

**Роль делового этикета в профессиональной деятельности  
современного менеджера**

«Жизнь не настолько коротка,  
чтобы людям не хватало времени на вежливость».

Р. Эмерсон

Эффективное деловое общение можно рассматривать как одну из лидерских компетенций современного менеджера. И, очевидно, что эффективное деловое общение невозможно без применения норм делового этикета в процессе как формального, так и неформального организационного взаимодействия.

Для начала хотелось бы напомнить, что под этикетом вообще в широком смысле понимается совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям, манера обхождения с окружающими, формы обращений и приветствий, нормы поведения в общественных местах, правила оформления внешнего вида. Его основными принципами являются: принцип гуманизма и человечности, принцип целесообразности действий, принцип красоты или эстетической привлекательности поведения и, наконец, принцип соблюдения народных обычаев и традиций.

Этикет принимает различные формы проявления в зависимости от национально-культурных особенностей социума. А поскольку общечеловеческая культура неоднородна и распадается на множественные субкультуры, можно констатировать, что никогда не существовало и не может существовать одинаковых для всех сообществ социальных норм. Таким образом, следует говорить лишь о многообразных этикетных культурах [1].

Ввиду того, что этикет рассматривается как свод правил поведения, принятых в определенных социальных кругах, выделяют различные его виды в зависимости от сфер общественной жизни, в которых принят особый регламент: служебный (деловой) этикет, дипломатический, военный, педагогический, врачебный, этикет в общественных местах.

В данной статье речь пойдет об особенностях делового этикета и его важной роли в профессиональной деятельности современного менеджера.

Безусловно, что деловой этикет – это исторически изменчивое явление. В наше время он становится более динамичным и демократичным, а от того менее жесткими и церемониальными выступают его правила. Но деловой этикет сохраняет многие выработанные на протяжении столетий нормы общения и предписанные условности того, что называется хорошими манерами в ситуации делового общения, приличиями, воспитанностью и т.д.

Сегодня уже никто не сомневается, что значение этикета в деловой жизни огромно! Дж. Рокфеллер, например, в свое время утверждал: «Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире».

Таким образом, в сфере современных деловых отношений в развитых странах этикет считают экономической категорией. Он вносит упорядоченность, предсказуемость и гармонию в деловые отношения, способствует эффективности бизнес-процессов, повышению производительности труда и качества принимаемых решений, более рациональному использованию рабочего времени и все это в конечном итоге выводит организацию на более высокие показатели финансово-экономической деятельности.

Владение деловым этикетом становится все более важным фактором и в профессиональной деятельности современного менеджера. Но простое знание правил и норм делового этикета не гарантирует успеха в управленческой практике, в том случае, если у менеджера отсутствует

глубокая, системная профессиональная подготовка и необходимые для разноуровневых деловых контактов личностные качества и коммуникативные навыки. Однако неукоснительное исполнение предписаний делового этикета значительно повышает шансы менеджера на успешную профессиональную карьеру. Этикет по своей сути является тем действенным инструментом и своеобразным социальным регулятором, который помогает повысить эффективность общения в пределах организационного пространства. А одним из критериев эффективности делового общения, как известно, выступает достижение организационных целей.

Чтобы чувствовать себя свободно и непринужденно в любой ситуации делового общения, производить на вышестоящее руководство, коллег и подчиненных положительное впечатление и испытывать подлинное удовлетворение от общения, одних только теоретических знаний в области делового этикета, безусловно, недостаточно. Очень важно, чтобы у менеджера вошли в привычку проявления такта, доброжелательности, приветливости, толерантности, внимания по отношению к партнерам по общению, терпение к чужим недостаткам и промахам, но высокая требовательность к себе, адекватная самооценка, самокритичность.

На достаточно непростом пути к овладению нормами современного делового этикета менеджеру потребуются добрая воля, осознание чрезвычайно важной роли этикета в профессиональной управленческой деятельности, и, конечно же, простое человеческое желание – стать лучше, сделать окружающий мир совершеннее.

Практики менеджмента утверждают, что невозможно подсчитать финансовые потери от незаключенных контрактов, разрушенные карьеры по причине неправильного, неэтикетного поведения в ходе деловых переговоров или проявления элементарной невоспитанности в стандартных рабочих ситуациях. Понимая это, в Японии, например, ежегодно тратят на обучение

хорошим манерам и консультации по вопросам делового этикета сотни миллионов долларов.

Итак, этикетное деловое поведение прибыльно. Многие компании в свое время, формируя уникальный фирменный стиль, сделали ставку на безупречные деловые манеры сотрудников, как отличительную особенность организации, и таким образом, создали себе устойчивое и неоспоримое конкурентное преимущество.

Никто не станет отрицать, что дефицит хороших манер и у руководителя, и у подчиненных негативно сказывается на морально-психологическом климате в коллективе, создает дискомфорт в общении, провоцирует повышенную нервозность и конфликтность.

В организационной среде, также как и в обществе, приветствуется деликатность, тактичность, сдержанность, умение контролировать свои поступки, внимание к окружающим. Дж. Свифт утверждал, что «хорошими манерами обладает тот, кто наименьшее количество людей ставит в неловкое положение».

Управленческие ситуации многообразны. Невозможно предусмотреть и создать этикетные схемы для всех ситуаций и обстоятельств, да это и не требуется, поскольку деловой этикет определяет лишь общие принципы поведения и подходы к общению людей в профессиональной среде, учет которых позволяет и менеджерам и рядовым сотрудникам формировать свою этикетную линию поведения в деловом общении.

Выше уже отмечалось, что в серьезном бизнесе ценится предсказуемость, надежность, респектабельность. Представим себе ситуацию переговорного процесса и его участника, как правило, это первое лицо компании – менеджера, который не умеет правильно войти, представиться, сесть, вручить визитную карточку. Не знает, как правильно приветствовать партнеров, поддерживать разговор, завершать его и т.д. Есть очень большая вероятность, что такой «переговорщик» не будет причислен к «своему» кругу, поскольку его грубые манеры продемонстрировали полное

пренебрежение к дресс-коду, породили неприятие на эмоциональном уровне, вызвали напряжение в ситуации общения. Вероятность того, что его предложениям и обещаниям не поверят, его аргументация не покажется убедительной и не вызовет интереса очень высока. И произойдет это потому, что форма самопрезентации вступила в противоречие с содержанием деловых предложений. Философский закон о связи формы и содержания применим и в нашем случае.

Итак, деловой этикет – это «язык посвященных». С культурологической точки зрения во все века этикет был и по сей день является маркером, выделяющим социальные слои. То, что принято в одном социальном слое или профессиональной группе может быть неприемлемо или не позволительно в другой. Иными словами, количество лояльных клиентов зависит от того, правильной ли вилкой менеджер ест салат на деловом обеде? [4]

Менеджеру не должно быть чуждо представление о приличиях – нормах, в пределах которых оберегается индивидуальность и личное достоинство каждого. Ведь наши манеры повествуют, выбалтывают, а порой кричат окружающим о нашей жизненной истории: где мы родились, что принято в нашей семье, где мы учились и чему, какой образ жизни ведем сейчас, каковы наши планы и т.д. Всё это и многое другое транслируется окружающим через нашу речь, манеру говорить и слушать, одежду, привычки [3].

Тема делового этикета как части корпоративной культуры многогранна. Ее можно рассматривать в связи с различными аспектами лидерства и управленческого стиля, эффективной коммуникации и манипулятивного воздействия, управления конфликтами, профилактики стресса, наконец, создания позитивного имиджа руководителя.

Невозможно не напомнить, в этой связи, что имидж менеджера – это внешняя сторона его образа, в качестве видимых характеристик которого выступают манера делового поведения, экспрессия, привлекательность.

Можно также добавить, что имидж руководителя во многом зависит от того впечатления, которое он производит на подчиненных, от мнения, которое складывается о нем и в трудовом коллективе и в менеджмент-сообществе. Следовательно, одним из условий создания и поддержания собственного позитивного имиджа для менеджера является жесткое следование правилам делового общения.

Здесь будет уместно напомнить слова выдающегося менеджера Ли Якокки: «Управление представляет собой не что иное, как настраивание людей на труд. Единственный способ настраивать людей на труд – это общаться с ними». Добавим, общаться так, чтобы люди дорожили этим общением. Менеджер должен четко усвоить, что личный позитивный пример в общении с подчиненными пропорционален кредиту доверия. Многие же руководители искренне убеждены в том, что они вполне благовоспитанны, респектабельны, а на практике своими каждодневными поведенческими реакциями не просто вызывают недоумение, а раздражают и даже порой деморализуют подчиненных и коллег.

Например, некоторые руководители не считают нужным быть пунктуальными, пренебрегают интересами и мнениями других, забывают о данных обещаниях, назначенных встречах, навязывают свое видение ситуации, проявляют нетерпение и подозрительность в отношениях с подчиненными, позволяют себе в их адрес злую иронию, пренебрегают собственной внешностью и прочее. При таком поведении трудно рассчитывать на авторитет и на подлинную лидерскую позицию.

В группе деловых людей именно вежливость – неотъемлемая часть делового общения. Практика менеджмента вывела управленческую аксиому: только довольный внутренний клиент может создать довольного внешнего клиента. Если внутри компании сотрудники (внутренние клиенты) испытывают дефицит хороших деловых манер со стороны руководителя, если их не устраивает стиль руководства и качество общения между сотрудниками, то не приходится удивляться, что такие недовольные

внутренние клиенты проявляют холодность, безразличие, а подчас и грубость, в отношении внешних клиентов. Например, когда руководитель критикует подчиненного на глазах у других сотрудников, то такой подчиненный при обслуживании внешнего клиента, скорее всего также будет несдержанным [2].

Да, безусловно, предписания делового этикета в основном диктуют требования общечеловеческой культуры, вежливости, толерантности, обходительности, учтивости, приветливости, но при этом, менеджер не должен забывать, что они регламентируют также иерархию возрастных, статусных и половых различий людей. В правилах делового этикета на этот счет заранее предусматриваются различные ситуации и предлагаются готовые модели конкретных действий. Именно поэтому деловой этикет выступает одним из действенных инструментов делового общения. Он призван сделать деловой контакт комфортным для партнеров, особенно в системе менеджер – подчиненный. С его помощью важно не просто создать климат доверия, но и придать деловому взаимодействию упорядоченность и предсказуемость. А для этого, на наш взгляд, в каждой солидной бизнес-организации менеджменту необходимо создавать программу корпоративного обучения, основываясь на конкретной ситуации, специфике бизнеса, особенностях персонала и включать в неё темы этикетного общения.

Во многом актуальность таких программ обусловлена еще и тем, что в России на протяжении десятков лет не существовало специального обучения этическим и эстетическим нормам в школах и ВУЗах. Некоторым гражданам повезло, в их семьях приветствовалось приличное поведение, шло обучение хорошим манерам. Другим повезло меньше, этот аспект социального взаимодействия практически игнорировался.

И как следствие крайняя некомпетентность многих современных менеджеров в очень простых вопросах. Например, как руководитель должен одеваться на работу? Каков этикет публичного выступления? Как поздравлять подчиненных и дарить подарки? Как должен измениться

внешний вид, если повысили в должности? Как реагировать, если деловой партнер не соблюдает этикет? Как себя вести, если начальник, коллега, подчиненный несправедлив? Как культурно спорить? Как вежливо отказывать и не испортить отношения? Как принято обращаться друг к другу в деловой среде и т.д. ?

Исследования показывают, что в современной российской бизнес-практике наиболее востребованы в руководителях такие качества как:

- способность изменяться и управлять изменениями;
- нестандартное мышление;
- навыки коммуникации;
- умение мотивировать высокообразованных сотрудников [3; 4].

Для применения навыков коммуникации и мотивации, обретенных в процессе и теоретической профессиональной подготовки, и практической деятельности по управлению, менеджеру, безусловно, необходимы хорошие деловые манеры. Говорят «капля меда привлекает больше пчел, чем целая бочка желчи» и «ведет за собой тот, кто служит другим» – это аксиомы человеческого общения. И в этом смысле игнорирование менеджером правил и норм делового этикета неэффективно в долгосрочной перспективе.

В социальной психологии делается акцент еще на одном аспекте делового взаимодействия. Этикетные правила, в том числе и правила делового этикета, содержат нравственную информацию, апеллируя к моральным качествам личности. Однако они служат лишь внешним выражением нравственных отношений между людьми, поэтому могут возникать ситуации, когда их соблюдение формально. В условиях любой организации это вполне возможно. Неискренность приводит к поверхностности общения людей друг с другом. Психологи утверждают, что это самая большая угроза аморальных последствий формального соблюдения правил делового этикета.

Негативных последствий можно избежать, если грамотно выстроить систему обучения этикету и воспитания хороших манер, которая опиралась

бы на усвоение нравственного значения норм поведения и понимание их актуальности. Соблюдение правил делового этикета должно осуществляться сознательно и в то же время непроизвольно, то есть стать привычной формой взаимодействия в трудовом коллективе. Это связано с тем, что этикетные нормы призваны облегчать организационные контакты между людьми и предоставлять им наиболее удобные пути для их установления.

В заключение отметим, что в исторической ретроспективе деловой этикет формировался столетиями, поэтому сейчас он представлен базовыми нормами, отфильтрованными временем. То есть в современном деловом этикете как своде правил поведения принятых в бизнес-среде нет ничего лишнего, такого, что затрудняло бы эффективное деловое взаимодействие.

Напротив, как уже отмечалось, деловой этикет – это инструмент, повышающий эффективность общения, создающий партнерство, порождающий положительные эмоции. Соблюдение менеджерами и рядовыми сотрудниками компании правил делового этикета способствует достижению режима внутреннего благоприятствования и делает организацию более устойчивой в высоко конкурентной рыночной среде.

1. Ковальчук А.С. Основы делового общения / А.С. Ковальчук. – М.: Инфра-М, 2003
2. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловая этика: Учебное пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – М.: ИТК «Дашков и К», 2007
3. Кузнецов И.Н. Бизнес-этика / И.Н. Кузнецов. – М.: ИТК «Дашков и К», 2007.
4. Найн А.Я. Культура делового общения /А.Я. Найн. – М.: Инфра-М, 2005