



LOGO

Деловая культура в предприятиях питания

*Корнеева Е.И., К.и.н., доцент кафедры
«Технологии и организации предприятий
питания»,
РЭУ имени Г.В.Плеханова*

LOGO

Классификация общения





Общение классифицируется по содержанию, целям, средствам, функциям, видам и формам. Формы общения:

- **Непосредственное общение** осуществляется с помощью органов, данных человеку природой (голова, руки, голосовые связки и т.д.).

*Например, **опосредованное** общение, связанное с использованием специальных средств и орудий (палка, след на земле и т.п.), письменности, телевидения, радио, телефона и более современных средств для организации общения и обмена информацией.*

- **Прямое общение** — это естественный контакт «лицом к лицу», при котором информация передается лично одним собеседником другому по принципу: «ты — мне, я — тебе».

*Например, **косвенное** общение предполагает участие в процессе общения «посредника», через которого передается информация.*

- **Межличностное** общение связано с непосредственными контактами людей в группах или парах. Оно подразумевает знание индивидуальных особенностей партнера и наличие совместного опыта деятельности, сопереживания и понимания.

*Например, **массовое** общение — это множественные связи и контакты незнакомых людей в обществе, а также общение с помощью средств массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты и т.д.).*

Специалисты в сфере ресторанного обслуживания в своей повседневной



В психологии выделяется три основных типа межличностного общения: императивное, манипулятивное и диалогическое.

- **1. Императивное** общение — это авторитарная (директивная) форма воздействия на партнера по общению. Его основной целью является подчинение одним из партнеров себе другого, достижение контроля над его поведением, мыслями, а также принуждение к определенным действиям и решениям. принуждение партнера к чему-либо не скрывается. В качестве средств влияния используются приказы, указания, требования, угрозы, предписания и т.п.
- **2. Манипулятивное** общение сходно с императивным. Основной целью манипулятивного общения является оказание воздействия на партнера по общению, но при этом достижение своих намерений осуществляется скрытно. Манипуляцию и императив объединяет стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Отличие состоит в том, что при манипулятивном типе партнер по общению не информирует о своих истинных целях, цели скрываются или подменяются другими.
- **3. Диалогическое** общение является альтернативой императивному и манипулятивному типам межличностного общения. Оно основано на равноправии партнеров и позволяет перейти от фиксированной на себе установки к установке на собеседника, реального партнера по общению.



Диалог возможен лишь в случае соблюдения ряда правил взаимоотношений:

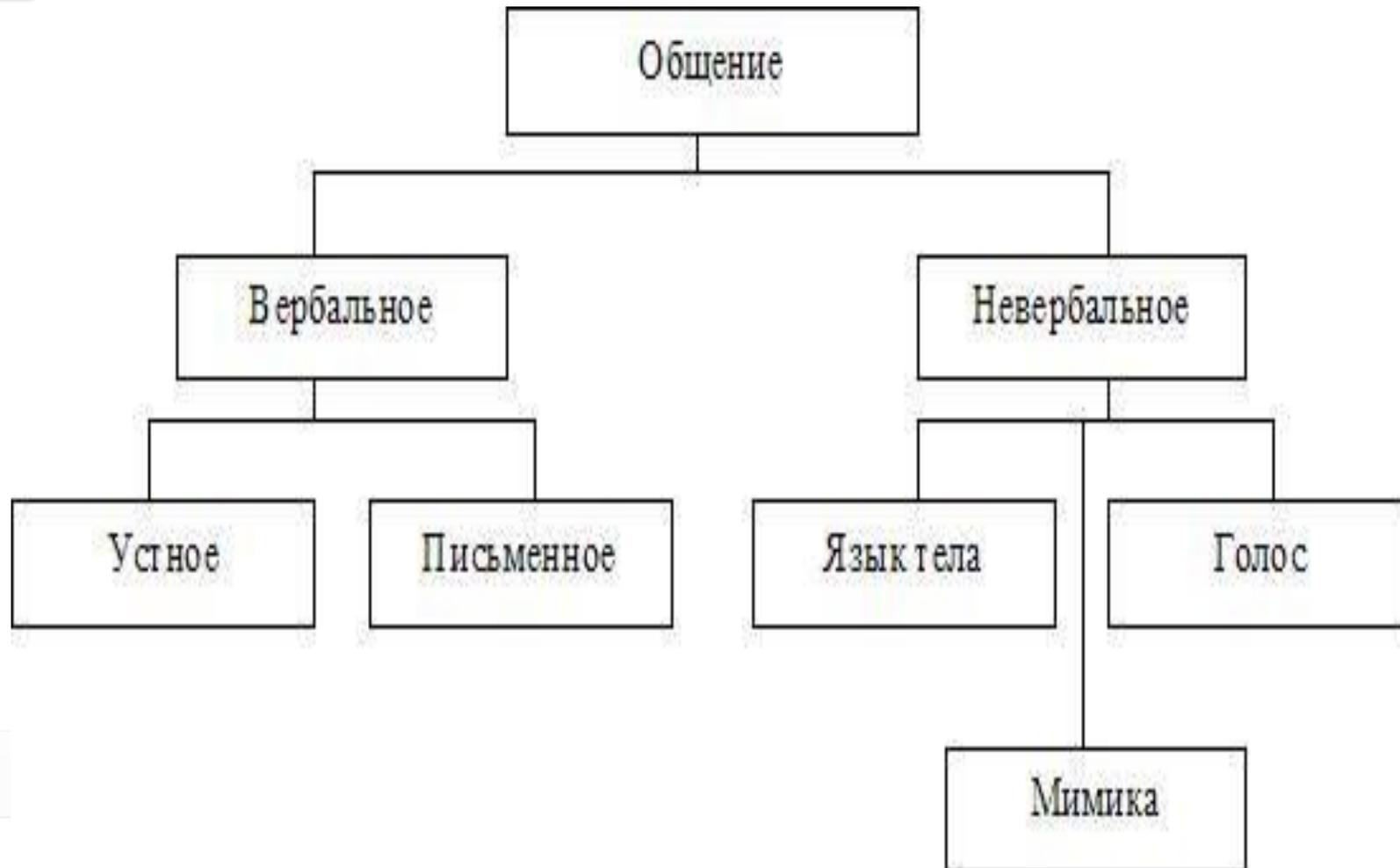
- Психологический настрой на эмоциональное состояние собеседника и собственное психологическое состояние (**общение по принципу «здесь и сейчас»**, т.е. с учетом чувств, желаний, физического состояния, которые партнеры испытывают в данный конкретный момент);
- Доверие к намерениям партнера без оценки его личности (**принцип доверительности**);
- Восприятие партнера как равного, имеющего право на собственное мнение и собственное решение (**принцип паритетности**);
- Общение должно быть направлено на общие проблемы и нерешенные вопросы (**принцип проблематизации**);
- Разговор необходимо вести от своего имени, без ссылки на чужое мнение и авторитеты; следует выражать свои истинные чувства и желания (**принцип персонифицирования общения**).



LOGO

Слова в общении и
общение без слов. Схема
"Средства общения".
Вербальное и
невербальное общение

Средства общения





Средства общения

Общение с помощью слов называется **вербальным** (лат. verbālis словесный). Для коммуникации очень важно то, как говорящий отбирает слова и выражения для высказывания, ведь его речь принадлежит не столько ему самому, сколько тем, кому она адресована. И очень важно, способен ли адресат понять то, что с помощью слов передаёт говорящий.





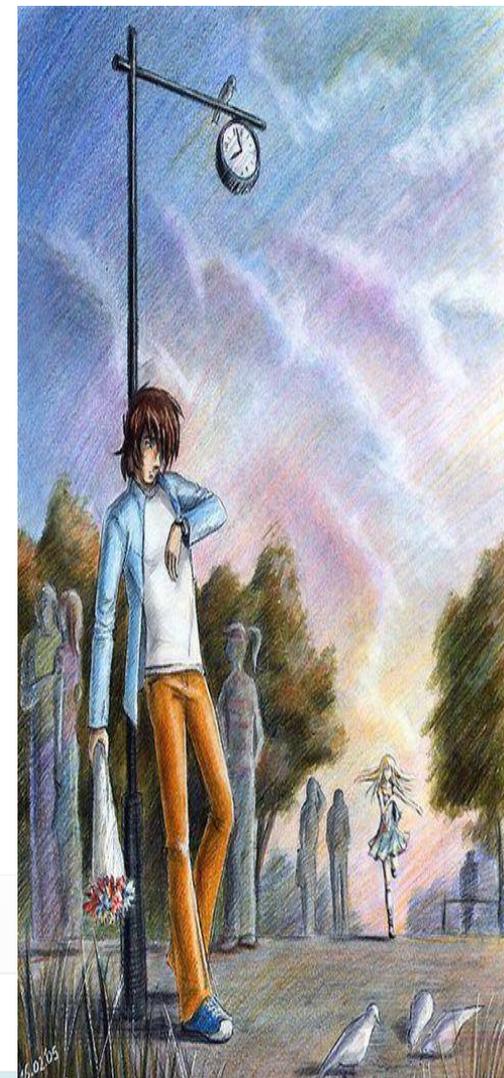
Средства общения

Несловесные средства – мимика, жесты, позы, телодвижения, взгляд, интонации голоса. Эти средства называют **невербальными**.

Учёные считают, что при общении информация поступает к нам посредством восприятия и вербальных, и невербальных сигналов, причём **невербальные преобладают: через них передаётся 55 – 65 % информации.**

Средства общения

- **Вы видите человека**, который часто смотрит на часы и нервно прохаживается возле памятника, поочередно устремляя взор то в одну, то в другую сторону.
- Лицо его напряжено: брови нахмурены, уголки рта опущены.
- Он не сказал нам ни слова, но, наблюдая за его невербальными реакциями, мы понимаем, что он ожидает кого-то, кто сильно опаздывает, поэтому нервничает.
- Его одежда, причёска, аксессуары (а их выбор – это тоже невербальные знаки) намекнут нам на его социальное положение, отношение к миру.
- Походка и осанка выдадут уверенность или неуверенность.
- Таким образом, даже очень короткое наблюдение, а иногда и мимолётный взгляд, может дать значительный объём информации.
- Надо научиться «читать» невербальные средства, чтобы лучше понимать собеседника, и тогда для нас будет очевидным даже то, что говорящий не хочет афишировать.
- В собственном общении надо учиться правильно использовать как вербальные, так и невербальные средства.



Социально-психологический и морально-этический портрет современного идеального предпринимателя

- Инициативность и способность вести поиск.
- Упорство и настойчивость.
- Готовность к риску.
- Ориентация на эффективность и качество.
- Вовлеченность в рабочие контакты.
- Целеустремленность.
- Стремление быть информированным.
- Умение систематически планировать и наблюдать
- Способность устанавливать связи и убеждать.
- Уверенность в своих силах и независимость.



Социально-психологический и морально-этический портрет современного идеального предпринимателя

- Инициативность и способность вести поиск.
- Упорство и настойчивость.
- Готовность к риску.
- Ориентация на эффективность и качество.
- Вовлеченность в рабочие контакты.
- Целеустремленность.
- Стремление быть информированным.
- Умение систематически планировать и наблюдать
- Способность устанавливать связи и убеждать.
- Уверенность в своих силах и независимость.



LOGO

Правила ведения деловых переговоров





Деловые переговоры это

Переговоры - обмен мнениями для достижения какой-либо цели, выработки соглашения сторон.



Личный контакт



Возможность убедить



Получение соглашения



Достижение результатов



Компромисс

Деловые переговоры - это

Переговоры - обмен мнениями для достижения какой-либо цели, выработки соглашения сторон.





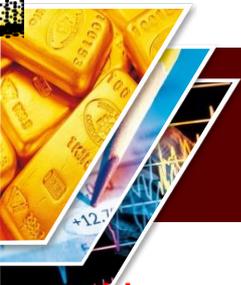
Деловые переговоры - это

ХАРАКТЕРИСТИКА СТАДИЙ И ЭТАПОВ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Стадии переговоров	Этапы переговоров
1. Подготовка переговоров	<ul style="list-style-type: none">1.1. Выбор средств ведения переговоров1.2. Установление контакта между сторонами1.3. Сбор и анализ необходимой для переговоров информации1.4. Разработка плана переговоров1.5. Формирование атмосферы взаимного доверия
2. Процесс переговоров	<ul style="list-style-type: none">2.1. Начало переговорного процесса2.2. Выявление спорных вопросов и формулировка повестки дня2.3. Раскрытие глубинных интересов сторон2.4. Разработка вариантов предложений для договоренности
3. Достижение согласия	<ul style="list-style-type: none">3.1. Выявление вариантов для соглашения3.2. Окончательное обсуждение вариантов решений3.3. Достижение формального согласия

Схематичное изображение процесса подготовки и проведения деловой беседы



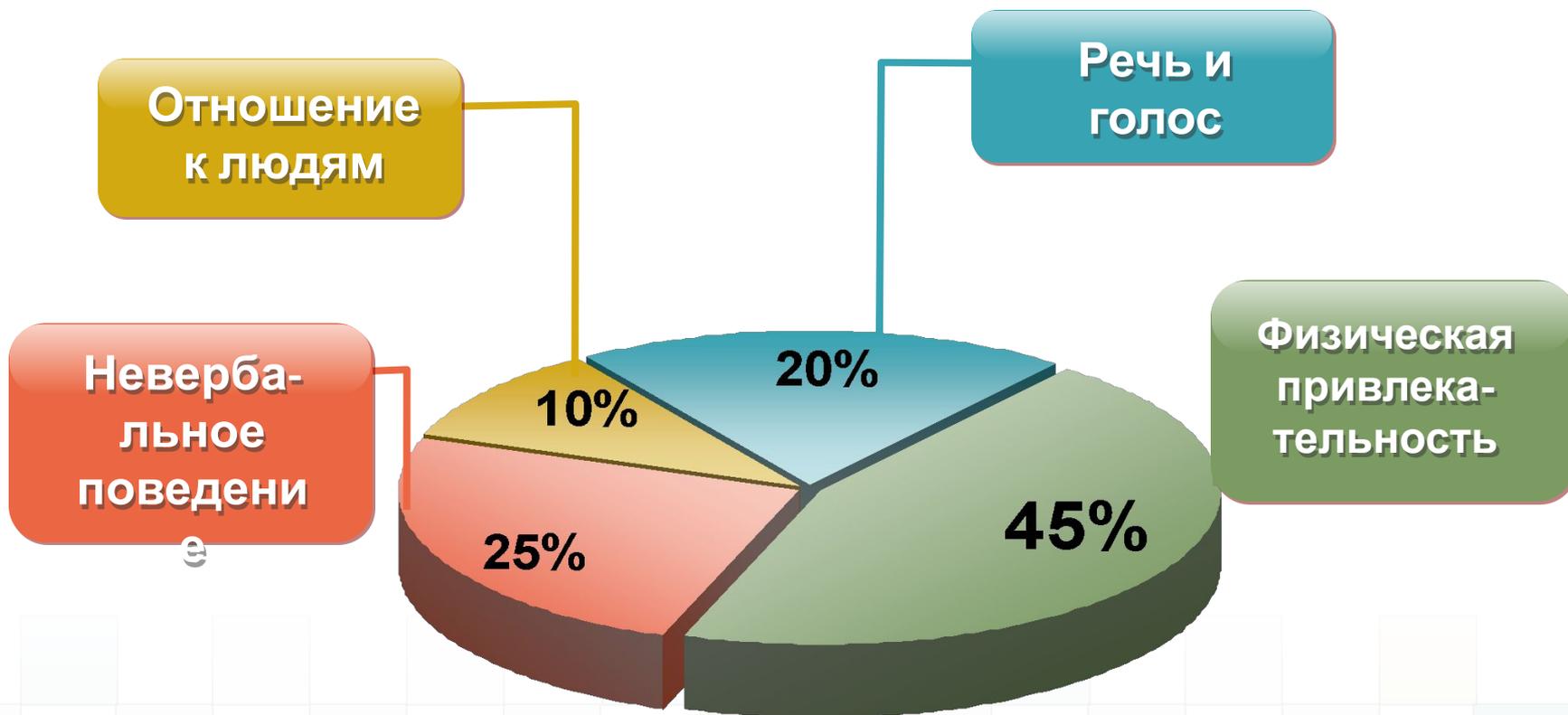


Схематичное изображение процесса подготовки и проведения деловой беседы

Чаще всего участники деловых бесед допускают следующие ошибки:

- Пренебрежение этапом подготовки к беседе, на котором закладываются возможные элементы модели будущей беседы;
- Невнимательное отношение к отдельным правилам ведения или подготовки беседы.
- Пренебрежение выбором места проведения беседы может привести к тому, что несоответствующая обстановка, взаиморасположение участников сведут на нет успешность деловой беседы. Важнейшее место в деле переговорном процессе принадлежит этике.

Первое впечатление



Этикет и имидж делового человека

Этикет - это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеры и одежду).

Деловой этикет регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей.

Неофициальный (светский) этикет упорядочивает общение в сфере досуга и удовлетворения материальных и духовных потребностей (при приеме пищи, подборе одежды, организации торжеств, посещении театра, спортивных зрелищ, др.).





Этикет и имидж делового человека

Под **имиджем** (от англ. *image* - образ) обычно понимают сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих; внешний облик, воздействующий на других.

Привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех.

Структура имиджа личности:

1. **природный облик** (рост, комплекция, цвет глаз и волос и т.д.);
2. **искусственный** (костюм, прическа, аксессуары, автомобиль и т.д.);
3. **манеры поведения, этикет.**

Кодекс поведения хорошо воспитанного человека включает

четыре основных правила:

1. Вежливость
2. Естественность
3. Достоинство
4. Такт

Бизнесмены предпочитают в деловом партнере: компетентность, порядочность и надежность.

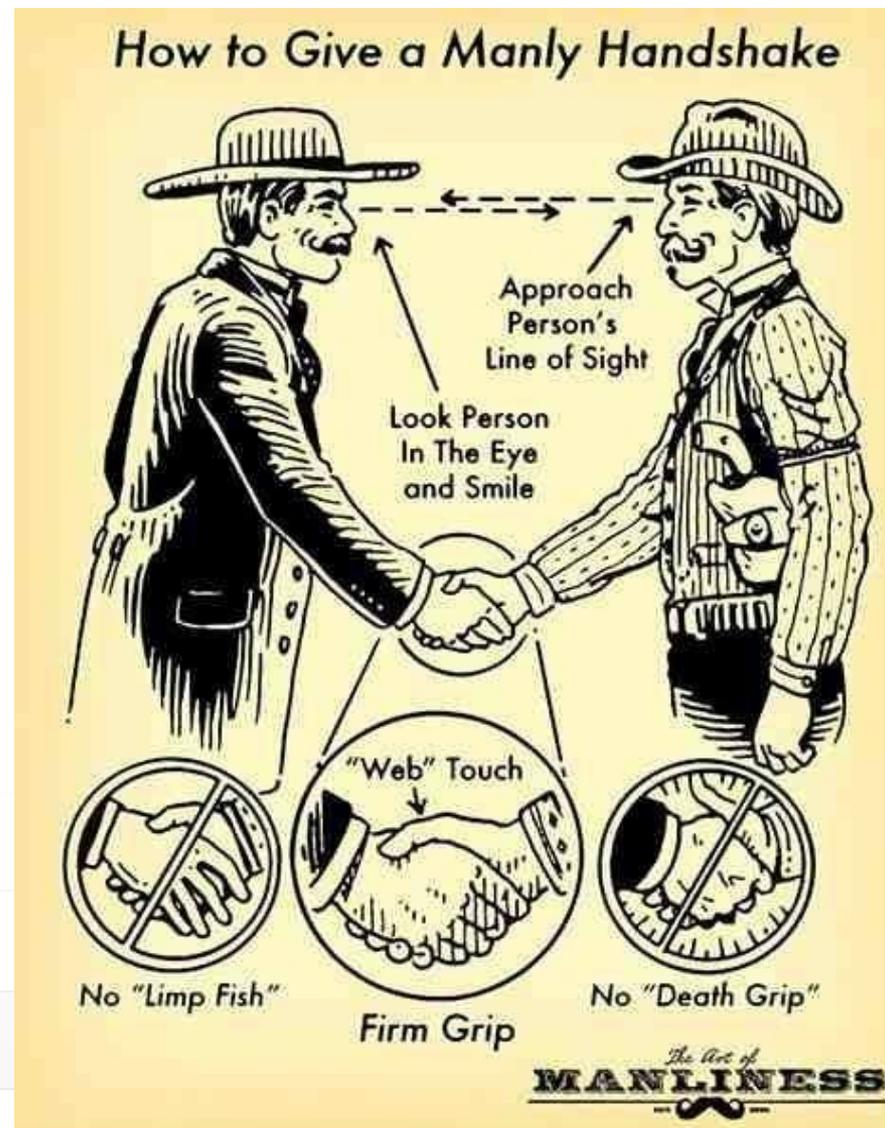
Одной из составляющих привлекательного имиджа является хорошее знание и выполнение норм этикета.

Протокол первых секунд

Данный протокол включает в себя:

- Приветствие
- Рукопожатие
- Представление.

- При приветствии и рукопожатии первым должен подать руку старший по возрасту, званию или статусу.
- Не стоит забывать, что бизнес не учитывает половых различий: мужчины и женщины равны и воспринимаются, прежде всего, как бизнес-партнеры, поэтому мужчина также подает руку женщине при приветствии.
- Рукопожатие всегда делается правой рукой, нет исключения даже для левши. Когда дело доходит до знакомства, то младший должен представится старшему, а человек с более низким положением — вышестоящему.





Пунктуальность

1

Цените свое время

2

Приходите заранее



6

Подготовка и планирование

Четкий
план

Предвари-
тельное
знакомство

Яркая
презента-
ция



Гарантия успешного
результата деловых
переговоров

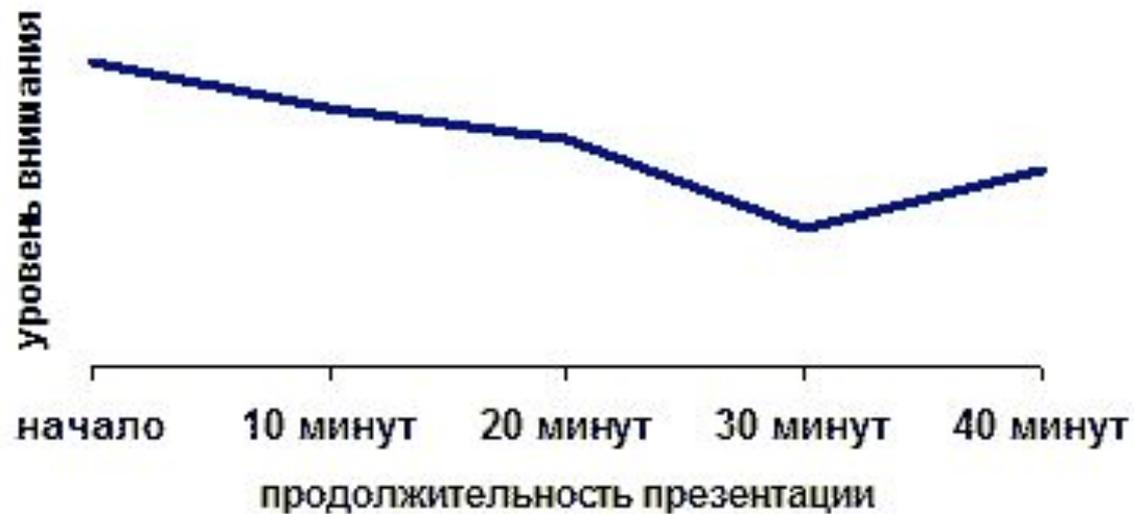
Внимание!

Заинтересовать, привлечь и убедить
партнера – ключевой момент

переговоров



Типичная кривая внимания



Text in here (unit: %)



Убеждать и доказывать

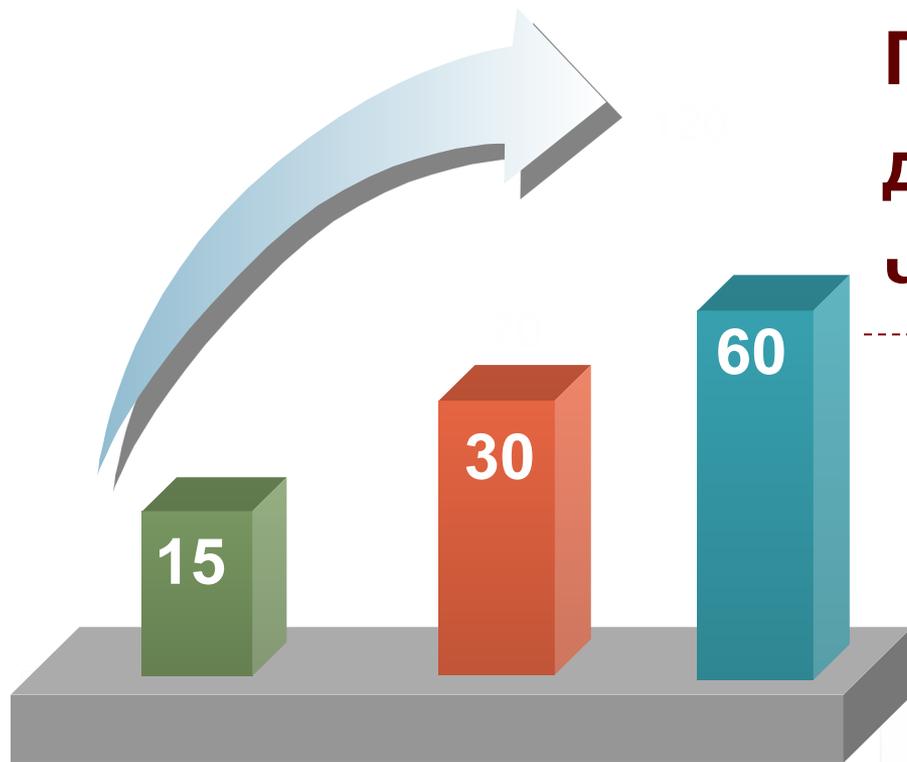


«ДА»:
аргументам,
рациональным доводам и
компромиссам



«НЕТ»:
Вызовам и агрессивной
манере общения

Отдых и перерывы

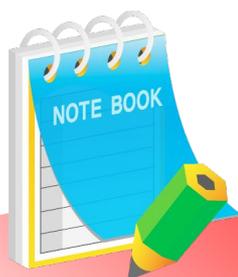


Перерыв, мин

Перерыв необходимо
делать каждые 1,5 -2
часа



Будьте уважительны!



Делать
пометки



Не
использовать
телефоны



Не
«прятаться»
за монитор



Избегать
раздражающи
х действий



Правила подготовки и проведения служебных совещаний

Служебные совещания - один из эффективных способов привлечения сотрудников к процессу принятия решений, инструмент управления причастностью сотрудников к делам своего подразделения или организации в целом.

Следует остерегаться их чрезмерного количества и длительности.

Виды совещаний (по целевой направленности):

Инструктивное совещание направлено на доведение до участников какой-либо информации, постановку и совместное уточнение возникающих в связи с этим задач (например, определение сроков и условий разработки программы каких-либо мероприятий).

Оперативное совещание посвящено выяснению текущего состояния дел, краткому обмену мнениями. Может быть направлено на выработку тактики действий различных звеньев в связи с текущими задачами.

Проблемное совещание - наиболее сложное, где вырабатывается коллективное решение по вопросам изменения функциональных задач, при способлении к новым направлениям деятельности, формируется долгосрочная стратегия.



Завершение переговоров



Резюмировать

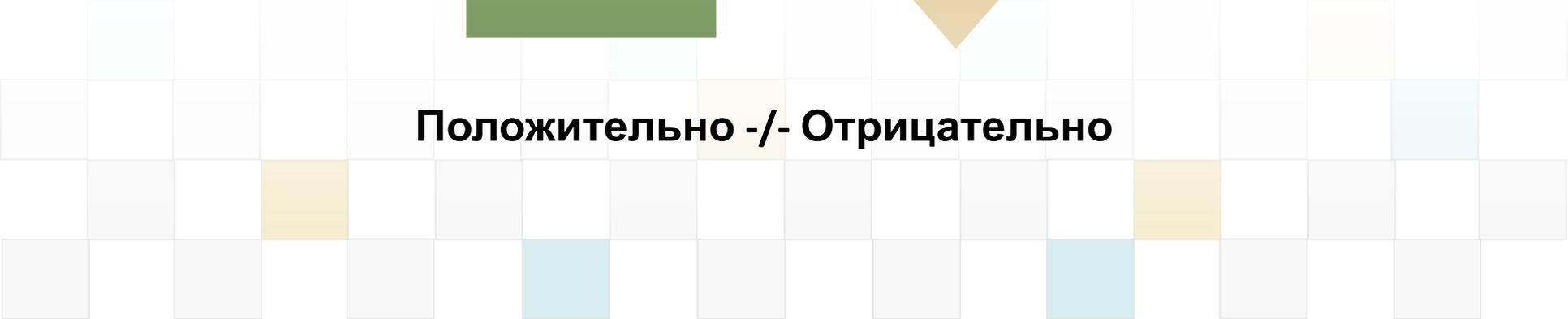
**Кратко
повторить
основные
моменты**



**Сохранить
контакт**

**Найти общую
тему**

Положительно -/- Отрицательно





Ошибки

- Не реагируйте на провокации партнера

1

- Не отвергайте то, что говорит партнер

2

- Чаще говорите «Да», и избегайте употребления «нет»

4

- Представьте себя на месте партнера

3

Чтобы избежать провала в процессе переговоров:



Внешний облик делового человека

По данным некоторых исследований:



- **55% впечатлений**, которые мы производим на других людей, определяются тем, что они видят (внешний вид, мимика и жесты);

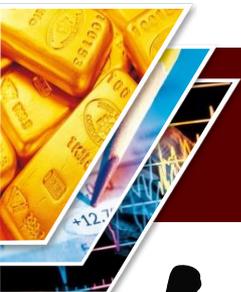
- **45% впечатлений** определяются тем, что люди слышат (смысловая нагрузка речи, темп, ясность речи, произношение и т. п.).

Внешний облик делового человека - это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера костюм служит кодом о степени респектабельности и успеха в делах.



В мире моды давно сложилось определенное понятие - **«деловой костюм»**. Он учитывает последние тенденции в моде, но при этом остается строгим и консервативным.





Внешний облик делового человека

Требования к костюму делового человека:

- 
- 
- 
- 
- Впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде;
 - Единство стиля;
 - Соответствие стиля конкретной ситуации;
 - Разумная минимизация цветовой гаммы (так называемое «правило трех цветов») и сопоставимость цветов;
 - Совместимость фактуры материала;
 - Сопоставимость качества, компонентов костюма и аксессуаров;
 - Необходимость появляться на работе внешне аккуратным и хорошо одетым каждый день обусловлена тем, что коллеги и начальство склонны, распространять вашу внешнюю аккуратность и на рабочие качества, такие как ответственность, порядочность, обязательность и аккуратность в делах.

Выполнение правил этикета внешнего облика говорит об уважении человека по отношению к окружающим его людям.

Дресс-код

Женщины



**Деловой костюм – юбка
(брюки) и пиджак +
Закрытая обувь +
неброские аксессуары**

**Мужчин
ы**



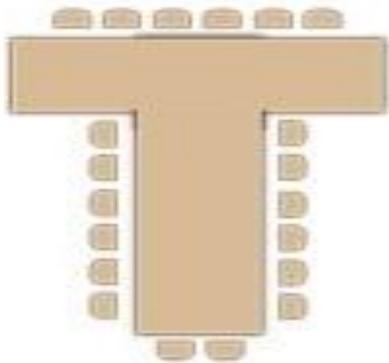
**Классический костюм +
Галстук (на
официальные встречи)
+
Классические туфли**

Размещение

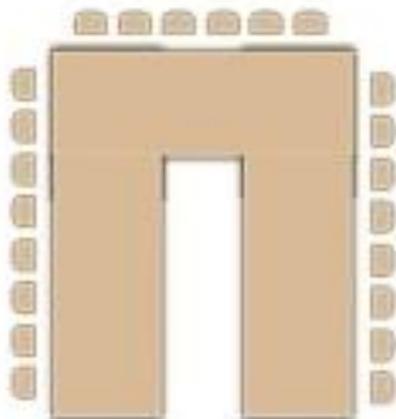
Официальная обстановка

Вне зависимости, где и в каком формате проходит встреча, гость всегда располагается лицом к окну

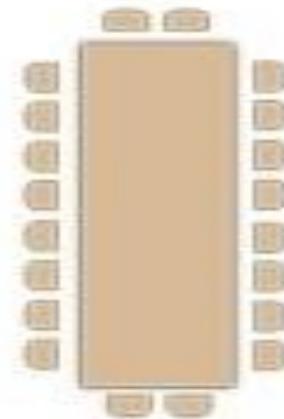
Т-ОБРАЗНЫЙ



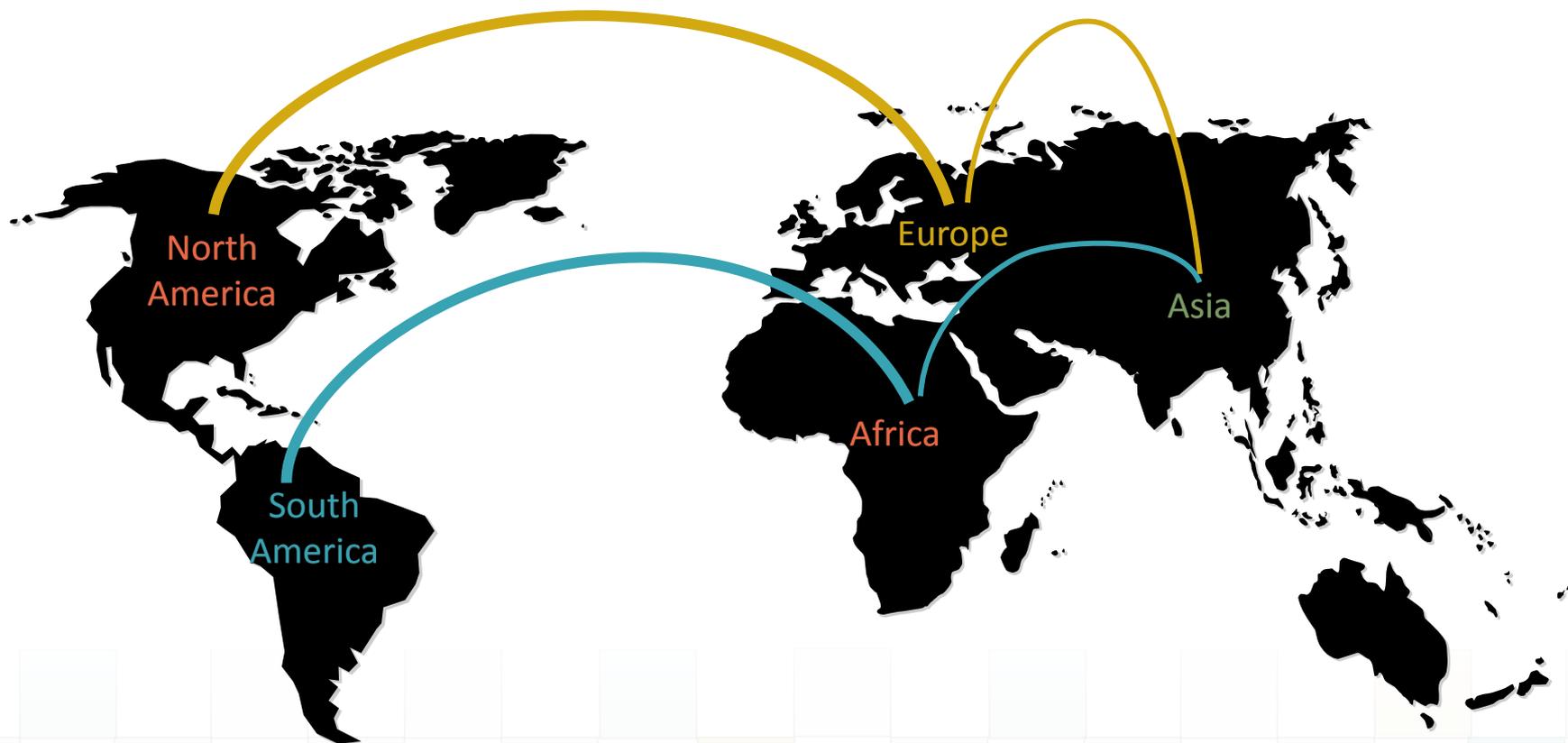
П-ОБРАЗНЫЙ



ПЕРЕГОВОРЫ



Национальные переговоры



**Граждане
Мира**

Всегда помните об особенностях разных народов и национальностей. Уважайте традиции других народов.