

Primjena bon-tona, poslovi bon-ton-bon-ton, primjeri prakse

Šimunković, Matija

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Maritime Studies / Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:271222>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2023-12-09**

Repository / Repozitorij:

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split -
Repository - Faculty of Maritime Studies Split for
permanent storage and preservation of digital
resources of the institution](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

MATIJA ŠIMUNKOVIĆ

**PRIMJENA BON-TONA, POSLOVNI BON-TON –
BON-TON, PRIMJERI PRAKSE**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2020.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

STUDIJ: POMORSKE TEHNOLOGIJE JAHTA I MARINA

**PRIMJENA BON-TONA, POSLOVNI BON-TON –
BON-TON, PRIMJERI PRAKSE**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

dr. sc. Mila Nadrljanski

STUDENT:

Matija Šimunković

(MB:0171272791)

SPLIT, 2020.

SAŽETAK

U završnom radu analiziran je bonton i njegova važnost u svakodnevnom životu kao i u poslovnom i diplomatskom svijetu. Bonton je zapravo skup pravila i normi koje nam govore kako se trebamo ponašati u društvu. U radu su opisane osnovne riječi koje bi svaka osoba trebala koristiti u svakodnevnom životu. Također opisan je i pristojan način predstavljanja i upoznavanja. S obzirom na to da je lijepo i pristojno ponašanje važan faktor pri stvaranju pozitivnih utisaka, važno je imati osnovno znanje o bontonu. U radu je opisano kako bi se trebali ponašati zaposlenici i šefovi kako bi stvorili pozitivnu i profesionalnu radnu atmosferu. Kako se u poslovnom okruženju možemo pronaći u raznim situacijama kao što su sastanci, večere i slično, u radu je opisano kako se primjereno ponašati u svakoj od tih situacija. Također, u radu je analizirana kulturološka razlika u pomorstvu. Uzeli smo primjer Japanca i Filipinca kako bi ukazali na različitosti ponašanja i načina rada.

Ključne riječi: bonton, ponašanje, poslovni bonton, komunikacija

ABSTRACT

This paper contains an analysis of etiquette and its importance in everyday life, as well as in the business and diplomatic world. Etiquette can be described as a set of rules and norms that tell us how we should behave in society. The paper also contains all the basic words that everyone should use in their daily quests. The way of polite introducing and getting to know someone is also described in the paper. Since nice and polite behavior is an important factor in creating positive first impressions, it is important to have basic knowledge of etiquette. In this paper you can read about relationships between employees and bosses in the workplace and how to create a positive and professional work atmosphere. Because you can embark in many different situations while working such as meetings or dinners, it is important to know how to behave appropriately in each of these situations. Also, the paper analyzes the cultural difference in maritime business. We took Japanese and Filipino people for an example to point out differences in behavior and working habits.

Key words: etiquette, behavior, business etiquette, communication

SADRŽAJ

1.	UVOD.....	1
2.	BONTON.....	2
2.1.	Četiri čarobne riječi.....	2
2.2.	Pozdravljanje.....	4
2.2.1.	Rukovanje.....	4
2.2.2.	Ljubljenje.....	6
2.3.	Predstavljanje.....	7
2.4.	Oslovljavanje sa „Vi“ ili „Ti“.....	7
3.	POSLOVNI BONTON.....	8
3.1.	Razgovor za posao.....	8
3.1.1.	Životopis.....	8
3.1.2.	Pripreme za razgovor za posao.....	9
3.2.	Poslovni sastanak.....	10
3.3.	Poslovno odijevanje.....	10
3.3.1.	Pravilo odjeven muškarac u poslovnom svijetu.....	11
3.3.2.	Pravilo odjevena žena u poslovnom svijetu.....	13
3.4.	Interakcija sa suradnicima.....	15
3.5.	Odnos sa šefom.....	17
3.6.	Poslovna večera.....	17
4.	KULTUROLOŠKI ODNOSI U POMORSTVU.....	19
4.1.	Razvijanje unutarnjih- kulturnih odnosa.....	19
4.2.	Vježbaj kulturnu osjetljivost.....	20
4.3.1.	Japanske vrijednosti i karakteristike.....	20
4.3.2.	Karakteristike Filipinaca.....	21
5.	ZAKLJUČAK.....	23
6.	LITERATURA.....	24

1. UVOD

Svaki susret uključuje nekakav oblik komunikacije, a to može biti izgovorenim riječima ili neverbalnom komunikacijom. Zbog toga nas od malih nogu uče pravilima komuniciranja i lijepog ponašanja. Važnost poznavanja bontona je izrazito velika jer se bonton koristi svakodnevno kako u privatnom životu tako i u poslovnom i diplomatskom svijetu. Dobro poznavanje bontona vodi prema uspješnom razgovoru i omogućava pojedincu da izbjegava greške u ponašanju. Poznavanje bontona osobito je važno u poslovnom okruženju gdje se treba održavati visok nivo profesionalnosti i lijepog ponašanja. S obzirom na to da je komunikacija vrlo složen proces, željena poruka može dobiti drugo značenje. To se sprječava mnogim pravilima ponašanja zvanim bonton. Ovim radom pojašnjeno je korištenje bontona i njegova važnost u životu svakog pojedinca.

Rad se dijeli na pet poglavlja. Prvo poglavlje uvodi u temu i pokazuje strukturu rada. Nakon uvoda slijedi poglavlje o komunikaciji i bontonu te njegovoj općenitoj upotrebi. U trećem poglavlju definira se poslovni bonton, osnovna pravila ponašanja na poslu kao i poslovno odijevanje tj. *dress code*. Četvrto poglavlje opisuje različitosti u kulturama na brodu i pravilima ponašanja prema različitim nacijama. Peto poglavlje je zaključak, a nakon njega slijedi popis korištene literature i popis slika.

2. BONTON

Bonton se može definirati kao skupina normi o pravilnom ponašanju kojih bi se trebali držati svi članovi društva. Dolazi od francuske riječi "Bon Ton" što znači dobar način. [3]

Cilj bontona je naučiti pojedinca kako se ponašati, komunicirati, gestikulirati i izgledati u svakoj situaciji. Psovanje, fizičko nasilje i vrijeđanje su djela koja se najviše osuđuju u bontonima. Osobe koje ne poznaju osnovni bonton smatraju se nepristojnim i loše odgojenim te većinom nisu prihvaćeni u društvu.

Bonton nikoga ne obvezuje, ali se podrazumijeva kao osobina kulturne osobe, naročito u poslovnoj okolini. Poznavanje bontona je vrlina visokog značenja. Za neku osobu određena radnja može biti uvreda dok za drugu može biti kompliment. Također, u jednoj zemlji se nešto može smatrati dobronamjernim i lijepim, a u drugoj se može shvatiti kao uvreda i nešto loše. S obzirom na to da je svijet pun različitih kultura i nacija, postojat će kulturološke razlike i različiti stavovi prema istim djelima. Bonton je nastao kako bi se izbjegle neugodne situacije zbog kulturne različitosti pojedinaca i skupina. Bonton se ne može smatrati nekom vrstom zakona, ali je ključni dio uspješnog poslovanja. [2]

"Upoznavajući pravila i zahtjeve koje ponašanje postavlja, možemo uočiti da se temelje na moralu i etici, na ljudskim vrijednostima, na ljudskim vrlinama. Pravila ponašanja se prilagođavaju vremenu, situaciji, prilikama, potrebama, mijenjaju se, ali cilj pravila ostaje isti." (Knežević)

2.1. Četiri čarobne riječi

Već od početka života, mnogi ljudi su upoznati sa ove četiri riječi; *Hvala, molim, izvolite* i *oprostite*. Ove četiri riječi su važne u svakom dijelu života; od obrazovanja do poslovnog i privatnog života. One uljepšavaju odnose među ljudima i nazivaju se čarobnim riječima jer se smatra da otvaraju sva vrata.

Hvala je riječ kojom se iskazuje zahvalnost. Zahvaljivanje je oduvijek jedna od osnova bontona. Za svaku požrtvovnost se treba zahvaliti kao i za svaki dar jer je zahtijevao trud i vrijeme. *Hvala* je riječ koja se najčešće upotrebljava u svakodnevnoj komunikaciji. Zahvaljuje se za

mnoge radnje kao što su usluge. *Hvala* se govori svima bez obzira na godine, društveni status ili spol.

Neiskazivanjem zahvalnosti, osoba se smatra krajnje nepristojnom i može uvrijediti drugu osobu koja je učinila uslugu ili darovala nešto. Na *hvala* se odgovara s *molim*.

Molim je riječ koja se većinom koristi za zahtjeve. Postoji pozitivna i negativna upotreba ove riječi. U slučaju negativne upotrebe, omogućava se negativan odgovor tj. može doći do odbijanja zahtjeva. Npr. *Ako biste mogli, molim vas*. U slučaju pozitivne uporabe riječi *molim* signalizira se da su sugovornici istog ranga i to može zvučati kao zapovijed. Npr. *Molim Vas, biste li ovo pogledali?*

Najpristojniji način zahtijevanja je - *Oprostite što smetam, ali molim Vas...*

Molim se koristi i u slučaju da se ne čuje pitanje te kao odgovor na riječi *izvoli* i *hvala*. Prilikom javljanja na mobitel ili telefon pristojno je reći *molim*. Svaki bi zahtjev morao početi s *molim*. Uz *molim* se mogu dodavati još neke riječi kao što su *molim vas lijepo*. Ovo se nadodaje u slučaju kada je nešto posebno važno osobi ili kad se obraća posebno važnoj osobi.

Pitanje koje ne sadrži u sebi riječ *molim* ne zahtijeva odgovor, dok pitanje koje sadrži riječ *molim* zahtijeva odgovor koji će u većini slučajeva biti pozitivan. Ako se odgovori na molbu s *ne*, bitno je dati objašnjenje zašto je odgovor negativan.

Oprostite se koristi nakon nenamjerno izazvanog propusta u riječi, propustu ili stavu. U slučaju da dođe do propusta slijedi isprika koja bi se uvijek trebala prihvatiti: *Molim, oprostite* ili *Oprostite, molim vas*. Ovim riječima se umanjuje ili potpuno otklanja nastala neugodnost. U slučajnim propustima ne govori se: *Ispričavam se*, jer se to smatra kao opravdanje, a to nije potrebno. *Ispričava* se samo kod namjerno učinjenih propusta.

Izraz *Izvinjavam se* se ne koristi jer nije u duhu hrvatskog jezika. Riječ *izvinjavam* nije prikladan izraz jer se izvinuti može žica ili šipka, a ne čovjek.

Oprostite se koristi u situacijama kada dolazi do nenamjernog zakašnjenja, neodgovorene poruke ili zbog neobavljenog posla, a za to postoji opravdanje.

U slučaju prekidanja razgovora prikladno je započeti s *oprostite*.

Postoji različitost u značenju riječi *oprosti* među muškarcima i ženama. Kod muškaraca se koristi kao izraz za priznavanje krivnje, a kod žena se koristi kao izraz kojim pokazuju da im je stalo.

Isprike se smatraju vrlo pristojnim, ali u slučaju pretjeranog korištenja gube vrijednost i smatraju se neprikladnim.

Izvolite se koristi kada se nekome nešto pruža, kada se nekog propušta ili kada se nekome otvaraju vrata. [4]

2.2. Pozdravljanje

Prvi dojmovi prilikom pozdravljanja su izuzetno važni. Oni doprinose vašem statusu u društvu stoga je važno razumjeti pravila o ponašanju. Prilikom pozdravljanja važno je:

- Osoba koja sjedi, dužna je ustati. To pokazuje pristojnost i poštovanje prema drugoj osobi,
- Gledanje u oči je nužno prilikom pozdravljanja jer naglašava usredotočenost i angažman, dok gledanje u mobitel, drugu osobu ili cipele sugeriraju suprotno i stvaraju lošu sliku osobe,
- U procesu pozdravljanja osmijeh je vrlo bitan, stoga prilikom pozdravljanja nužno je imati osmijeh jer se druga osoba osjeća ugodnije i uključnije. S druge strane, grimase su nepoželjne i odbojne,
- Jasno predstavljanje kao i pamćenje imena i prezimena upoznatih osoba. Prije korištenja imena važno je dobiti dopuštenje te osobe jer se u protivnom može smatrati neformalnim i kulturno bezobzirnim. [8]

2.2.1. Rukovanje

Pravi način rukovanja je neophodan za stvaranje prvog dojma u mnogim društvenim i poslovnim situacijama. Korištenjem pravilne tehnike u pravo vrijeme dolazi do porasta poštovanja. Rukovanjem se pokazuje prijateljska strana osobe i pristupačnost bilo to u susretanju sa susjedima ili u traženju posla. Zbog važnosti rukovanja važno ga je naučiti koristiti pravilnom tehnikom. S obzirom na to da je rukovanje bitno u stvaranju prvih dojmova važno je pokazati samopouzdanje i ugodnu osobnost. Koraci prilikom rukovanja su sljedeći:

- Pravovremeno iniciranje rukovanja - Osoba višeg statusa bi trebala prva pružiti ruku. U slučaju greške da osoba nižeg statusa prva pruži ruku bitno je da ju ne povuče jer se u protivnom smatra nepristojnim. Bitno je svako rukovanje prihvatiti te uz osmijeh nastaviti upoznavanje.

- Stisak bi trebao biti čvrst, ali ne prejak. Slab stisak stvara dojam slabosti, ali to ne znači da bi stisak trebao biti jak. U slučaju da jedna osoba pruži opuštenu ruku, nužno ju je lagano stisnuti.
- Rukovanje bi trebalo trajati od dvije do pet sekundi. Većina ljudi voli kraće rukovanje pa su stoga dvije sekunde dovoljne. U slučaju rukovanja s osobom višeg statusa potrebno je slijediti vodstvo te osobe. U slučaju da rukovanje traje više od pet sekundi, pristojan način prestajanja je lagano povlačenje ruke uz održavanje kontakta očima s ugodnim izrazom lica kako bi se nastavila pozitivna interakcija.
- Obraćanje pažnje na drugu ruku – većina ljudi koristi svoju desnu ruku za rukovanje dok lijeva nema ulogu. Zbog toga bi lijeva ruka uvijek trebala biti vidljiva i ne stisnuta. Lijeve ruke ne bi smjela biti u džepu jer se to čini defenzivnim. U poslovnom svijetu dodir lijevom rukom nije poželjan dok se u osobnom okruženju može koristiti.
- Rukovanje se odvija uz pokret gore - dolje. Stisak ruke se ne smije vraćati naprijed - natrag ili bočno u stranu. Micanje ruke više od tri puta dovodi do neugodnosti.

Prilikom putovanja svijetom, važno je raspitati se o pravilima o rukovanju u ostalim zemljama. U nekim državama kao što je Iran muškarci i žene se ne rukuju dok je u zemljama Dalekog istoka rukovanje neuobičajeno. Međutim, ako dođe do rukovanja, što je zemlja istočnije od Turske to je stisak slabiji. U latinoameričkim zemljama i Španjolskoj uz rukovanje je moguće i ljubljenje u obraz tri puta.

Običaj da se pruži desna ruka ima davno porijeklo: na taj se način htjelo pokazati onome tko je bio nasuprot da se ne hvata za oružje. [9]



Slika 1. Primjer pravilnog rukovanja

2.2.2. Ljubljenje

U procesu pozdravljanja ljubljenje u obraz je društvena gesta. Nije popularno u poslovnom svijetu, ali je veoma uobičajeno u privatnom životu. Ljubljenje u obraz pokazuje prijateljstvo, obiteljski odnos, pokazuje poštovanje ili tješi nekoga. Vrlo je popularno u Europi, a naročito u istočnoj Europi. Ljubi se lagano u obraz ili se poljubac šalje u zrak. Prikladni društveni kontekst može uvelike varirati od zemlje do zemlje.

Prilikom pozdravljanja, neke osobe prakticiraju ljubljenje ruku ženskim osobama. Važno je da se poljubac u ruku ne daje na ulici već isključivo u zatvorenim prostorima. Ako je muškarac u društvu više od 3 žene - tada se ne ljubi ruka nijednoj. Gospođicama se također nikad ne ljube ruke. [6]

2.3. Predstavljanje

U privatnim okolnostima predstavlja se s imenom i prezimenom dok se u službenim prilikama predstavlja imenom i prezimenom te titulom koja je određena dužnošću. Prilikom predstavljanja muškarac se predstavlja ženi ili ga predstavljaju ženi. Žena se prva predstavlja muškarcu samo u slučaju da je puno mlađa od muškarca. To vrijedi i za ostale slučajeve tj. mlađa osoba dužna je predstaviti se starijoj. Osobe nižeg društvenog položaja se također prve predstavljaju osobama višeg društvenog položaja.

U situacijama kada je muškarac u pratnji žene, on je dužan predstaviti tu ženu. Međutim, muškarac je uvijek predstavljen ženi te osobi starije dobi, položaja i čina. U slučaju da riječ o visoko pozicioniranom muškarcu po društvenom položaju i činu, onda se svi drugi predstavljaju njemu. [4]

2.4. Oslovljavanje sa „Vi“ ili „Ti“

Oslovljavanje sa *Vi* je primjereno za sve nepoznate osobe, tek upoznate osobe i kolege na poslu. Uobičajeno je i da se zaposlenike pozdravlja sa *Vi* zbog držanja distance osim u slučajevima gdje je drugačije propisano pravilnikom kompanije. Sa *Vi* se pozdravljaju i starije osobe osim članova obitelji. To prikazuje poštovanje i pažnju prema starijoj osobi. Prilikom pozdravljanja sa *Vi* slijedi i *gospodine* ili *gospođo*.

Osobe na rukovodećim položajima i vlasnici tvrtki dužni su svoje djelatnike oslovljavati sa *Vi*. Profesori na fakultetima bi također trebali studente oslovljavati sa *Vi*. Takav način komunikacije održava distancu među osobama i služi kao naglasak na međusoban službeni odnos.

Prelazak na *Ti* znak je intimnosti i popularno je među mlađim osobama. Prilikom upoznavanja nepoznate osobe pravilo je koristiti *Vi*. Zbog mogućeg osjećaja nametljivosti i nasrtljivosti važno je ne prerano koristiti *Ti*. Na *Ti* se može prijeći nakon dugog poznanstva jer se to može prikazati kao znak bliskosti među osobama. Starija osoba uvijek to predlaže ili to može predložiti žena muškarcu. Ako to muškarac predloži ženi, smatra se nepristojnim bez obzira na dob.

Samo oslovljavanje s *Vi* nije dokaz dobrog odgoja kao što nije ni lošeg odgoja. Važan je način i okolnost kada i kako oslovljavamo nekoga u različitim situacijama. [4]

3. POSLOVNI BONTON

Poslovni bonton se može definirati kao skupina pravila koja reguliraju način na koji ljudi međusobno komuniciraju na poslu, s kupcima, dobavljačima te unutarnjim i vanjskim tijelima. Ova pravila su vrlo važna za uspješno poslovanje jer u poslovnom okruženju mi ne predstavljamo samo sebe već i svoju organizaciju. Većina ljudi koji su uspješni u poslovnom i profesionalnom svijetu su dobro upoznati s ovim pravilima.

3.1. Razgovor za posao

Razgovor za posao je najbolje mjesto za pokazivanje komunikacijskih vještina i mogućnosti. Osobe koje pokažu svoje poznavanje poslovnog bontona u prvom susretu su puno poželjnije u radnom okruženju. S obzirom na to da je razgovor za posao ključan za dobivanje posla, prvi dojmovi su izuzetno bitni. Smatra se da se u 75% slučajeva odluka o zapošljavanju donosi u prvih nekoliko minuta razgovora. Prvi dojmovi se odnose na verbalnu i neverbalnu komunikaciju osobe. Pod verbalnom komunikacijom se podrazumijevaju ton glasa, vokabular, brzina pričanja i izgovaranje, dok se pod neverbalnom komunikacijom podrazumijevaju geste, stav, izrazi lica, odjeća, tj. cjelokupni izgled osobe. Za vrijeme razgovora za posao važno je imati:

- Čiste i sjajne cipele,
- Ispeglanu robu bez mrlja,
- Čiste nokte,
- Urednu kosu,
- Oprane zube,
- Isključen mobitel,
- Uredne kopije životopisa. [7]

3.1.1. Životopis

Kako bi došlo do razgovora za posao potrebno je imati impresivan životopis. Postoje dvije vrste životopisa; *obrnuto kronološki životopis* u kojemu su poslovi navedeni od trenutnog

prema prvom poslu i *funkcionalni životopis* u kojemu se opisuju sve vještine, sposobnosti i mogućnosti koje su potrebne za željeni posao.

Poslodavci su većinom navikli na kronološki stil, ali u slučaju manjeg radnog iskustva, funkcionalni životopis može na najbolji način pokazati sve vještine i talente.

Kako bi se stvorila pozitivna slika na papiru važno je:

- Prezentiranje životopisa na kvalitetnom papiru bijele boje na dvije stranice,
- Korištenje podebljavanja kako bi se naglasile određene stavke,
- Da životopis koristi atraktivan i logičan format te da uključuje imena tri do pet osoba s potpunim adresama i brojevima telefona koji su voljni dati točnu procjenu podnositelja zahtjeva,
- Pisati isključivo istinu. Laži će izaći na vidjelo i može doći do teških ili čak i doživotnih posljedica.

Uz tradicionalni životopis u novije vrijeme je potrebno imati i elektronički. Pisanje elektroničkog životopisa zahtjeva neke smjernice kao što su:

- Korištenje standardnih fontova kao što su Times New Roman ili Courier, sa fontom 10-14,
- Pisanje vlastitog imena na vrhu svake stranice,
- Izbjegavanje korištenje kurziva i podvlačenja; podebljanje i sva velika slova su prihvatljiva,
- Važno je da bude spremljen kao „.pdf“ datoteka. Na taj način će ga primatelj vidjeti kako je prvotno zamišljeno da izgleda. [7]

3.1.2. Pripreme za razgovor za posao

Nakon predaje životopisa dolazi do razgovora za posao. Razgovor za posao je savršena prilika za isticanje među kandidatima. Za uspješan razgovor važni su:

- Dolazak na vrijeme – čak i minuta kašnjenja nije dopustiva, stoga je bitno pravovremeno doći. Dovoljno je doći deset do petnaest minuta prije dogovorenog vremena. Prijevremeni dolazak može dovesti poslodavce u neugodnu situaciju u kojoj se osjećaju odgovornim za čekanje,

- Istraživanje i pripremanje za moguća pitanja – neka pitanja se mogu predvidjeti, dok druga ne. Stoga je važno istražiti što više informacija o mogućem budućem mjestu. U moderno doba pristup informacijama o firmi je vrlo jednostavan. Google i Facebook mogu biti izvor brojnih informacijama koje mogu pomoći osobi da se istakne među ostalim kandidatima. U idealnim uvjetima to može doći do razgovora o planovima za mogući rast tvrtke. S obzirom na to da je jedno od glavnih pitanja ono o snagama, sklonostima i iskustvima, važno je da osoba ima znanje koje su to,
- Prikladan izgled – Odjeća uvelike utječe na prvi dojam i zbog toga se treba obući što prikladnije. Važno je da roba bude čista i ispeglana. Vidljive piercinge i tetovaže je potrebno prikriti jer mogu stvoriti lažnu sliku osobe. [7]

3.2. Poslovni sastanak

S obzirom na to da su poslovni sastanci ključni dio poslovanja oni zahtijevaju određenu pripremljenost. Poslovni se sastanci planiraju unaprijed, stoga je dolazak na vrijeme ključno pravilo. U suprotnom se smatrate neprofesionalnim i oduzimate tuđe dragocjeno vrijeme. U slučaju da kasnite više od petnaest minuta poslovna etika nalaže da osobi koja vas čeka predložite odgodu sastanka i zakazivanje u drugo vrijeme. Ukoliko se svi sudionici ne poznaju potrebno ih je predstaviti prije samog početka sastanka. Pripremljenost je izuzetno važna i bitno je biti upućen o čemu se radi na sastanku pa je od velike koristi i imati pripremljena pitanja. [11]

3.3. Poslovno odijevanje

Ljudi uvijek stvaraju prvo mišljenje zbog odjeće pojedinca. Zbog toga je bitno znati što je prikladno, a što nije. Odgovarajuće odijevanje na poslu je presudan sastojak u stvaranju pozitivnih dojmova kao i u održavanju dobre slike na radnom mjestu. Znanje o pravilnom odijevanju donosi prednost među ostalim suradnicima ili kandidatima.

S obzirom na to da je u zadnjih deset godina poslovna odjeća doživjela radikalne promjene, ljudi više nisu sigurni što je prikladno. Neki standardi koji su vrijedili za gotovo čitav svijet jedva odgovaraju za pojedinu profesiju. Na primjer, neke odvjetničke tvrtke još uvijek

zahtijevaju od muškaraca da nose odijela, dok druge odvjetničke tvrtke prihvaćaju samo košulju i kravatu.

Za prikladno odijevanje za posao najbitnije je odijevati se kako bi se uklopili u tvrtku i odijevati se za ispunjavanje očekivanja osoba s kojima se posluje.

Moderno doba donijelo je takozvano situacijsko odijevanje; izbor odjeće zaposlenika ovisi o njegovoj profesiji i stavovima tvrtke. Poslovnu odjeću obično zahtijevaju područja kao što su bankarstvo, zakon, financije i osiguranje dok industrije koje pružaju zabavu, modu ili informacijske tehnologije imaju tendenciju omogućavanja osobnog izražavanja radnicima.

Suvremeni poslovni radnik je vrlo fleksibilan što se tiče odijevanja. Odjeća ovisi o tome što je planirano taj dan. U slučaju da muškarac na poslu nema važnog posla, košulja s otvorenim ovratnikom je dovoljna, ali ako se sastaje s klijentima bitno je znati kako će se oni obući. Ako klijenti nose kravate i on ju treba nositi. U slučaju da klijenti nose samo traperice i majice važno je da se i on obuče ležerno kako ne bi stvorio zid između sebe i klijenata. [7]

3.3.1. Pravilo odjeven muškarac u poslovnom svijetu

Najčešća odjeća muškarca u poslovnom okruženju je jednostavno poslovno odijelo, košulja dugih rukava, odgovarajuća kravata, remen za hlače i odgovarajuće cipele. Postoje dva osnovna pravila za muškarce: *Što kasnije to tamnije* i *što svečanije to tamnije*.

U slučaju pravila *što kasnije to tamnije* paleta boja kreće se od tamno sive preko tamno plave do crne boje.

Materijali od kojih je izrađena odjeća moraju biti pomno izabrani kako se ne bi gužvali prilikom sjedenja te moraju biti prirodni kako u dodiru s tijelom ne bi proizvodili neugodne mirise.

Rukav košulje kod muškaraca bi uvijek trebao biti za 1.5 centimetara duži nego rukav sakoa.

Kratka košulja ispod sakoa kod muškaraca je strogo zabranjena dok je kod žena dopuštena.

Za dobar izgled muškarca postoji deset pravila:

1. Dok osoba stoji, važno je da sako bude zakopčan. Otkopčan može biti samo zadnji gumb i to u slučaju da sako ima tri ili više gumba. Ako sako ima samo dva gumba, u stojećem položaju oba moraju biti zakopčana. Sako se nikada ne skida, neovisno o temperaturi. Ruke se nikada ne drže u džepovima sakoa.
2. Džepovi hlača također ne služe da se u njima drže ruke. Ruka u džepu hlača ukazuje na nesigurnost, nesnalaženje, a najviše nepristojnost osobe. U desnom džepu muškarac bi trebao imati platnenu maramicu za osobnu upotrebu dok je maramica u lijevom unutarnjem džepu sakoa za dame u društvu.

3. S obzirom na to da je kravata simbol muške elegancije, samosvijesti i dostojanstva, vrlo je važno voditi računa o njenoj duljini. Kravata mora dosezati do kopče remena ili biti centimetar duža. Kravata mora biti izrađena od finog materijala kao što je svila kako bi čvor kravate čvrsto stajao. Neukusno je da čvor kravate padne te da se vidi prvi gumb košulje. Boja kravate se prilagođava po boji košulje i boji odijela. Šarene kravate s velikim uzorcima i žarkim bojama nisu poželjne jer će neupadljiva kravata ostavit elegantan i jači dojam.
4. Gornji lijevi džep sakoa služi za ukrasnu maramicu. Ukrasna maramica ne bi smjela biti istog uzorka kao kravata. Boja maramice se odabire u jednoj od boja s kravate ili u uzorku koji je sukladan uzorku i boji kravate.
5. Muškarcima se predlaže nošenje crnih cipela. Cipele moraju biti očuvane, uredne i ulaštene, a vezice uredne. Vrhovi, pete i potplate ne bi smjele biti istrošene.
6. Boja čarapa ovisi o boji odijela, ali su obično crne, tamno plave ili tamno sive. Bitno je da su dovoljno duge kako se ne bi vidjela gola noga u sjedećem položaju. Većinom se nose dokoljenke jer se pojava gole kože smatra ružnim i neukusnim. Čarape se ne nose na sandale i na klompe.
7. S obzirom na to da je remen vrlo uočljiv na muškarcima, važno je da bude neupadljiv. Boja remena ovisi o boji odijela i mora biti usklađen s cipelama. Važno je da remen ne bude istrošen.
8. Maramica u džepovima muškarca mora biti isključivo platnena. Smatra se da papirnate maramice nisu prikladne za javnu upotrebu. Papirnate maramice se koriste samo kad je osoba sama ili u kućnom okruženju.
9. Kosa mora biti uredno podšišana i čista. Također, vrlo je ružno vidjeti perut na odijelu muškarca stoga je važna briga o tome.
10. U poslovnom i diplomatskom svijetu vidljive tetovaže i piercing se smatraju neprikladnima i u mnogim tvrtkama su zabranjeni. Guma za žvakanje je strogo zabranjena u poslovnom svijetu. [4]



Slika 2. Stilovi odijevanja za muškarce

3.3.2. Pravilo odjevena žena u poslovnom svijetu

Odjeća žene u poslovnom okruženju odabire se sukladno prigodama. U pravilu je ta odjeća klasična i jednostavna. Izbor odjeće kod žena je puno zahtjevniji nego kao što je u slučaju kod muškaraca jer uključuje puno više vrsta odjeće kao što su haljine, kostimi i odijela te je raspon boja puno širi.

Za razliku od muškaraca gdje je pravilo *što kasnije to tamnije*, kod žena vrijedi *što kasnije to elegantnije i svečanije* jer kod žena to nije nužno tamno. Odjeća se bira ovisno o prigodi, ali uvijek vrijedi pravilo – *što jednostavnije, to elegantnije*.

Odjeća na ženi ne smije biti ni prekratka ni preuska jer se time može poslati drugačija poruka od željene. Duljina do pola koljena je najkraća dužina koja je primjerena u poslovnom i diplomatskom svijetu. Preporučena je duljina preko koljena jer u protivnom, prilikom sjedenja može postati vidljivo donje rublje.

Duboki dekolte i pokazivanje prevelikog dijela tijela je neprikladno, osim u posebnim prigodama kao što su balovi. U takvim situacijama važno je ne pokazivati previše jer se smatra da je to dozvoljeno samo za estradu.

Odjeća bijele boje je primjerena za ljeto. Uobičajeno se nosi na dnevne objede ili jutarnje čajeve. Može se nositi i navečer no samo za manje svečane prigode jer se bijela boja ne smatra svečanom bojom osim u prigodama kao što su prva pričest, krizma ili vjenčanja.

Odjeća koja sadrži šljokice ili sjajnu tkaninu se ne odijeva prije 18 sati. Zbog toga je crna haljina ključna stavka u garderobi svake žene.

Kao i kod muškaraca, i kao žena postoji deset pravila za dobar izgled:

1. Kosa uvijek mora biti počešljana, uredna i čista. U slučaju da je kosa obojena, važno je da se boja redovito obnavlja. Šminka ne smije biti upadljiva te mora naglasiti oči i usne. Ruž na usnama je obavezan u gotovo svim prigodama i mora biti postojan kako ne bi ostavljao tragove na čaši ili šalici jer se to smatra gadljivim. U situacijama gdje je potrebno popraviti šminku, popravlja se u zatvorenim prostorima daleko od očiju prisutnih.
2. Dužina suknje ili haljine može biti najkraće do pola koljena. Odjeća bez rukava je uobičajeno zabranjena.
3. Nakit se treba koristiti u umjerenj količini. U pravilu se ne nosi više od tri vrste nakita istovremeno. S obzirom na to da su od nakita najuočljivije naušnice, važno je da nisu preupadljive te da je na svakom uhu samo jedna naušnica. Važno je i ne nositi previše prstenja jer se oni na ruci žene mogu očitati kao obrambeni stav i kao znak nesigurnosti. Od svih nakita biseri su najsvestraniji. Mogu se nositi u svim prigodama; danju, noću ili čak i na pogrebima.
4. Čarape na ženi moraju biti uredne, neiznošene i bojom prilagođene odjeći. Većinom se nose u boji kože ili za nijansu do dvije nijanse tamnije. Žene u poslovnom i diplomatskom svijetu nikada neće nositi čarape s uzorkom niti mrežaste čarape. S obzirom na to da su čarape obavezne u poslovnom svijetu, nose se na svim temperaturama. Čarape se ne nose jedino na vrlo svečanim događanjima gdje se nose duge haljine uz sandale otvorenih prstiju.
5. Žene bi na poslu uvijek trebale nositi cipele ili sandale koje su uvijek zatvorene naprijed kako se ne bi vidjeli nožni prsti. Cipele i sandale se odabiru zbog udobnosti te se u njima žena treba osjećati lijepo. Za sportske aktivnosti koriste se tenisice dok se natikače nose samo na plažu. Prilikom nošenja obuće gdje su vidljivi nožni prsti, važno je da su usklađeni s bojom laka na noktima ruku.
6. Torbica je sastavni dio odijevanja žene. Za dnevne prigode torbice mogu biti veličine po želji ili potrebi, a za svečane prilike prikladnije su male torbice. Boja torbice je neovisna i bira se po želji. U večernje sate, boja torbice ne bi trebala biti u napadnim bojama, a mogu biti i srebrne ili zlatne boje. Svaka torbica bi trebala sadržavati platnenu maramicu za osobnu upotrebu. Budući da je torbica modni dodatak nikako joj nije mjesto na stolu.

7. Šešir kao modni dodatak se u pravilu nosi samo do 18 sati. U slučaju da se žena odluči koristiti ga, tada ga mora staviti na glavu kod kuće i skinuti ga kod kuće. Izuzetak su šeširi za plažu koji se skidaju prije ulaska u more. Kod odabira šešira važno je da bude prikladne boje, izgleda i veličine. U zatvorenim prostorima je bitno da šešir ne zaklanja pogled osobama koji se nalaze iza njega.
8. Rukavice su dodatak koji ograničava žene u mnogim situacijama. Prilikom rukovanja žena može, ali i ne mora skinuti rukavicu. S rukavicama se nikad ne konzumira piće i jelo, a na prigodama kao što su balovi, rukavice se skidaju kada se služi piće ili hrana.
9. Nošenje krzna i kože se izbjegava u poslovnom i diplomatskom svijetu, ali u slučaju da se žena odluči nositi krzno ili kožu, treba znati da se nosi u periodu između Svih svetih i Uskrasa. Izvan tog perioda, krzno i kožu nosi samo estrada jer u estradnom odijevanju vrijedi – *što upadljivije i ekstravagantnije to bolje*.
10. Kao i kod muškaraca, vidljive tetovaže, guma za žvakanje i piercing nisu dozvoljeni kod žena. [4]



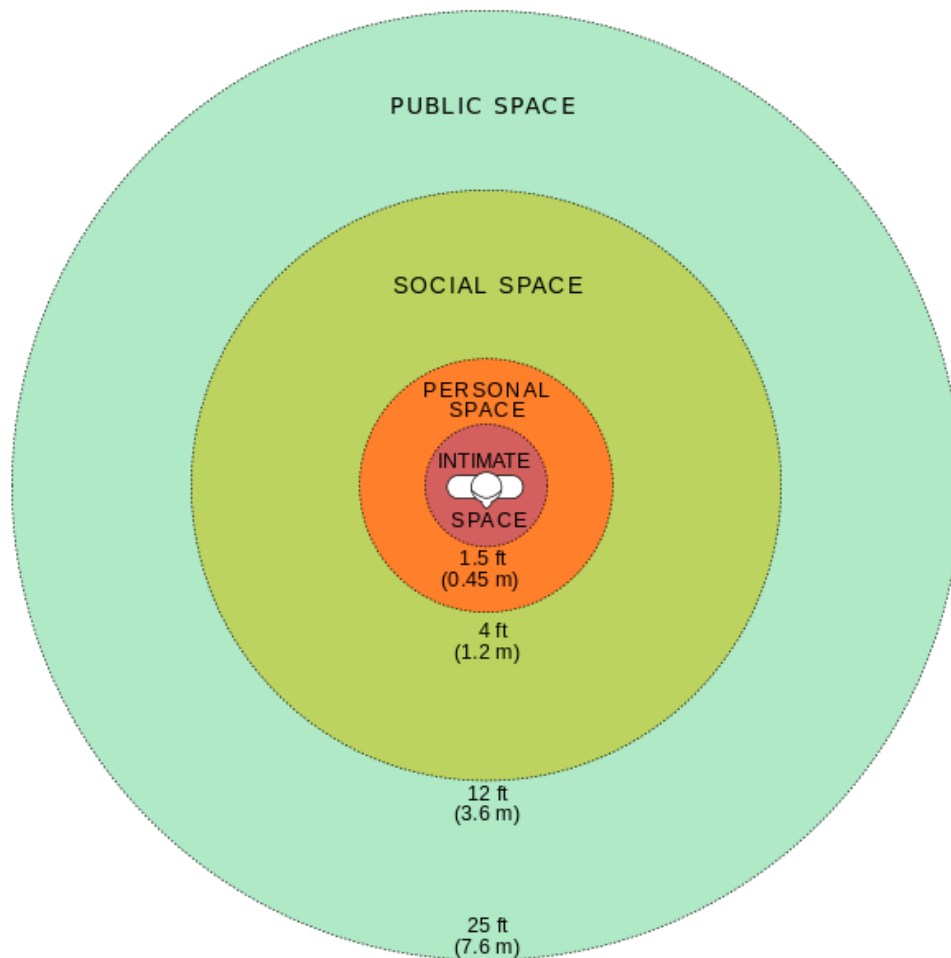
Slika 3. Stilovi odijevanja za žene

3.4. Interakcija sa suradnicima

S obzirom na to da je većina vremena na poslu provedena s ostalim radnicima važno je imati zdrav i profesionalan odnos. Postupajući sa suradnicima s pažnjom, poštovanjem i poštenjem, bez obzira na njihovu titulu ili razinu odgovornosti, steći će se međusobno

povjerenje i poštovanje. Odnos uvijek mora biti profesionalan, bez obzira na osobna mišljenja. Tako se stvara ugodnija i efikasnija poslovna atmosfera. Pozitivne interakcije sa suradnicima temelje se na osnovnim stavovima kao što su poštivanje osobnog prostora, razumijevanje statusa, promišljanje o temama za razgovor...

Narušavanje osobnog prostora je prva greška koju rade mnogi suradnici. To može osobu dovesti u vrlo neugodnu situaciju gdje se ne osjeća sigurno ili prirodno. Udaljenost od pedeset centimetara je dovoljna da se ne krši osobni prostor pojedinca. Ako osoba priča tiše ili je nerazumljiva, tada je dopušteno nagnuti se prema naprijed, ali samo u situacijama kada ta osoba govori.



Slika 4. Osobne zone pojedinca

Zreli smisao za humor na radnom mjestu omogućava ljudima da se opuste i zadirkuju na ljubazan i nježan način, ali bitno je humor koristiti pažljivo. On može uvrijediti nekoga na vjerski, rasni ili etnički način. Humor se ne bi trebao koristiti za vrijeđanje ili ismijavanje

vlastite tvrtke jer može dovesti do sankcija ili otkaza. Sposobnost nasmiijavanja drugih je dar, ali može biti i poslovni alat.

Psovanje na radnom mjestu je veliki problem današnjice. I zaposlenici i poslodavci koriste psovanje za iskazivanje svojih frustracija ili gnjeva. Psovanje se smatra vrlo nekulturnim i primitivnim. Čak osamdeset posto zaposlenika smatra psovanje neprihvatljivim. Zbog toga se mnoge današnje tvrtke trude da s pravilnicima i priručnicima odstrane psovanje s radnih mjesta. Osobni konflikti na radnom mjestu su neizbježni. Uvijek će postojati tračevi i mete ogovaranja. Prilikom interakcije s međunarodnim suradnicima važno je imati znanje o njihovim razgovornim običajima te izbjegavati sleng i skraćenice. [7]

3.5. Odnos sa šefom

Šef se uvijek oslovljava sa gospodin/gospođa s prezimenom sve do trenutka kad šef zatraži da ga se oslovljava s imenom. Formalnost je vrlo bitna, ali greške su moguće. Nazvati šefa imenom nije nedopustljivo jer ako se događa redovito ili namjerno tada može doći do lošeg odnosa.

Poštovanje prema šefu se najbolje iskazuje sa usredotočenosti, dobrim pitanjima i suradljivošću. Šef je osoba koja inicira razgovor i zaposlenik je taj koji bi trebao slijediti ton i temu razgovora. Pozivnice za događaje šalju šefovi, a zaposlenici odgovaraju na njih. To znači da uzvratni pozivi nisu potrebni. [5]

3.6. Poslovna večera

Večera može otkriti nečiji karakter pa ga neke tvrtke koriste kao alat prije zapošljavanja radnika. Na večeri pojedinac može pokazati svoj odnos sa šefom ili suradnicima, osnovno znanje o bontonu i sposobnost da može održavati razgovor. Mnogi se ljudi boje da neće znati što učiniti ili kako se ponašati za stolom. Jednostavno rješenje je – kada niste sigurni što učiniti, jednostavno sjednite, pričekajte i gledajte.

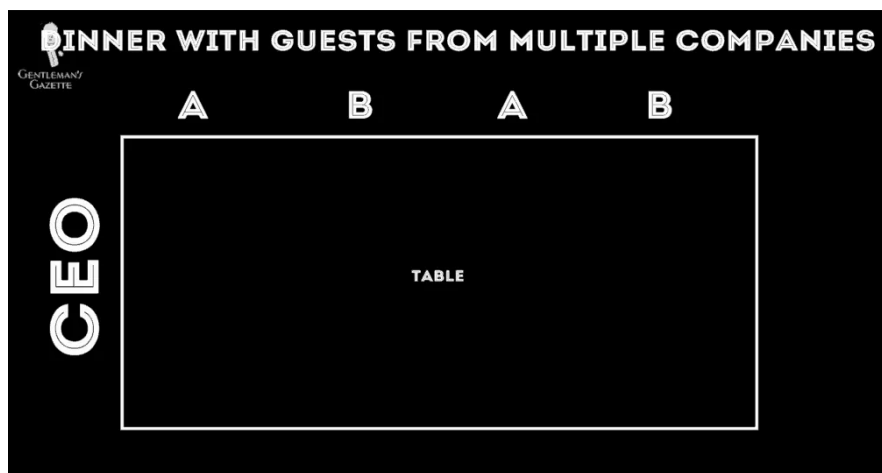
Svaka poslovna večera uvijek ima domaćina, a to je u većini slučajeva šef. On odabire restoran kao i vrijeme. Domaćina neće biti samo u situacijama gdje se ide na večeru s kolegama samo zbog gladi. Domaćin bi uvijek prije večere trebao znati tko su mu gostim te pripremiti teme za razgovor i pitanja.

Prilikom biranja restorana za večeru važno je odabrati restoran koji nije pretjerano glasan ili pretrpan gostima jer je glavni cilj voditi razgovor. Bitno je odabrati restoran koji nema teško jestivu hranu kao što su primjerice masni hamburgeri.

Nužno je rezervirati stol na vrijeme jer se čekanje stola čini vrlo neprofesionalnim. Prilikom rezervacije može se zatražiti tihi stol kako bi razgovor prošao bez ometanja.

Domaćin bi trebao doći deset do petnaest minuta prije gostiju kako bi osigurao stol i pripremio se za dolazak gostiju.

Za raspored sjedenja je odgovaran domaćin. U slučaju da domaćin ne organizira raspored sjedenja, gosti sjedaju na mjesta gdje mogu voditi neometan razgovor.



Slika 5. Raspored sjedenja za poslovnom večerom

U slučaju poslovne večere gdje se nalaze zaposlenici iz dvije ili više različitih tvrtki, tada se zaposlenici iz tvrtke A smještaju pored zaposlenika iz tvrtke B. Na taj način zaposlenici mogu učiti jedni od drugih te se mogu bolje upoznati. Osobe se pozicioniraju u odnosu na njihov status stoga se tu može uvidjeti status pojedinca.

Pristojan domaćin će uvijek predstaviti sve osobe, njihov položaj i ono što oni rade. Mogu se nadodati i stvari poput hobija kako bi dodao moguću temu za početak razgovora. Na primjer *Ovo je Marko, on je potpredsjednik prodaje i diplomirao je marketing. Također, Marko se poput vas bavi nogometom u slobodno vrijeme.*

Ako domaćin nije upućen u bonton i ne predstavi svoje goste, tada bi se gosti trebali ukratko predstaviti ostalima.

Na večeru se ne bi trebalo dolaziti s ciljem prejedanja jer netko drugi plaća večeru. Važno je ne doći na poslovnu večeru izuzetno gladan jer su ciljevi večere razgovori i dogovori.

Ako domaćin naruči alkohol tada i ostali gosti mogu naručiti, ali u umjerenj količini. Međutim, alkohol može naštetiti koncentraciji pa ga je stoga mudro pristojno odbiti.

Domaćin je osoba koja odabire kada će se pričati o poslu, ali u nekim situacijama pojedinci mogu ubrzati taj proces. U Europi je uobičajeno da se na službenoj poslovnoj večeri o poslu govori tek nakon što se posluži desert.

Najvažnije pravilo je da religija, seks ili politika nikada ne smiju biti predmet rasprave na poslovnoj večeri. Postoje šanse da bi se drugi sudionici mogli uvrijediti. Stoga su najbolje teme hobiji, interesi i naravno posao. [10]

4. KULTUROLOŠKI ODNOSI U POMORSTVU

Prestankom razumijevanja čimbenika koji definiraju kulturu dolazi do nerazumijevanja i osuđivanja različitih kultura. Sukobi su rezultat unutarnjih - kulturnih odnosa koji uvijek predlažu znanje kao ključni element za prihvaćanje osnovnih kulturnih prava čovjeka.

4.1. Razvijanje unutarnjih- kulturnih odnosa

Unutarnji- kulturni odnosi povezuju i zbližavaju ljude različitih kultura, ali i čine razliku među njima. Nijedna kultura nije univerzalna i na taj način zajednička svakome. Posebnosti svake kulture čine sličnosti i razlike, prihvaćene i tabu činjenice. Svi ljudi su različiti i imaju različita gledišta, standarde življenja, načine života i upravljanja njime. Kulturne različitosti su činjenice iz kojih možemo učiti i na taj način upoznavati se s različitim kulturama. Poznavanje različitih kultura i običaja je društveno pohvalno znanje.

Uvažavanje drugih kultura je vrlo važno, a razmišljanja i stavovi da je vlastita kultura bolja ili plemenitija znanjem i vještinama je pogrešno i neprihvatljivo.

Imena osoba su različita u različitim kulturama stoga je preporučljivo odvojiti vremena kako bismo ih vježbali i naučili pravilno izgovarati.

Zbog kulturnih razlika treba biti izrazito oprezan prilikom izražavanja naših vjerovanja i uvjerenja. Na primjer, kršćanin mora shvaćati da ljudi iz drugih dijelova svijeta ne slave Božić. Na taj način mijenjamo svoju sliku o svijetu i poštujemo prakticiranje drugih religija.

Komunikacija s osobama iz različitih kulturnih podneblja trebala bi biti izgrađena bez nepoznatih pojmova ili termina što čini pozitivno građenje daljnjeg odnosa. Tijekom razgovora

s njima, prihvatljivo je postavljati pitanja o njihovom domu, domovini, hrani, tradiciji i sl., a diskutiranje o različitosti ideja i kulturnim praksama nije poželjno.

4.2. Vježbaj kulturnu osjetljivost

Interakcijom s ljudima različitih kultura uviđamo sličnosti i razlike, a pažnju usmjeravamo na izbjegavanje stereotipizacije i stvaranju predrasuda prema članovima te interakcije.

Od velike važnosti je ophođenje prema drugim idejama, manirima i vanjštini drugih ljudi s poštovanjem. U interakciji treba biti pristojan, dodvoran i otvoren za učenje novih stvari.

Religija i kultura utječu jedno na drugo i moraju biti prihvaćeni kao dio ljudske individualnosti.

4.3.1. Japanske vrijednosti i karakteristike

Od drevne tradicije, Japanci su dodvorani i njihova pristojnost rezultat je socijalnog sistema. Pristojnost varira ovisno s kim razgovaraju, a razlikuje se prema godinama govornika, dijelu dana ili horoskopskom znaku.

Odnos roditelj- djeca interpretiraju na način da su roditelji podarili život djeci zbog čega su dužni opskrbljivati ih potrepsinama i zblžiti se s njima.

Djevojka/dečko je socijalna obaveza i imati partnera očekivano je društveno ponašanje.

Službenost- osnovni izvor krivnje je osjećaj krivnje kad se nekoga povrijedi.

Lojalnost- uvijek apsolutna lojalnost, bez obzira o kojoj vrsti odnosa se govori (posao, obitelj, gospodar).

Rasizam- u Japanu kao jednoj od najhomogenijih modernih nacija vjenčanje sa strancem ili pripadnikom neke manjine smatra se nečasnim činom.

Komunikacija- pretjerano pričanje definira se i smatra pojedinčevim prikazom vlastite nezrelosti i *prazne glave*.

Raditi- Biti točno na vrijeme na sastancima i dogovorima.

Koriste *san* nakon muških, ili *than* nakon ženskih imena. *Kun* nakon dječakovog imena.

Ukoliko se nečija ponuda ili pomoć odbije odmah, smatra se ljubaznijim činom nego kad odbitak nastupi kasnije.

Darovi i darivanje su cijenjen čin u Japanu, izbjegavaju se skupi i neobični pokloni.

Rad i suradnja s Japancima bez izuzetka označava brzu i profesionalnu uslugu s ljubaznim osobljem.

Obiteljska veza između člana posade i posjetitelja treba biti skrivena.

Prije jela se izgovara *itadakimasu* i *gochisosama deshita* nakon jela. *Kanpai* znači uzdravlje.

Ako si u društvu Japanca:

Nemoj kasniti, izbjegavaj fizičke dodire i kontakte očima (tapšanje po leđima ili ramenima, udaranje ili pokazivanje prstom direktno u nekoga), nemoj žvakati u formalnim okolnostima ili prilikom rada, ne nosi mnogo nakita ili šarenu robu u poslovnom okruženju, ne očekuj da će Japanac biti slobodan nakon isteka njegovog radnog vremena jer je njihova poslovna praksa odlazak s posla tek nakon što nadređeni napusti poslovni prostor, ne povisuj tonove kako bi dobio nečiju pozornost - privuci je mahanjem ili direktnim odlaskom do osobe koja ti je potrebna, ne odmotavaj poklon ispred osobe koja ti ga je poklonila, ne grizi i ne čisti nokte, ne liži prste i ne gnječi olovku u prisutnosti Japanca, ne nalijevaj svoje piće- napuni prijateljevo, a on će tvoje, a ako ne želiš više piti, ne ispijaj svoje piće do kraja. Nemoj krasti, uzimati maramice, paketiće šećera ili suvenire kad napuštaš prostoriju. U čaj se ne stavljaju ni šećer ni šlag. Ne poštuju *ponudi se sam* običaj, uvijek čekaju da im domaćin nešto ponudi.

Svoje klijente Japanci smatraju kraljevima pa im sukladno tome nude kvalitetnu uslugu.

Naklon je normalan japanski pozdrav.

Ukoliko Japanac prepozna socijalno stanje posjetitelja, u nikojem slučaju to ne ignorira.

Grupno su orijentirani, uvijek su više naklonjeniji grupama (obitelj, suradnici) nego individuama.

Imaju veliko poštovanje prema autoritetu i zapovjednom lancu.

Ne priznaju običaj *dame imaju prednost*.

Cijene kad posjetitelji barova ili prehrambenih lokala rade glasne gutljaje kad jedu i piju.

4.3.2. Karakteristike Filipinaca

Filipinci promatraju druge osobe s harmoničkog gledišta. To znači da je njihov cilj harmonija s drugima i sa sobom. Filipinci se izražavaju svojim radom i osobnošću.

Pokazuju zahvalnost ili *Utang na loob* svima koji su to zaslužili i koji su bili dobri prema njima.

Poznati su po uljudnosti, prijateljskom odnosu, nježnosti i veselju. Na prvom mjestu im je vjernost prema obitelji i prijateljima. Roditelji su duži žrtvovati za svoju djecu, a djeca bi ih zauzvrat trebali voljeti i poštivati, te se brinuti o njima kada ostare. Vrlo su poznati zbog spremnosti na suradnju i gostoprimstva. S obzirom na to da većina priča engleski jezik, sporazumijevanje je jednostavno.

U njihovoj kulturi žene se smatraju jednake muškarcima.

Fizički kontakt bi trebao biti minimalan, a naročito između osoba različitih spolova.

Naučeni su na cjenkanje, a točnost im nije prednost.

Ako si u društvu Filipinaca:

Pričaj lagano tijekom obraćanja jer smatraju visoke glasove uvredljivim. Cijene kada osobe drugih nacija koriste filipinske riječi zahvalnosti. Prilikom izdavanja naredbi ključna je riječ *molim*, tada će vrlo rado izvršiti naredbu. Iskazivanje zahvalnosti se također cijeni jer Filipinci vole pozitivne odgovore. Poštuj njihova vjerovanja i praznovjerja. S obzirom na to da se Filipinci smiju kada se međusobno pozdravljaju, nasmiješi se ako se i on smiješi tebi. Razmirice je potrebno rješavati mirnim razgovorom dok se pisane primjedbe i opomene čuvaju za kraj kada se razgovor iscrpi. Izbjegavaj dugi kontakt očima jer može imati negativan učinak. Osobne kritike je potrebno davati diskretno. Filipinci ne vole neiskrene pohvale i zahvale za dobro odrađen posao. Izbjegavaj ljutite geste, ljutite glasove i lošu narav prema Filipincima. Vjeruj u sposobnost Filipinaca da će riješiti problem, tada će učiniti najbolje što se može zbog povjerenja koje je dobio.

S obzirom da su filipinski mornari veoma kreativni i maštoviti, treba im omogućiti da probaju alternativne načine za izvršavanje njihovih zadaća. Količina posla im treba biti umjerena i trebaju biti izazovni poslovi, ali i realni. Jedan od načina da im se pokaže povjerenje je da se sasluša njihovo mišljenje pri donošenju odluka što se tiče njihovog područja rada.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio pokazati da je poznavanje bontona ključni dio života svakog pojedinca. S obzirom na to da komunikacija postoji koliko i čovječanstvo, važno je znati osnovna pravila kako komunicirati. Dobro poznavanje bontona otvara mnoga vrata u poslovnom životu, ali i u privatnom. Osobe koje se znaju pristojno i lijepo ponašati uvijek imaju prednost u poslovnom svijetu u usporedbi s drugim osobama.

S obzirom na to da se bonton sastoji od niza pravila o ponašanju, u početnom dijelu rada prikazane su osnovne stavke bontona kojih bi se trebao pridržavati svaki pojedinac modernog društva. Znanjem o osnovnom bontonu se pokazujemo kako pristojnim članovima modernog društva te stvaramo pozitivne prve utiske sebe drugim ljudima.

Poslovni bonton je osobito važan za uspješan život. Ponašanje na poslu mora biti pristojno, uljudno i profesionalno stoga je vrlo važno pridržavati se smjernica koje nalaže bonton ili kodeks tvrtke. Pozitivni odnosi s ostalim radnicima i šefovima su izuzetno važni za produktivnu atmosferu i uspješan rad. U poglavlju Poslovni bonton opisano je profesionalno poslovno odijevanje. Odjeća ima vrlo veliku ulogu u poslovnom svijetu jer odjeća je prvo što se primijeti na osobi. Zbog te činjenice važno je odijevati se prikladno kodeksu firme ili događaja.

Na samom kraju rada spomenute su kulturnološke razlike u pomorstvu. Za primjer smo uzeli Japance i Filipince. Na ovim primjerima se može uvidjeti razlika u ponašanju osoba različite nacije i kulture. S obzirom na to da je svijet ispunjen različitim kulturama i nacijama, važno je voditi brigu da se nikoga ne uvrijedi.

6. LITERATURA

- [1] Knežević, A.N.: A što s maslinom? Pravila ponašanja i govor tijela, Zagreb: Mozaik, 2004.,
- [2] Osredečki E.: Poslovna komunikacija i poslovni bonton, Zagreb: Edo, 1995.,
- [3] URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Bonton> (pristupljeno 25.08.2020.),
- [4] Privora, M.: Kultura ponašanja. Zagreb: Jesenski i Turk, 2019.,
- [5] Fox, S.: Bonton za neznalice. Rijeka: Uliks, 2012.,
- [6] De Cesari, F.: Moderni bonron. Split: Marjan tisak, 2002.,
- [7] Post, E.: The etiquette advantage in buisness. New York: William Morrow, 2014.,
- [8] Bell, S.: 7 Golden rules for meeting and greeting, <https://www.mindtools.com/blog/7-rules-meeting-greeting/> (pristupljeno 26.08.2020.),
- [9] Mayne, D.: 7 Tips on proper handshake etiquette, <https://www.thespruce.com/handshake-etiquette-p2-1216847> (pristupljeno 28.08.2020.),
- [10] Schneider, S.R.: Buisness dinner etiquette: Proper manners for dining with clients, <https://www.gentlemansgazette.com/business-dinner-etiquette/> (pristupljeno 05.09.2020.),
- [11] Zrinušić, A.: Poslovni bonton, <https://www.posao.hr/clanci/karijera/na-radnom-mjestu/poslovni-bonton/3341/> (pristupljeno 28.08.2020.).

PRILOZI

Popis slika:

Slika 1. Primjer pravilnog rukovanja	6
Slika 2. Stilovi odijevanja za muškarce	13
Slika 3. Stilovi odijevanja za žene	15
Slika 4. Osobne zone pojedinca	16
Slika 5. Raspored sjedenja za poslovnom večerom	18