естафетних.

Питання для обговорення

1. Які етикетні правила сприяють тривалості та продуктивності ділового обговорення?
2. Як Ви розумієте поняття «білінгвізму»? Чи варто трактувати його як явище позитивне, чи негативне?
3. Коли, на Вашу думку, вміння промовчати є віддзеркаленням дотримання етикетних норм, а коли може трактуватись, як їх порушення?
4. Які види запитань у діловому обговоренні будуть недоречними, а які необхідними?
5. Чи впливає стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій на техніку ділового спілкування?
6. Як Ви розумієте поняття активного/пасивного слухання?
7. За яких ситуацій перепитування та уточнення інформації буде доречним і чому?
8. Яку роль відіграє вміння говорити, слухати та формулювати запитання в діяльності фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи?

ЧАСТИНА 2

СПЕЦИФІКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ЕТИКЕТНИХ НОРМ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ

Тема 5. Невербальне ділове спілкування в інформаційній галузі

Існує припущення, що думка про людину складається в перші 15 – 20 секунд спілкування. Із наукової точки зору, коли ми говоримо про людину, то часто маємо на увазі її здатність розуміти невербальні сигнали й зіставляти їх із вербальними. Різні люди по-різному реагують на невербальні сигнали, це залежить від рівня чутливості людини та від її вміння розшифровувати інформацію, передану за допомогою невербальної комунікації. Невербальні сигнали можуть бути вродженими або набутими; передаватися генетично або виховуватися в культурному середовищі.

При трактуванні невербальних засобів комунікації, як наголошують Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко Т. Д. Іщенко та інші [5], варто звертати увагу на національні традиції співрозмовників, оскільки вони можуть мати різне значення або відтінки значень у представників різних народів. Наприклад, майже всі європейці, хитаючи головою зверху вниз, передають згоду, болгарини – незгоду, японці підтверджують, що уважно слухають співрозмовника. До вроджених невербальних знаків відносимо: рух схрещувати руки на грудях; посмішку; кивання головою на знак згоди; похитування головою із боку в бік на знак незгоди; потиск плечима на знак нерозуміння чи незнання чогось. Разом з тим, більша частина нашої невербальної поведінки набута. Значення багатьох жестів і рухів зумовлені культурним середовищем, у якому ми живемо.

Жести – це виражальні рухи рук. За своєю природою та функціональним призначенням Я. Радевич-Винницький [14] виокремлює різні види жестів: Ритмічними жестами виділяють певні частини висловлювання, вказують на їх межі, відзначають пришвидшення чи сповільнення мовлення, сприяють виділенню слів логічним наголосом, таким чином підкріплюючи інтонацію мовлення. Емоційні жести підсилюють вираження почуттів: захоплення, радість, подив чи розчарування: ми розводимо руками, беремось за голову тощо. Емоційні рухи в діловому спілкуванні часто суперечать нормам етикету, однак нахил вперед як ознака зацікавленості знаходиться в межах дотримання

етикетних норм. Такі жести ще називають жестами-адаптерами. Вказівні жести або жести-регулятори виконують функцію виділення предмета, деталі, місця тощо. Подібні до них жести-ілюстратори, які використовуються для пояснення виголошеної інформації. Зображальними жестами люди намагаються «намалювати» предмети, тварин, інших людей, зосереджуючи увагу на їх формі, розмірах, рухах, прикметних особливостях. Такі жести часто використовують в інтернаціональному спілкуванні, особливо за наявності мовного бар'єру. Етикетними нормами поведінки вони не передбачені. Жести-символи використовують для інформування про дії, властивості, наміри тощо, лише окремі з них можуть використовуватись у діловому спілкуванні.

Широкі рухи привертають до себе увагу, їх використовують ті, хто хоче бути помітним. Дрібні рухи справляють протилежне враження, їм надають перевагу ті, хто з певних причин не хоче привертати до себе увагу – люди скромні, які не бажають привселюдно виявляти свої емоції, почуття.

Представники всіх народів і культур виявляють свої емоції схожим виразом обличчя. Разом з тим, існують відмінності в мімічних проявах: для китайців підняті брови – знак гніву, а для американців та мешканців європейських країн – здивування.

Найбільш виразним мімічним виявом є посмішка, за допомогою якої передається широкий спектр почуттів і відносин – під іронії до захвату. У діловому спілкуванні найчастіше трапляється пом'якшувальна посмішка, якою керівник часто користується, відхиляючи ідею, що пропонується, чи критикуючи підлеглого.

Варто звернути увагу, що рухома міміка характерна для імпульсивної поведінки. Малорухома міміка зазвичай вказує на постійність душевних процесів. Вона свідчить про рідко змінюваний, стабільний настрій. Така міміка асоціюється зі спокоєм, розсудливістю, надійністю і врівноваженістю, разом з тим, це може бути виявом стриманості людини.

У діловому спілкуванні надзвичайно важливо враховувати особливості розташування/дистанціювання співрозмовників. У кожної людини є своя особиста територія, вона приватна: дім/офіс, автомобіль, кімната/робочий кабінет, улюблене крісло/робоче місце та повітряний простір навколо тіла. Цю територію можна поділити на чотири основні зони: інтимна зона (від 15 до 45 см); особиста зона (від 45 см до 1,22 м); соціальна зона (від 1,22 до 3,6 м) та публічна зона (від 3,6 м). Для комфортного ділового спілкування варто тримати

дистанцію. Знання цих зон та врахування їх особливостей засвідчують обізнаність учасників спілкування з прийнятими правилами, а саме: слід дотримуватись міри в дистанціюванні (не треба надмірно віддалятися чи надто наближатись до партнера); дистанція між партнерами повинна відповідати ситуації; найбільш важливими ідеями, інформацією з партнером обмінюються в особистій зоні; перші фрази краще говорити на відстані соціальної зони; не варто починати спілкування з відстані більш ніж 4 м; відстань треба долати поступово; не порушувати визначену зону. Спілкування на інтимній відстані відбувається тільки з тим, хто знаходиться в тісному емоційному контакті з людиною: діти, батьки, чоловік, дружина, близькі, друзі. Зазвичай наша інтимна зона порушується тою чи іншою людиною з двох причин: 1) коли «порушник» є близькою людиною, – це не спричинює дискомфорту, 2) коли «порушник» виявляє агресивність чи претендує на нашу приватну територію. За такої ситуації, як зазначають психологи та фізіологи, відбувається мобілізація організму і спрацьовує механізм самозахисту. Така дистанція спілкування не використовується для обговорення та вирішення ділових питань.

Особисту зону розуміємо як відстань, яка відокремлює комунікантів на напівофіційних частинах різних заходів та дружніх зустрічах. Дотримуючись особистої відстані, люди спілкуються на конференціях, перемовинах тощо. На такій дистанції не відбувається фізичного контакту (за винятком рукостискання). Найчастіше така дистанція обирається для спілкування зі знайомими, колегами або просто між приємними один одному співрозмовниками. Це «дистанція симпатії»: чим меншу відстань для розмови обирають люди в межах даної зони, тим більше вони один одному симпатизують. До того ж межі даної зони можуть залежати від низки чинників: від психологічного типу людей (у екстравертів особистий простір менше, ніж у інтровертів); від щільності населення людей у місці їх проживання; від національних традицій і звичаїв. Отже, розміри особистої просторової зони є соціально й національно обумовленими.

Соціальної зони в спілкуванні дотримуються із малознайомими співрозмовниками, а оскільки ділові зустрічі й мають на меті встановлення та закріплення ділових контактів, саме соціальна зона найчастіше є найоптимальнішою для ділового спілкування, зокрема на офіційному/урочистому рівні. Варто зауважити, що вибір соціальної зони на

перемовинах обумовлений і проведенням їх із розташуванням за столом. За нормами ділового етикету підготовка та проведення ділових зустрічей передбачає врахування форми столу, його оформлення, розсаджування учасників перемовин тощо. Також, людям часто не подобається мати за спиною неконтрольований простір. Тому, щоб почувати себе комфортно в будь-якій ситуації, людина намагається зайняти таке положення, щоб не відчувати за спиною порожнечі. Якщо дозволите співрозмовнику зайняти таке безпечне положення, це створить комфортні умови спілкування.

Публічною є відстань між адресантом та великою кількістю людей (наприклад, під час публічних виступів, промов тощо). Вона дозволяє донести вербальну й значну частину невербальної інформації до слухачів. Варто пам'ятати, що вибір дистанції залежить від взаємних стосунків між людьми, від індивідуальних особливостей людини національних традицій, віку, статі, стану здоров'я, умов спілкування тощо.

Під час інтерпретації окремо взятого руху потрібно бути вкрай обережним. Намагаючись розібратися в багатоманітті людських жестів, слід пам'ятати про ситуативні умови процесу спілкування, особливості характеру й культурного середовища людини й, відповідно, кожен жест розглядати в сукупності з іншими невербальними засобами комунікації.

Рекомендована література з теми

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Ішенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.

2. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.

3. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник; гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.

4. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. пос. / Ю.І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008 – 356 с.

5. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. / Я. Радевич-Винницький. – Львів : Сполом, 2001. – 224 с.

6. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.

7. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник: гриф МОН України / Г. Л. Чайка. – Київ : Знання, 2005. – 442 с.

8. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування : навч. посіб.: гриф МОН України / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – 6-те вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 230 с.

Тестові завдання

1. Яка із дистанцій ділового спілкування передбачена для виступів перед великою аудиторією?
 - А) інтимна;
 - Б) соціальна;
 - В) публічна.
2. Невербальні сигнали можуть бути як вродженими, так і набутими:
 - А) так, твердження правильне;
 - Б) ні, твердження хибне;
 - В) це властиво лише окремим людям.
3. Які види жестів є недоречні в діловому спілкуванні?
 - А) жести-ілюстратори;
 - Б) жести-символи;
 - В) зображальні жести.
4. Яка із зон спілкування є найбільш доречною під час ділового обговорення:
 - А) інтимна;
 - Б) особиста;
 - В) публічна.
5. Малорухома міміка свідчить про:
 - А) спокійну вдачу;
 - Б) імпульсивність натури;
 - В) підвищену емоційність.
6. При спілкуванні з великою кількістю людей, зокрема під час виступу, варто підтримувати зоровий контакт із більшістю присутніх:
 - А) так, твердження правильне;
 - Б) ні, варто підтримувати зоровий контакт зі знайомими, дивитись в очі незнайомим під час виступу – неввічливо;
 - В) ні, оберіть одного-двох співрозмовників і підтримуйте зоровий контакт з ними.
7. Які неканонічні знаки не суперечать нормам ділового етикету?
 - А) зітхання
 - Б) позіхання
 - В) сміх

Питання для обговорення

1. Чи залежать засоби невербальної комунікації від національної приналежності співрозмовника?
2. Які чинники впливають на вибір дистанції під час спілкування?
3. Які види жестів не використовують у діловому спілкуванні?

4. Яку роль відіграє міміка у встановленні тривалих продуктивних ділових стосунків?
5. Які із неканонічних звукових знаків суперечать нормам ділового етикету?
6. Чи варто враховувати в діловому спілкуванні контакт очей?
7. Яке значення має усмішка на етапах встановлення та підтримання ділових контактів?
8. Які аспекти невербального спілкування варто враховувати в першу чергу при проведенні онлайн-конференцій, онлайн-нарад?
9. Які невербальні засоби комунікації мають однакове трактування на міжнародному рівні?

Тема 6. Етикетні норми під час організації та проведення ділового обговорення

Ділове спілкування регулює офіційні ділові стосунки й існує в двох формах: усній і писемній. Усне ділове мовлення – це спілкування людей під час виконання ними службових обов'язків (під час бесід, нарад, приймання відвідувачів тощо). Це може бути мовлення однієї службової особи з іншою або з групою людей. Писемне ділове спілкування є вторинним, часто відтворюється у формі монологу.

Як зазначають Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко Т. Д. Іщенко та інші [5], усне мовлення ділової людини має бути: виразним (потрібно з чіткою дикцією вимовляти кожне слово); точним і недвозначним (використовувати слова з прямим значенням); логічним (продумувати кожен фразу, викладати думки послідовно, логічно); відповідним ситуації мовлення (кожен службовець повинен пам'ятати: *що – кому – коли – де – чому – про що* говорити й відповідно добирати мовні засоби); нестандартним; доречним; змістовним; стислим (недарма кажуть, що багато говорити – не завжди означає багато сказати).

Специфічність ділового спілкування зумовлюють ситуативні чинники, однак існують загальні правила, яких бажано дотримуватися: сформулювати конкретну мету спілкування, скласти план його проведення; створити атмосферу довіри і взаєморозуміння, привернути увагу партнера, говорити про спільні проблеми; уміти переконливо висловлювати свої думки, уважно слухати і ставити запитання; не відволікатися від поставленої мети, правильно сприймати партнера й контролювати свої емоції; робити нотатки, фіксуючи надану інформацію; закінчувати обговорення після досягнення мети.

На процес спілкування і його ефективність впливає низка суб'єктивних чинників, зокрема Ю. І. Пелеха [13] виділяє наступні: зовнішність людини: привабливість чи непривабливість; фізична врода, почуття смаку, що проявляється в зовнішньому вигляді; вираз очей і обличчя: міміка обличчя, пропорційність, зміна виразу; інтелект, професійна компетенція, яка проявляється в розумінні даної проблеми, прийнятті відповідного рішення й відповідних дій; мотивація, що характеризує зацікавленість сторін у перемовинах, їх істинні інтереси, які можуть бути завуальовані; моральний чинник, який проявляється через психологічні якості, риси людини, її життєві принципи, світогляд, життєве кредо; емоційний чинник як прояв ставлення до партнера, психологічна установка на нього, формування першого враження. Також надзвичайно важливою є ситуація, за якої відбувається ділове спілкування, відповідний час та простір.

Різновидами усного спілкування є: бесіди, виступи, промови, доповіді, дискусії, перемовини тощо. Бесіда належить до діалогічного спілкування, можна виділити основні її стадії: початок розмови, подання інформації, аргументація/контраргументація, прийняття рішення. Бесіда вибудовується на основних засадах спілкування: звернути увагу співрозмовника; викликати в нього зацікавленість; детально обґрунтувати розмову; виявити інтереси й усунути сумніви; втілити інтереси співрозмовника в остаточне рішення. Окреслені засади визначають мету бесіди: сприяти активізації зусиль партнерів для забезпечення співробітництва та взаємовпливу. Виділяють такі функції бесіди: обмін інформацією; контроль і координація вже розпочатих дій; взаємне спілкування людей під час виконання виробничих завдань; підтримка ділових контактів на рівні підрозділів, регіонів, держав; пошук, висунення й оперативне розроблення робочих ідей; активізація мислення в новому напрямку; розв'язання етичних проблем тощо. Виходячи з професійної спрямованості, бесіди поділяють на управлінські, педагогічні, правові, медичні та інші, досить часто спільна праця людей починається, супроводжується й завершується за допомогою ділових бесід.

Залежно від кількості учасників бесіди поділяються на індивідуальні та групові. Індивідуальна бесіда – це діалог двох співучасників, які є важливими одне для одного і прагнуть (обоє або один) досягти певної мети. Індивідуальна бесіда сприяє зближенню поглядів співрозмовників, встановленню між ними контакту, довіри і взаєморозуміння.

Дуже важливим етапом встановлення та підтримання ділових стосунків є підготовка до бесіди: обрати місце для проведення бесіди (зазвичай це робочий кабінет ініціатора зустрічі або конференц-зали компанії) важливим кроком до успіху ділової зустрічі є правильний вибір часу і дня тижня, для цього потрібно враховувати обставини ділового життя, ділові звички партнерів, години їх оптимальної працездатності (не потрібно планувати зустріч безпосередньо перед обідом, чи відразу ж після обіду, не варто призначати важливу ділову зустріч на першу половину понеділка або другу половину п'ятниці, необхідно обговорювати тривалість зустрічі. Обов'язково дотримуватись заздалегідь визначеного часу проведення зустрічі; домовившись про час проведення зустрічі, необхідно бути точним, бо запізнення розглядається як зневага до сторони, яка ініціює зустріч, у випадку незначної затримки потрібно попередити співрозмовника й перепросити за запізнення (варто пам'ятати, що організатор зустрічі, дочекавши запрошеного на бесіду 15 хвилин, перейде до вирішення своїх поточних справ, передоручивши зустріч своїм заступникам або і зовсім відмовиться від зустрічі); про організацію ділової зустрічі можна домовлятися як особисто, так і за допомогою телефонна та електронної пошти (останній варіант домовленості передбачає підтвердження про зустріч), якщо учасники бесіди не є співробітниками однієї компанії, про зустріч домовляються за 2 – 3 дні; варто з'ясувати все необхідне про співрозмовника, зокрема його ставлення до ініціатора бесіди, особливості спілкування; зібрати й систематизувати інформацію, необхідну для розмови; визначити мету, стратегію та тактику проведення бесіди, скласти детальний план розмови, виділити базові слова, ключові речення.

Під перемовинами розуміємо обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди. Вони можуть мати як неофіційний, так і протокольний характер. Перемовини призначені для того, щоб на основі взаємного обміну думками укласти угоду, що відповідає інтересам обох сторін і досягти результатів, які задовольняють усіх її учасників. Процес планування перемовин поділяють на три етапи, проведення яких є досить тривалим у часі: підготовка, безпосереднє ведення перемовин, аналіз результатів і підсумків. Підготовка до перемовин включає два основні напрями роботи: вирішення організаційних питань і відпрацювання основного процесу перемовин.

Організаційними питаннями проведення ділових перемовин, як слушно зазначають Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші [5], є: складання плану прийому партнерів; формування групи учасників; визначення місця та часу проведення перемовин; складання порядку денного кожного засідання; погодження із зацікавленими сторонами усіх необхідних питань. Організаційне вирішення цих питань необхідно доручити найбільш відповідальним і серйозним працівникам. Вдала підготовка до перемовин передбачає завчасний розгляд максимально можливої кількості варіантів рішень, під час підготовки варто поміркувати над відповідями на ймовірні запитання, цей етап також передбачає й завчасну підготовку всіх необхідних документів.

Часто основна проблема перемовин полягає не в конфлікті позицій, а в конфлікті потреб, бажань та побоювань, інтересів. Щоб досягти результату угоди, варто врахувати інтереси обох сторін, для цього необхідно пояснити свої інтереси (чітко і зрозуміло їх висловлювати, переконливо обґрунтовувати), визнати інтереси іншої сторони, обговорити спільну мету, бути конкретним, але гнучким і водночас захищати свої інтереси. До найцінніших якостей учасника перемовин відносять терпіння, тактовність, дипломатичність та уміння зберігати спокій. Дотримання етикету перемовин – це проведення їх навіть краще, ніж це необхідно.

Отже, будь-яке ділове обговорення передбачає врахування ситуації, ретельну підготовку та дотримання всіх актуальних етикетних норм на національному рівні, а за умови проведення ділових перемовин з іноземними партнерами – на міжнародному рівні.

Рекомендована література з теми

1. Деловой контракт с зарубежным партнером : исправ. изд. / общ. ред. А. В. Плотникова. – Киев : Либра, 1993. – 188 с.

2. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів : навчальний посібник / В. П. Галушко. – 1-ше вид. – Вінниця : Нова Книга, 2002. – 226 с.

3. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.

4. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.

5. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. пос. / Ю.І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008 – 356 с.

6. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.

Тестові завдання

1. *Усне ділове мовлення має бути:*

- А) імпровізованим, експресивним та переконливим;
- Б) змістовним, емоційним та доречним;
- В) точним, логічним та стислим.

2. *На ефективність ділового спілкування впливає мотивація, що характеризує зацікавленість сторін у перемовинах:*

- А) так, твердження правильне;
- Б) ні, твердження хибне;
- В) мотивація на хід перемовин не впливає.

3. *До функцій бесіди належать усі, окрім:*

- А) взаємне спілкування людей під час виконання виробничих завдань;
- Б) підтримка ділових контактів на рівні підрозділів;
- В) демонстрування своїх вражень та емоцій від нещодавно пережитої пригоди.

4. *Найоптимальнішим часом проведення ділової бесіди із запропонованих є:*

- А) перша половина дня (понеділок);
- Б) друга половина дня (вівторок);
- В) друга половина дня (п'ятниця).

5. *Підготовка до перемовин переобачає врахування всіх окреслених аспектів, окрім:*

- А) врахування уподобань ділових партнерів в одязі;
- Б) врахування часу, місця та тривалості перемовин;
- В) підготовка необхідної документації.

6. *На ділове інтерв'ю треба приходити:*

- А) завчасно на 20 – 30 хвилин;
- Б) із незначним запізненням;
- В) вчасно.

7. *Яка з названих рекомендацій, що стосується ділового обговорення, є хибною:*

- а) у висновках недоречно ще раз наголошувати на головних моментах виступу;
- в) не потрібно перепрошувати: *Мені не все добре вдалося...* тощо;
- г) прощаючись, висловлюють подяку за приділений час.

1. На які правила етикету варто взважати під час ділової бесіди на початковому, основному та завершальному етапах?
2. Які правила підготовки та проведення ділової бесіди з урахуванням сучасних етикетних норм з позиції ініціатора бесіди варто виділити?
3. Які норми етикету необхідно знати та демонструвати під час ділової бесіди, якщо Вас запросили на обговорення?
4. Які норми етикету варто врахувати, якщо Ви готуєте зустріч іноземної делегації?
5. Яким чином запобігти конфліктній ситуації під час ділових перемовин?
6. Які шляхи вирішення конфліктної ситуації Вам відомі?
7. Чи є порушенням етикету скасування перемовин? Які обставини можуть слугувати підставою для цього? Які норми етикету варто врахувати за такої ситуації, щоб не втратити нагоду встановлення/підтримання партнерських стосунків?

Тема 7. Обговорення ділових питань на офіційному та неофіційному рівнях: ділові прийоми

Ділові прийоми є важливою формою спілкування в бізнесі. Влаштовуються прийоми у зв'язку із якою-небудь видатною подією, на честь іноземної делегації чи високого гостя, а також у запланованому порядку.

Залежно від часу, на який вони призначені, прийоми поділяються на денні та вечірні, а також із розсаджуванням за столом чи без. Основними видами прийомів є «Келих шампанського», «Келих вина», «Сніданок», «Обід», «Обід-буфет», «Вечеря», прийоми типу фуршет, коктейль. До денних прийомів належать: «Келих вина», «Келих шампанського» та «Сніданок». Усі інші прийоми є вечірніми. До прийомів з розсаджуванням за столом належать «Сніданок», «Обід» та «Вечеря».

«Келих шампанського» та «Келих вина» починаються о 12-й годині та закінчуються о 13-й. Під час такого прийому подаються лише напої, традиційно це шампанське, вина та соки. На закуску подають маленькі тістечка, бутерброди, горіхи. Цей вид прийому зручний тим, що займає небагато часу й не потребує багато уваги. Прийом проводиться стоячи. Форма одягу – повсякденний костюм чи сукня.

«Сніданок» влаштовується між 12-ю та 15-ю годинами. Частіше він починається о 12³⁰ чи 13³⁰. Триває 1–1,5 години, із яких приблизно годину гості проводять за столом, інший час – за кавою (кава чи чай можуть бути подані до

того ж столу чи до вітальні). Подають до сніданку одну-дві холодні страви, одну рибну чи м'ясну, десерт. Коли гості зібралися, їм пропонують аперитив. Після завершення сніданку подають чай, каву. Форма одягу – повсякденний костюм чи сукня, якщо інше не зазначене в запрошенні.

«Коктейль» розпочинається між 17-ю та 18-ю годинами, триває не більше двох годин, відбувається стоячи. На запрошенні вказується час початку та закінчення прийому (17⁰⁰–19⁰⁰, 18⁰⁰–19⁰⁰). Гості можуть приходити чи йти додому в будь-який час у вказані години. Оптимальним вважається бути на прийомі приблизно 1,5 години. Перші гості збираються упродовж півгодини. Вчасний прихід гостя та перебування на прийомі вказаний у запрошенні час вважається ознакою поваги до господарів. Значне запізнення та передчасне прощання може бути сприйняте, навпаки, як бажання гостя продемонструвати неприхильність господарям прийому. Коктейльний стіл від інших видів столів відрізняється тим, що на ньому немає тарілок, є маленькі виделки, дерев'яні чи пластикові палички. На закуску подають канапе з різними солоними маслами, кремами, паштетами, рибою, м'ясом. До коктейльного столу пасують горіхи, фрукти. Подають також різні солодоці. Форма одягу – костюм чи коктейльна сукня.

«Фуршет» проводиться в ті ж години, що і «коктейль» (17⁰⁰–19⁰⁰, 18⁰⁰–20⁰⁰). Його формальна відмінність від «коктейлю» у тому, що під час останнього подають більше напоїв та менше закусок, а під час фуршетних прийомів напоїв подається не менше, а закусок подається більше. Крім холодних закусок, інколи до меню фуршетів включають другі гарячі страви. Усі закуски, до яких потрібен ніж, нарізають невеликими порціями, щоб зручно було їсти стоячи, за допомогою однієї виделки, яка є основним столовим прибором.

«Обід» – найбільш почесний вид прийому. Починається він у проміжку між 19⁰⁰ та 21⁰⁰. На обідньому столі вибір холодних закусок невеликий – тільки по одній рибній і м'ясній страві та овочеві салати. Після холодних закусок подають бульйон із грінками, потім – яку-небудь страву з м'яса. Особливістю обіду є подання перших страв. Може бути дві гарячі страви, одна з них – з риби, яка подається перед гарячою м'ясною стравою овочами. Обід закінчують десертом, подаються чай чи кава. Перед обідом гостям пропонуються аперитиви. Форма одягу – костюм чи сукня.

«Обід-буфет» («шведський стіл») зазвичай проводять у ті ж часи, що й «Обід», але його проведення простіше, оскільки не пов'язане з розміщенням гостей за столом. Учасники такого обіду не сидять за спільним столом, а підходять до нього, беруть тарілку із задалегідь покладеними на неї ножем та виделкою, а потім кладуть на тарілку їжу, також беруть келих із вином, соком чи іншими напоями. З наповненою тарілкою гості сідають за маленькі столики. Вони можуть розташовуватись також на диванах, у кріслах, намагаючись сісти з людьми, із якими бажають поговорити. Форма одягу – як на «Обіді».

«Вечеря» починається о 21-й годині чи пізніше. Від обіду відрізняється тим, що на вечері не подають першу страву; форма одягу – темний костюм, смокінг чи фрак, для жінок – вечірня сукня.

Крім офіційних урочистих прийомів практикуються неофіційні, до них належать: зустрічі за чайним чи кавовим столами, «Жур-фікс», «Бранч», «Барбекю», «Пікнік», «Келих вина із сиром».

На каву зазвичай запрошують з 17-ї до 19-ї години, на чай – з 16 –ї до 18-ї (20-ї) години. До кави чи чаю подають маленькі бутерброди, пиріжки, солодке та солоне печиво, здобні булочки, кекси, солоні чи солодкі торти. На стіл можна поставити шоколадні цукерки, вершки чи морозиво, лимон. Відповідно до норм етикетки блюдечко тримають лівою рукою, правою підносять до рота чашку з кавою або чаєм. Другу чашку не просять, доки інші не отримали першої. Не залишайте ложку в склянці чи у чашці. Окрім того, молоко ніколи не наливають у порожню чашку, а лише в наповнену чаєм. Чай з варенням п'ють тільки в Росії та тих країнах, що мали з нею тісні стосунки.

Перед кавою можна подати гарячу закуску чи салат. До кавового столу рекомендується подавати також соки, мінеральну воду. Склянки для мінеральної води не сервіруються для кожного гостя окремо, а ставляться групами в одному чи декількох місцях. До кавового та чайного столу пропонують підсмажені тости, а також печиво, омлети тощо. Форма одягу – повсякденний костюм чи сукня.

«Жур-фікс» – це прийом, що постійно повторюється у визначені дні (зазвичай проводиться щосереді, щочетверга). Він влаштовується відомою дамою або дружиною високопоставленої особи вдома, проводиться протягом осінньо-зимового сезону. Запрошення розсилаються один раз і діють протягом усього сезону. За організацією та проведенням такий прийом схожий на чай чи

каву. Іноді такий прийом організують на свіжому повітрі, наприклад, у саду, біля річки.

«Бранч» проводиться між сніданком та ланчем, зазвичай у вихідні, для дружнього кола. За характером цей вид спілкування близький до сніданку чи легкого ланчу і складається практично з тих же страв. Можна подати м'ясо в будь-якому обробленні, бекон, сосиски, рибу, млинці, томати, булочки, масло. Пропонуються кава, чай, сік, прохолодні напої. Може бути подане вино. Меню та організаційні моменти при проведенні бранчу повинні бути спрощені, щоб господиня мала змогу більше часу на спілкування з гостями.

«Барбекю» (шашлик) – один із найулюбленіших видів неофіційних прийомів як на Заході, так і на Сході. Він проводиться на свіжому повітрі, часто за містом. Поки господар заклопотаний приготуванням м'яса, господиня має нагоду поспілкуватися з гостями. Останні можуть чудово відпочивати на свіжому повітрі. У цей час пропонуються напої (соки, мінеральну воду, вино) та закуски: солоне печиво, солоні горішки, овочі, сервіровані із сметаною або гірчичними соусами. Під час холодної погоди гостям за 20–30 хвилин до подання м'яса можна запропонувати гарячий суп. Саме м'ясо сервірується з різними соусами, до нього подаються відварені чи печені овочі. Свіжі фрукти ідеальні як десерт. Форма одягу на барбекю – найбільш демократична, навіть шорти, джинси.

«Пікнік» відрізняється від «барбекю» тим, що страви готуються заздалегідь та запаковуються в кошики чи коробки. На пікніку користуються пластиковим посудом, але приємніше завжди їсти із керамічних тарілок. Для зручності гостей можна взяти складні столи та стільці. Важливо під час підготовки до пікніка вирішити питання транспорту, врахувати погодні умови. Меню пікніка може бути різноманітним: закуски (паштети, салати), холодний чи гарячий суп, що привозиться у термосі (також може бути смажена гуска чи інше м'ясо), десерт (фрукти, тістечка). Пікнік проводиться в теплу пору року, тому одяг – легкий, літній, але можна більш святковий, ніж на барбекю.

«Келих вина із сиром» дає можливість господарю проявити винахідливість при виборі вин та сирів, а гостям – отримати насолоду при куштуванні різних «підборів» вин та сирів. Прийом проходить на зразок «буфету». Можна, крім сиру, пропонувати інші закуски, хоча сир повинен домінувати. Із приборів використовують сирні ножі. Ідеально, якщо до кожного шматка сиру буде свій ніж. Сир повинен бути кімнатної температури. До нього

подаються різні хлібці. Поруч ставиться масло, мед, джеми. Добре, якщо на столі знаходяться свіжі та сухі фрукти, горіхи. Можна подати мариновані овочі, оливки, запропонувати гостям паштети та інші закуски.

Отже, підготовка та проведення будь-якого із окреслених видів офіційних та неофіційних прийомів потребує врахування особливостей такої форми спілкування та знання й використання сучасних етикетних норм поведінки на рівні загальногромадянського та ділового етикету.

Потрагування поведінки під час відвідування виставки в музеї, вистави в театрі чи кіносеансу знаходимо в низці видань, зокрема, О. В. Кубрак [8] наголошує, що при відвідуванні такого заходу варто дізнатися, чи є квитки на виставу, чи концерт, які б ви хотіли відвідати, краще подбати про їх завчасне придбання. Подібний захід – це подія, тому і вдягтися потрібно відповідно: святково до театру та концертної зали досить демократично до музею чи кінотеатру. До театру приходять завчасно – за 15–20 хвилин до початку вистави (концерту). При вході до театру (фойє), як і при вході до зали, чоловік пропускає вперед даму, пред'являючи потім квиток білетеру. Якщо до театру (концерту) йде велика група, першим, пред'являючи квитки, заходить старший групи, за ним – усі інші. У гардеробі чоловікові варто допомогти дамі зняти верхній одяг, стати в чергу та здати його гардеробнику, переконатись у привабливості свого зовнішнього вигляду, ознайомитись із програмою, подбати про бінокль, у разі потреби.

Якщо місця в середині зали, слід зайняти їх раніше, щоб потім нікого не турбувати. Першим по ряду обличчям до глядачів, проходить чоловік, перепрошуючи тих, хто сидить, за те, що турбує їх. Часто під час початку опери можна спостерігати, як, вперше потрапивши на таку виставу, глядачі перед початком першого акту опери із запитанням в очах озиралися навкруги, не розуміючи, кому адресовані оплески, якщо на сцені немає ще акторів. Тому наводимо деякі рекомендації щодо того, *коли слід аплодувати*: у театрі, на виставі – після підняття завіси, як вираз своєї захопленості працею художника та постановника, на ознаку задоволення декораціями; на концерті – при виході видатного виконавця на знак визнання його таланту; після деяких відомих реплік у класичних спектаклях, великих та найбільш важких арій в опері; після вдалого жарту; після закінчення кожного акту, п'єси у цілому, після закінчення концертного номера, відділення та концерту в цілому; в опері – перед початком останнього акту чи при появі диригента за пультом на ознаку визнання його

майстерності та на знак подяки за гру усього оркестру; на концерті джаз-оркестру після виступу соліста, що виконав свою партію, навіть якщо оркестр продовжує грати; у цирку – після виступу артиста, перед його виходом і після закінчення номера; на концерті – на початку виступу артиста, якщо він починає співати на прохання глядачів; після закінчення симфонічного твору, коли диригент повертається обличчям до глядачів. Не аплодують в перервах між частинами симфонічного твору. Не варто починати аплодувати надто рано, наприклад, ще до того, як герой закінчить репліку, чи надто довго, скажімо, у середині спектаклю чи на початку виступу виконавця на прохання глядачів. Часто як вираз захоплення у глядацькій залі чути крики «браво», іноді до них додається «біс». Якщо на концерті слово «біс» припустиме, на виставі воно недоречне: «біс» у перекладі з італійської значить «другий», тобто у ньому звучить прохання повторити музичний номер, що найбільше сподобався.

Якщо вистава не сподобалася, і якщо необхідно вийти із зали, варто дочекатися антракту чи перерви. Якщо антракт не передбачений або немає змоги більше чекати: намагайтеся покинути залу в перервах між сценами чи виходами артистів. Якщо ви справді кудись запізнюєтесь, краще перед останньою дією знайти вільні місця ближче до виходу, щоб не заважати тим, хто прийшов насолоджуватись виставою.

Отже, етикетні норми поведінки під час відвідування концертної зали, театру чи кінотеатру спираються на дві основні засади: по-перше, є виявом поваги до виконавців/акторів/кіноакторів/режисерів, по-друге, є виявом поваги до інших відвідувачів і сприяють створенню найсприятливішої атмосфери перегляду заходу та отримання естетичної насолоди від нього.

Рекомендована література з теми

1. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.
2. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.
3. Кукушин В. С. Деловой этикет: учеб. пос. для студентов. / В. С. Кукушин – Москва : ИКЦ «Мар Т», 2008 – 304 с.
4. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник / О. П. Сагайдак . – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2012. – 262 с.

5. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. пос. / Ю.І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008 – 356 с.

6. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник / О. П. Сагайдак . – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2012. – 262 с.

Тестові завдання

1. Який із ділових прийомів належить до денних?

- А) сніданок;
- Б) обід;
- В) вечеря.

2. Твердження: «гості можуть приходити чи йти додому в будь-який час у вказані години» є правилом відвідування?

- А) сніданку;
- Б) коктейлю;
- В) вечері.

3. Який із ділових прийомів проходить без розсаджування?

- А) «келик шампанського»;
- Б) сніданок;
- В) обід.

4. Яка подія може стати нагодою для проведення офіційного ділового прийому?

- А) обговорення нагальної проблеми;
- Б) приїзд високого гостя;
- В) звітування про роботу за попередній рік.

5. О котрій годині розпочинається діловий обід?

- А) о 13⁰⁰;
- Б) о 17⁰⁰;
- В) о 19⁰⁰.

6. На діловий прийом із розміщенням:

- А) потрібно приходити раніше визначеного часу;
- Б) приходити у визначений час;
- В) приходити із запізненням, але не більше, ніж на 30 хвилин.

7. Під час ділового прийому Ваш мобільний телефон, футляр для окулярів, запальничка тощо мають знаходитись:

- А) на вільному місці на столі;
- Б) у Вашому портфелі/сумочці або на сусідньому вільному стільцеві;
- В) їх варто злати до гардеробу.

1. Як відбувається запрошення на діловий прийом? Чи існують етикетні відмінності при запрошенні на офіційний та неофіційний діловий прийом?
2. У чому Ви вбачаєте особливості організації та проведення прийомів із розсаджуванням?
3. Які неофіційні ділові прийоми та за якої нагоди будуть доречними та ефективними?
4. Які особливості приймання запрошення / відмови від запрошення на діловий прийом відповідають чинним нормам етикету?
5. Які відмінності дрес-коду денних та вечірніх, офіційних та неофіційних прийомів Вам відомі?
6. Чи різняться організація та проведення неофіційних ділових прийомів, наприклад жур-фіксу, на національному та міжнародному рівнях?
7. Яку роль відіграють ділові прийоми для встановлення ділових стосунків на національному та міжнародному рівнях?
8. Які правила етикету варто враховувати під час ділової подорожі?

Тема 8. Ділова атрибутика як складова іміджу фахівця з інформаційної діяльності

Ділова атрибутика становить собою ще одну підсистему етикету і є складовою іміджу ділової людини, до ділової атрибутики включають зовнішні вияви індивідуальності ділової людини: наявність та вміння користуватись візитівками, уміння обирати та передавати ділові подарунки та сувеніри, увага до свого зовнішнього вигляду, робочого місця тощо.

На сьогодні візитівка є якщо і не необхідним, то досить бажаним атрибутом професійної комунікації. Нею користуються при встановленні та підтриманні ділових контактів, причому як при безпосередньому контакті, так і для заочної рекомендації її власника.

Сучасна професійна комунікація передбачає використання візитівок для: інформування в момент знайомства про себе і свою організацію; інформування про себе осіб, у контактах з якими комунікант зацікавлений; підтримання контактів із партнерами; а також за неофіційних ситуацій, що слугують зміцненню ділових стосунків: привітання зі святом чи визначною подією, вираження подяки, співчуття, супроводження квітів та інших подарунків. Також візитівки традиційно залишають, наносячи візит, і надсилають у відповідь замість візиту. Іноді візитівки надсилають замість листа, у якому висловлюється подяка за запрошення на прийом, виставу, або замість рекомендаційного листа.

Інформаційне наповнення візитівки обумовлюється її призначенням, що, у свою чергу, залежить від об'єкта, якого стосується візитівка, зокрема виділяють особисту візитівку (використовується під час неформального спілкування, на ній зазначають прізвище та ім'я власника, а також контактні дані (телефонні номери, адресу електронної пошти, тощо), інформацію про посаду й місце роботи не подають; особиста візитівка може також містити відомості про звання і вчений ступінь власника); ділову візитівку (вказують прізвище, ім'я та посаду її власника, зазначають назву компанії та специфіку її діяльності; доречним на такій картці буде фірмовий логотип або притаманна спеціалізації підприємства символіка); корпоративну візитівку (не містить імен та прізвищ, на ній вказують інформацію про компанію: сферу діяльності, перелік послуг, контактні дані, карту проїзду, адресу, e-mail, посилання на корпоративний сайт). У професійній комунікації фахівців з інформаційної діяльності досить поширеними є як ділові візитівки, що репрезентують посадову особу, так і корпоративні, що надають інформацію про установу.

Оформлення візитівок відзначається варіативністю і може мати відмінності, що обумовлюється видом діяльності установи, використанням візитівки в певній країні тощо. Разом з тим, класична ділова візитівка виготовляється з товстого світлого (часто білого) картону різної текстурі, текст друкується розбірливим темним шрифтом (у кольорах може зображатись логотип установи). Текст візитівки традиційно друкують з одного боку, зворотній бік залишається чистим для записів. У разі професійної комунікації з іноземними діловими партнерами візитівки друкують мовою країни партнерів.

Використання візитівки потребує врахування ситуації й регламентується правилами бізнес-етикету, наприклад: надсилання візитівки дорівнює візитові; більш ввічливо залишити візитівку особисто; відповіді на візитівки необхідно давати протягом доби й також візитівкою; почерговість вручення візитівок – як при привітанні (після знайомства першою, подає свою картку особа, що займає нижчу посаду, якщо партнери знаходяться приблизно на одному рівні, то першою подає картку особа, молодша за віком); отримання візитівки передбачає особисту подяку й озвучення прізвища та імені; вручають візитівку текстом догори; візитівки не вручають під час споживання їжі, у місцях відпочинку тощо. Норми етикету передбачають і врахування місця, куди можна і не можна класти візитівку: чоловіки не кладуть їх у кишені брюк, нагрудну кишеню, а ось у внутрішню кишеню піджака варто покласти спеціальну коробочку для візитівок. Жінки кладуть візитівку до сумочки. Продемонстрована повага до співрозмовника під час отримання його візитівки слугує перспективності та продуктивності професійної комунікації.

Таким чином, інформація, що фіксується та передається за допомогою візитівки, з одного боку, є об'єктивними даними про особу, а з іншого – засобом творення та виявлення професійного іміджу як фахівця, так й установи. Врахування особливостей відтворення інформації та вручення/отримання візитівки сприяє встановленню та підтриманню професійної комунікації фахівця в галузі інформаційної діяльності.

Процес вручення та отримання подарунків міцно увійшов у ділове життя нашого суспільства. Він сприяє поліпшенню контактів, демонструє доброзичливе ставлення працівників один до одного, свідчить про хорошу моральну атмосферу в колективі. Дуже важливим моментом в процесі дарування подарунків є наявність відповідного приводу. Щоб зробити подарунок, треба мати очевидну для всіх і законну підставу і, крім того, перебувати з людиною, якій його даруєте, у хороших стосунках. Основні приводи для дарування подарунків: 1) подарунки можна робити при вітанні: із народженням дитини; одруженням; отриманням нагороди або премії; підвищенням на посаді; публікацією в газеті чи журналі, виступом на телебаченні; присвоєнням наукового ступеня або вченого звання; 2) подарунки можна робити з нагоди: відходу на пенсію; ювілеїв; круглих дат у трудовій діяльності; 3) подарунки можна робити на знак подяки за: понаднормову роботу, виконану співробітником у незручний час; виконання термінової роботи за вашим завданням; безкорисливу добровільну допомогу; 4) подарунки можна робити на знак вибачення за непорозуміння; за нанесену людині образу; у випадку, якщо ви не прийшли на важливий захід, на який вас запросили.

Варто враховувати, що при виборі подарунку його вартість ніякого значення не має й залежить тільки від можливостей ініціатора.

У всьому світі обов'язковою є повага до національних символів: прапора, герба, гімну. Національний прапор символізує суверенітет і незалежність держави. У міжнародній практиці склався певний етикет державного прапора. Державний прапор піднімається на спеціальному флагштоку, зі сходом сонця й опускається з настанням темноти. Якщо прапор висить цілодобово, то в темну пору він повинен обов'язково підвічуватися. Коли одночасно піднімають прапори різних країн вони мають бути однакового розміру. Почесним місцем серед кількох прапорів є останнє місце із правого боку. Якщо вивішують прапори кількох країн, то їх краще розташовувати в алфавітному порядку назв країн (національною мовою). Маленькі прапорці на столі переговорів можуть перехрещуватися. Коли виносять прапор в урочистих випадках, військові повинні віддавати честь, а цивільні – знімати капелюха.

Під час міжнародних зустрічей іноді виконуються національні гімни держав-учасниць. Як правило, лунають скорочені записи: перший куплет і приспів. Під час виконання державного гімну та виносу прапорів присутні піднімаються зі своїх місць. У деяких країнах прийнято прикладати праву долоню до серця.

Повага до національних символів своєї держави, а також прапора, герба й гімну інших країн є проявом власної гідності й поваги до ділових партнерів, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Отже, ділова атрибутика є невід'ємною складовою іміджу ділової людини й передбачає врахування сучасних етикетних норм на рівні її підбору / створення та використання.

Рекомендована література з теми

1. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.

2. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.

3. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.

4. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. пос. / Ю.І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008 – 356 с.

5. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник / О. П. Сагайдак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2012. – 262 с.

6. Седова Л. Н. Этика делового общения. Учеб. пос. – Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с.

7. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. – 6-е изд., перераб. и доп. / Э. Я. Соловьев. – Москва : Издательство «Ось-89», 2009. – 208 с.

8. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.

Тестові завдання

1. Візитівку варто використовувати як

- А) засіб інформування про себе;
- Б) подарунок із нагоди державного свята;
- В) папір для заміток.

2. *Інформацію про компанію та сферу її діяльності зазначають на:*
 - А) на діловій візитівці;
 - Б) на особистій візитівці;
 - В) на корпоративній візитівці.
3. *Якими символами позначається подяка на візитній картці?*
 - А) P.F.V.
 - Б) P.C.
 - В) P.R.
4. *Що потрібно робити при прийомі подарунків?*
 - А) розгорнути його в присутності особи, яка його подарувала й подякувати;
 - Б) не розгортати подарунок, але подякувати;
 - В) посміхнутись та подякувати, відклавши подарунок на спеціальний столик
5. *При виборі подарунку діловому партнеру чи має значення його вартість?*
 - А) так, від цього залежатиме подальша співпраця;
 - Б) ні, це залежить від ваших можливостей;
 - В) ні, однак повідомити іменникові вартість треба обов'язково.
6. *Імідж людини – це...*
 - А) вміння спілкуватися;
 - Б) вміння керувати враженням;
 - В) вміння одягатися.
7. *Адекватний для реальної людини образ особистості, який формується в її ділових партнерів на свідомому та підсвідомому рівнях, це:*
 - А) самоімідж;
 - Б) бажаний імідж;
 - В) необхідний імідж.

Питання для обговорення

1. Які особливості використання візитівок на міжнародному рівні актуальні на сьогодні?
2. Що Вам відомо про історію виготовлення та використання візитівок?
3. Які традиції підбору та вручення подарунків для підтримання ділових взаємин Вам відомі: історія та сучасність?
4. Чи варто враховувати національні та культурні традиції при обиранні подарунка на рівні міжнародної співпраці?
5. Які традиції дарування квітів Вам відомі?
6. Чи варто враховувати гендерний чинник, обираючи подарунок діловому партнерові?
7. Яким має бути імідж успішного фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи?

Тема 9. Особливості бізнес-етикету на міжнародному рівні

Європейський стиль спілкування нам, українцям, у цілому відомий і зрозумілий. Однак кожна країна має і свої звичаї та традиції ділового спілкування, знання цих норм, з одного боку, дозволяє встановити продуктивні ділові стосунки, оскільки це є виявом уваги до партнера, а з іншого – сприяє культурному збагаченню ділової людини.

Як слушно наголошує Г. М. Калашник [7], англійці надають перевагу веденню справ із перевіреними партнерами. Вони приймають рішення дуже повільно, проте на їх чесне слово можна покластися, під час перемовин виявляють гнучкість і часто підтримують ініціативу протилежної сторони. Англійські традиції вимагають стриманості в думках як знак пошани до співрозмовника. Звідси схильність уникати категоричних тверджень або заперечень, використовуючи при цьому різноманітні звороти, зокрема: «мені здається», «я думаю», «можливо» і т.д. Уміння терпляче слухати ще не свідчить, що англієць з Вами погоджується. У неофіційних розмовах англійці часто уникають розмов про особисте життя, професійні успіхи, релігія, у розмовах з іноземцями вони не люблять обговорювати теми, пов'язані з Північною Ірландією та життям королівської родини. Не дуже прихильно ставляться до співрозмовників, які пишаться своєю ерудицією і стверджують будь-що категорично. За твердженням В. Я. Зусіна [4], англійці залишаються абсолютно непохитні у всьому, що стосується дотримання правил, а тим більше законів. Тут вони не допускають поблажливості ні до себе, ні до інших. Багато до чого вони ставляться як до спорту, тобто поважають правила гри й чекають, що всі їх виконуватимуть. Важливою для англійців є пунктуальність. Обмін рукостисканнями використовується лише на першій зустрічі, у подальшому англійці обмежуються усними привітаннями. Не забувайте надсилати привітання та листівки англійцям, із якими колись вели перемовини, передавати вітання їх близьким, бо англійці високо цінують такі знаки уваги. Будьте обережні з врученням подарунків: можна дарувати лише щось невелике – запальничку, календар, записник, фірмові авторучки, а на Різдво – алкогольні напої. Отримавши запрошення партнера до себе додому, у день візиту потрібно надіслати господарям квіти, шоколад і вино. В англійських будинках не прийнято обмінюватися візитівками. У гостях ніколи не звертайтеся до незнайомих людей, якщо Вас не відрекомендували. Не прийнято цілувати руки жінкам. На діловому чи неофіційному обіді не можна за столом вести локальні розмови, потрібно звертатися до всіх. Виголошувати тости також не прийнято. Працівників сфери обслуговування не прийнято кликати, потрібно

терпляче зачекати, коли на Вас звернуть увагу й підійдуть. Не називайте шотландців, ірландців англійцями, офіційна назва – британці. Говорять англійці неголосно. Іноземець, який звик вважати, що мовчання – знак згоди, часто помилково вважає, що переконав англійця в своїй правоті, насправді уміння терпляче вислухати співрозмовника, не заперечуючи йому, далеко не завжди означає згоду. Просто англійці вважають володіння собою однією з провідних людських чеснот.

У минулому Франція значно вплинула на формування дипломатичного протоколу, етикету. Довгий час французька мова була мовою дипломатичного листування й дипломатичного спілкування, тому для листування та ділових зустрічей із французами слід використовувати французьку мову, якщо француз звертається до вас вашою рідною мовою, це свідчить про велику поступку з його боку та особливу зацікавленість. Представники еліти французького суспільства добре знаються на філософії, історії культури, тому бажано вміти підтримувати розмову на ці теми. Мовчазних людей у Франції не люблять, французи говорять енергійно й невимушено, часто перебивають співрозмовника. Швидкість мови у них – одна з найбільших у світі. При налагоджуванні ділових контактів часто використовуються особисті знайомства та родинні зв'язки. Для французьких бізнесменів велике значення має рівень проведення переговорів. Під час ділового прийому про справи говорять тільки після того, як подається кава, до цього моменту французи вважають за краще розмовляти про культуру й мистецтво. Вони розважливі та скептичні, не люблять компромісів. Перемовини ведуть жорстко, хоча відстоюють свою позицію вишукано; не люблять, коли партнери змінюють позицію. Багато часу займає у них аналіз, тому перемовини зазвичай тривалі. Договори, підписані французами, завжди дуже точно сформульовані й не допускають можливості різних тлумачень. У Франції надають великого значення освіті, тому на візитівці слід зазначити вищий навчальний заклад, який закінчили. Водночас, французи не вирізняються пунктуальністю. Для них традиційно: чим вища посада людини, тим пізніше вона приходить на зустріч. Під час зустрічі не прийнято дарувати партнеру подарунки. Рахунок у ресторанах оплачує той, хто запросив. Соціальна дистанція в спілкуванні з французами найоптимальніша.

Німці відрізняються працьовитістю, старанністю, пунктуальністю, ошадливістю, раціональністю, організованістю, педантичністю, серйозністю, обачністю, прагненням до впорядкованості. Ці риси сприяють тривалим діловим зв'язкам. Німці дуже пунктуальні, час майбутньої зустрічі обов'язково узгоджують. Вони ретельно готуються до перемовин і розпочинають їх лише тоді, коли переконані у великих шансах на успіх. Обговорення питань відбувається

послідовно, педантично розглядаються всі аспекти. Німці дуже консервативні до одягу, охайні й скрупульозні, бездоганно виконують свої обов'язки й вимагають від партнерів такого ж ставлення до справи. У процесі обговорення прагнуть до чіткості висловів, вагомого значення надають уживанню титулів. Обмінюватися подарунками в ділових колах не прийнято. Якщо Вас запросили в ресторан, то свій рахунок доведеться сплатити самостійно (зазвичай). Винагорода офіціанту закладається до рахунку. Якщо Вас запросили додому, то варто принести господині букет квітів. До заміжніх жінок у Німеччині звертаються за титулом її чоловіка (наприклад, «Frau Doctor»). Можна вживати також звертання «Granide Frau» («милостива пані»). До дівчини звертаються «Granides Fraulein», а просто «Fraulein» називають тільки працівниць сфери обслуговування (під час виконання ними службових обов'язків).

Проводячи ділові перемовини з австрійцями, будьте завжди пунктуальні. Пам'ятайте, що вони все роблять дуже офіційно. Не можна називати їх просто на ім'я, варто використовувати титули. Доречним буде міцне рукостискання й прямий візуальний контакт. Варто пам'ятати, що не можна називати австрійців німцями, це може бути не правильно потрактовано й не сприятиме продуктивності спілкування.

Практика ділових відносин в Італії відповідає нормам, прийнятим у більшості європейських країн. Для того, щоб встановити ділові стосунки з організацією, достатньо обмінятися офіційними листами із пропозиціями. Дуже активними є бізнесмени невеликих компаній. В Італії надається велике значення неформальним зустрічам із партнерами, дружнім стосункам, що полегшує прийняття взаємовигідного рішення. Продуктивним на початку бесіди буде вияв інтересу до італійської історії та культури. Італійці енергійніші й активні на перших етапах встановлення контактів, прагнуть не затягувати вирішення організаційних і формальних питань, охоче йдуть на альтернативні варіанти рішень. Великого значення італійські бізнесмени надають тому, щоб перемовини проходили між людьми, які займають приблизно рівне становище на підприємстві, у діловому світі або суспільстві. При зустрічі зі знайомим італійцем доречним буде запитати про здоров'я його дітей, а лише потім – про його здоров'я.

Китайські бізнесмени дуже ретельно готуються до перемовин, уважно ставляться до збирання інформації і вводять до складу делегації велику кількість експертів. Під час першої зустрічі варто привітатись із головою делегації. Бажано, щоб на візитівках був китайський варіант тексту. У Китаї при спілкуванні потрібно називати прізвище, а лише потім – ім'я. Китайці дуже ретельно вивчають

склад делегації, шукаючи осіб, яких вони можуть прихилити на свій бік. Віддають перевагу перемовинам на своїй території. Надають перше слово гостеві, самі вислуховують пропозиції, приховуючи власну інформацію. Китайська сторона погоджується на поступки під час перемовин тоді, коли збере максимальну кількість інформації про можливості протилежної сторони. Вони рідко приймають рішення за столом перемовин, бо домовленості мають бути затверджені керівництвом. Із запитаннями потрібно звертатися тільки до керівника делегації, що сприяє підкріпленню його авторитету. Велике значення надається неформальній бесіді: мова може йти про родину, зокрема, дітей та уподобання. Не варто представників китайської делегації ставляти в незручне становище, критикувати, що може призвести до припинення перемовин. Листування з китайськими партнерами слід вести оперативно, затримка з відповіддю може погіршити стосунки. Не слід пропускати протокольні ритуали, фотографування, прийоми. На будь-який захід потрібно приходити з подарунком для організації, а не для окремої особи. Китайці – гостинні господарі, за обідом чи вечерею можуть подати близько десяти страв. Від пригосання відмовлятися не можна, потрібно виявити повагу і скуштувати всі подані страви. Гість у Китаї встає з-за столу першим.

Контакти з південнокорейськими компаніями будуть налагоджені лише після особистої зустрічі. Не завадить мати хорошого знайомого посередника, який познайомить Вас із майбутніми партнерами. Під час першої зустрічі варто обмінятися візитівками, їх відсутність може вбути сприйнята як вияв неповаги. Корейських партнерів цікавить не стільки ваше ім'я, скільки посада й статус компанії, яку ви представляєте. Корейці ввічливі та привітні, тому вимагають до себе поваги й уваги відповідно до посади та віку. Атмосфера товариських стосунків на перемовинах є оманливою. Корейські підприємці – важкі та вимогливі партнери. Під час перемовин представники Південної Кореї завжди прагнуть логічної послідовності й чітких взаємозв'язків. Вони понад усе схильні до простоти й дуже не люблять абстрактних міркувань. Самі корейці чітко висловлюють свої пропозиції або пропонують шляхи конкретного вирішення питання, негативно сприймають пряму критику. Корейці вимогливі до одягу. Чоловіки зазвичай одягають костюм із білою сорочкою та краваткою, жінки – сукню.

Для початку ділових контактів з японцями слід скористатися допомогою посередника. Японці ніколи не дадуть відповідь на Ваш лист одразу, вони повинні мати багато інформації про партнера. Ділові листи варто супроводжувати офіційними звітами, брошурами й іншими матеріалами, із яких можна отримати

інформацію про вашу фірму або установу. Усі матеріали варто перекладати японською мовою. Знайомство неможливе без обміну візитівками. Надавати й отримувати візитівку краще двома руками, і на знак поваги до партнера її варто прочитати. Для японців головна інформація – це належність до компанії, організації, навчального закладу, професія й особисті якості мають вторинне значення. На ділову зустріч варто приходити вчасно. Почуття обов'язку, акуратність – традиційні риси японського характеру. Японські бізнесмени виключно пунктуальні й точні. Точність на перемовинах як на початку їх, так і під час закінчення, у виконанні обіцянок, узятих на себе зобов'язань – одна з найважливіших рис японського стилю ведення перемовин. Їх розпочинають із тем, що не мають прямого стосунку до мети зустрічі. І чим важливіші питання, тим довше японці розглядають несуттєві деталі справи. Традиційна японська мораль не дозволяє відповідати «ні», тому вони уникають відповіді або говорять: «Це важко». Іноді вони виголошують промову, яка має багато ввічливих зворотів, пояснень, вибачень і зміст якої важко зрозуміти, хоча, зрештою, все це означає «ні». Повільність перемовин може викликати невдоволення, але пришвидшувати цей процес не варто. Японський стиль ведення комерційних перемовин характеризується тим, що японські представники, коли їм роблять великі поступки, відповідають тим же. За нормами японської ділової етики головною чеснотою володіє не той, хто твердо стоїть на своєму (хай навіть він має рацію), а той, хто проявляє готовність до компромісу ради загальної згоди. У спілкуванні з японцями варто завжди бути стриманим. Доречним буде вивчити декілька фраз японською, партнери це оцінять. Не слід говорити про релігію та філософію, із великою пересторогою японські партнери ставляться до жінок-бізнесменів. Отримавши на свято подарунок від японського партнера, варто привітати його подарунком такої ж вартості. Не забувайте про листівки й привітання зі святом. Потрібно мати з собою велику кількість візитівок, їх відсутність здивує японців. Відвідуючи будинок японського партнера, візьміть подарунок, який вручить обома руками одразу, як зайдете в дім. Не слід дарувати квіти, ножі, гребінці. Ніколи не використовуйте рукоєтискання, прямого погляду в очі.

Для арабів одним із найважливіших етапів перемовин є встановлення довіри між партнерами. Вони також багато уваги приділяють попередньому ретельному опрацюванню інформації, що буде обговорюватись. Велике значення в арабському світі мають ісламські традиції. Під час знайомства з представником арабських країн потрібно демонструвати прихильність і гостинність. Арабське вітання – ціла церемонія, що передбачає запитаннями про здоров'я, стан справ. Ці запитання можуть повторюватися впродовж усієї

бесіди. Не варто детально відповідати на них. Численні запитання, побажання добра з різних причин, які супроводжуються зверненнями до Аллаха, – усе це звичайна арабська форма ввічливості. Чоловіки при зустрічі зазвичай обнімаються, легко поплескують один одного по плечах та спині. Однак пам'ятайте, що так вітаються лише араби, іноземцям цього робити не слід. Велика помилка цікавитися у партнера про здоров'я дружини чи дітей, це може його образити. Іноземець не може звертатися з проханням чи запитанням до жінки арабського походження: це вважається порушенням правил. Під час ділової розмови не вимагайте відповіді «так» чи «ні»: арабський етикет забороняє бути категоричним. Відмова від співробітництва зазвичай буде завуальованою, ваша відмова має бути також дипломатично. Араби не люблять поспіху, розмови та перемовини ведуться поважно. Арабські підприємці, зберігаючи національні традиції, надають перевагу тривалому торгу. Під час перемовин часто подають охолоджувальні напої, чай, каву – дуже міцну, без цукру, із великою кількістю кардамону. Якщо Вам запропонували невелику чашку чаю, то її наповнять знову знову доти, доки не буде порожнім чайник. Якщо більше не хочете пити, то переверніть чашку догори дном. Якщо перед чаєм/кавою пропонували напої, то час, відведений для перемовин, закінчується. Коли перебуваєте на Близькому Сході, ніколи не давайте місцевому жителю гроші або подарунок лівою рукою: вона вважається нечистою, і це може сприйматись як образа.

Початковий етап спілкування з іноземними партнерами має свої відмінності у більшості країн світу, наприклад, вітаючись на вулиці в Тунісі, потрібно вклонитися, піднести праву руку до чола, потім до губ, а потім до серця. Цей традиційний жест – символ слів: «Я думаю про тебе, я говорю про тебе, я поважаю тебе».

Отже, для ефективного ділового спілкування із представниками різних країн окрім знання та врахування власних національних традицій слід знати та дотримуватись етикетних норм поведінки, що прийняті в тій країні з представником якої ви спілкуєтесь, зазвичай ці етикетні правила базуються на звичаях, традиціях, що пройшли випробування часом та менталітетних особливостях нації.

Рекомендована література з теми

1. Деловой контракт с зарубежным партнером : исправ. изд. / общ. ред. А. В. Плотникова. – Киев : Либра, 1993. – 188 с.

2. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів : навчальний посібник / В. П. Галушко. – 1-ше вид. – Вінниця : Нова Книга, 2002. – 226 с.

3. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.

4. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навчальний посібник: 2-е вид., перероб. і доп. / В. Я. Зусін – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 224 с.

5. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.

6. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.

7. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник / О. П. Сагайдак . – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2012. – 262 с.

8. Седова Л. Н. Этика делового общения. Учеб. пос. – Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с.

9. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. – 6-е изд., перераб. и доп. / Э. Я. Соловьев. – Москва : Издательство «Ось-89», 2009. – 208 с.

Тестові завдання

1. *Англійські бізнесмени схильні до компромісу, обачні в словах, вчинках, не використовують категоричних тверджень або заперечень.*

- А) твердження правильне;
- Б) твердження неправильне;
- В) на сьогодні така реакція англійських партнерів не відповідає дійсності.

2. *Обмін рукоштовками використовується лише на першій зустрічі, в подальшому ... обмежуються усними привітаннями (речення варто доповнити словом):*

- А) японці;
- Б) англійці;
- В) представники арабських країн.

3. *При звертанні шотландців та ірландців варто називати:*

- А) англійцями;
- Б) британцями;
- В) мешканцями Англії.

4. Для представників якої країни актуальним є твердження: Для бізнесменів велике значення має рівень проведення переговорів. Вони розважливі та скептичні, не люблять компромісів.
- A) Франції;
 - B) Німеччини;
 - B) Китаю.
5. Чи доречним буде виявлення інтересу до історії та культури країни при спілкуванні з італійцями?
- A) ні, мова має йти лише про справи;
 - B) так, з урахуванням вдалого моменту;
 - B) така інформація навряд чи буде прихильно сприйнята італійською стороною.
6. Для представників якої країни ділова співпраця передбачає ретельний збір інформації про партнера, що супроводжується звітами, довідковими документами?
- A) Франції;
 - B) Туреччини;
 - B) Японії.
7. У якій із країн при привітання використовують традиційний жест – символ слів: «Я думаю про тебе, я говорю про тебе, я поважаю тебе»?
- A) у Туреччині;
 - B) у Кореї;
 - B) у Тунісі.

Питання для обговорення

1. Які особливості спілкування з представниками інших країн Вам відомі (Індія, Греція, Грузія, Австралія, Аргентина, Нідерланди, Чехія, Польща, Бразилія та інші)?
2. Чи варто враховувати особливості невербального ділового спілкування з представниками різних країн?
3. Чи обов'язковим є знання мови ділового партнера при встановленні та підтриманні ділових стосунків?
4. Чи різняться правила підбору та вручення подарунків у різних країнах?
5. Які особливості ділового листування з іноземними партнерами варто знати?
6. Які особливості організації та проведення перемовин варто враховувати, якщо Ви займаєтесь підготовкою до прийому іноземної делегації?
7. Чи важливим є знання етикетних норм ділового етикету на міжнародному рівні для фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи?

Контрольні питання

1. Історичні умови формування етикетних норм.
2. Види етикету. Діловий та службовий етикет.
3. Культура спілкування як складова загальнолюдської культури.
4. Значення моральних норм та засад для підвищення рівня культури спілкування.
5. Ділове інтерв'ю: підготовка та проведення з урахуванням сучасних етикетних норм (із позиції роботодавця).
6. Співбесіда: підготовка та правила ведення з урахуванням сучасних етикетних норм (із позиції претендента на вакантну посаду).
7. Специфіка укладання та подання резюме.
8. Особливості ділового спілкування.
9. Рівні та стилі ділового спілкування.
10. Етикет ділової телефонної розмови.
11. Етикетні норми ділового листування на національному та міжнародному рівнях.
12. Правила ведення ділового листування в електронному просторі.
13. Дотримання етикетних норм у процесі ділового спілкування з використанням сучасних інформаційних технологій.
14. Дотримання етикетних норм спілкування в процесі використання мобільного телефону.
15. Форми непроцесуального ділового спілкування з урахуванням сучасних етикетних норм.
16. Уміння говорити, слухати та формулювати питання в процесі ефективного ділового спілкування.
17. Мовна культура спілкування.
18. Реалізація етикетних норм у науковій діяльності.
19. Загальні правила етикету службових відносин.
20. Етикетні норми взаємин керівника з підлеглим.
21. Етикетні норми під час спілкування з клієнтами та партнерами.
22. Принципи та шляхи оптимізації службових відносин із використанням сучасних етикетних норм поведінки.
23. Нарada та дискусія як форми колективного обговорення проблем.
24. Ділові зустрічі та перемовини.

25. Специфіка проведення ділових зустрічей та перемовин з іноземними партнерами з урахуванням сучасних етикетних норм на міжнародному рівні.
26. Способи та засоби досягнення взаєморозуміння в процесі ділового спілкування.
27. Види конфліктів, що можуть виникнути в процесі ділового спілкування та шляхи їх вирішення.
28. Невербальне спілкування та його роль у підтриманні ділових відносин на національному та міжнародному рівнях.
29. Організація ділових прийомів.
30. Види ділових прийомів, визнані на національному та міжнародному рівнях. Офіційні ділові прийоми.
31. Неофіційні ділові прийоми як можливість підтримання та встановлення ділових стосунків.
32. Правила поведінки за столом під час проведення ділових прийомів
33. Етикет сервірування столу.
34. Організація та проведення ділового обіду в ресторані.
35. Дотримання етикетних норм під час ділової подорожі.
36. Етикетні норми поведінки під час відвідування театру, кіно та виставок.
37. Імідж особистості як засіб самореалізації.
38. Візуальний імідж сучасної ділової людини: традиційний жіночий діловий гардероб.
39. Візуальний імідж сучасної ділової людини: основні критерії чоловічого ділового гардеробу.
40. Візитівки та їх використання в ділових взаєминах.
41. Сувеніри та подарунки у сфері бізнесу.
42. Роль національних традицій та символів у сфері ділового спілкування.
43. Традиції європейського спілкування.
44. Східні традиції ділового спілкування.
45. Специфіка спілкування у діловій сфері з представниками арабських країн.

Рекомендована література

1. Алехина И. Имидж и этикет в бизнесе / И. Алехина. – 2-е изд., испр. – Москва : Дело, 2005. – 112 с.
2. Богдан С. К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. – Київ : Рідна мрова, 1998. – 475 с.
3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів : навчальний посібник / В. П. Галушко. – 1-ше вид. – Вінниця : Нова Книга, 2002. – 226 с.
4. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко та інші. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.
5. Деловой контракт с зарубежным партнером : исправ. изд. / общ. ред. А. В. Плотникова. – Киев : Либра, 1993. – 188 с.
6. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навчальний посібник: 2-е вид., перероб. і доп. / В. Я. Зусін – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 224 с.
7. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. пос. / Г. М. Калашник – Київ : Знання, 2007. – 143 с.
8. Кароль Б. Д. Деловой этикет и протокол: краткое руководство для профессионала: [пер. с англ.] / Кароль Бэннетт. – 4-е изд. стер. – Москва : СمارтБук, 2018. – 96 с.
9. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник: гриф МОН України / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стереотип. – Суми : Університетська книга, 2013. – 222 с.
10. Кукушин В. С. Деловой этикет: учеб. пос. для студентов. / В. С. Кукушин – Москва : ИКЦ «Мар Т», 2008 – 304 с.
11. Культура спілкування та етикет керівника : навч. посіб. : гриф МОН України / В. Г. Рибалка, Л. М. Газнюк, В. О. Копилов, І. В. Гавриш [и др.], – Харків : Федорко, 2012. – 292 с.
12. Михалькевич, Г. Н. Протокол и этикет международного общения: учеб. пособие / Г. Н. Михалькевич. – Минск : БГУ, 2009. – 275 с.
13. Палеха Ю.І. Ділова етика : навч.-метод. посіб. : гриф МОН України / Ю. І. Палеха. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу, 2000. – 184 с.
14. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. пос. / Ю.І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008 – 356 с.

15. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. / Я. Радевич-Винницький. – Львів : Споллом, 2001. – 224 с.
16. Резчиков Е. А. Деловая этика: Учеб. пос. – 3-е изд., доп. / Е. А. Резчиков. – Москва : МГИУ, 2005. – 116 с.
17. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : навч. посібник / О. П. Сагайдак . – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2012. – 262 с.
18. Седова Л. Н. Этика делового общения. Учеб. пос. – Ч. 1. / Л. Н. Седова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с.
19. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. – 6-е изд., перераб. и доп. / Э. Я. Соловьев. – Москва : Издательство «Ось-89», 2009. – 208 с.
20. Стахів М. О. Український комунікативний етикет : навч.-метод. посіб. / М. О. Стахів. – К. : Знання, 2008. – 245 с.
21. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. пос. / Н. Л. Тимошенко – Київ : Знання, 2006. – 391 с.
22. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник: гриф МОН України / Г. Л. Чайка. – Київ : Знання, 2005. – 442 с.
23. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : навч. посіб.: гриф МОН України / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка . – 6-те вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 230 с.

Підписано до друку 04.12.2020 р. Формат 60x90 1/16.
Папір офсетн. Друк – різнографія. Ум. друк. арк. 3,3
Гарнітура Times New Roman. Зам. №04-12/20

«ФОП Напольська А.В.»
Виписка з ЄДР ІОО та ФОП № 2 480 000 0000 152491
від 01.10.2013 р.
м. Харків вул. Я.Мудрого (був. Петровського), 34
т.: 700-42-81