Тема: ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

Цель: Изучить искусство делового общения, структуру, функции, основные свойства.

1. Искусство делового общения. Стили делового общения
2. Организация деловой беседы

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

*Деловое общение* – искусство, которое позволяет легко войти в контакт с другими людьми для дос- тижения поставленных целей.

*Стили делового общения* – система методов и приемов воздействия на партнеров с целью результа- тивности общения.

*Деловая беседа* – форма общения, предполагающая обсуждение, дискуссию в целях достижения единого консенсуса между сторонами диалога.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

* 1. Искусство делового общения. Стили делового общения

Искусство делового общения как основного элемента связей с общественностью связано с именем греческого философа Сократа, который выработал основные каноны общения: признание равенства и неповторимости каждого из партнеров, допустимость присутствия оригинальности в любой точке зре- ния, взаимное обогащение участников деловой встречи.

Характерной особенностью делового общения является то, что его содержание и цели, как правило, направлены на решение текущих и перспективных задач коммерческой деятельности фирм.

Однако деловое общение – это сложный и многогранный процесс, который может выступать одно- временно и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение партнеров друг к другу, и как процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга. Если в деловом общении не возникает взаимопонимания, то комму- никацию нельзя считать состоявшейся.

Определяющим началом делового общения является социально значимая совместная деятельность.

Цель делового общения заключена в стремлении ведущего (коммуникатора) воздействовать на партнеров за счет использования их интересов, мотивации поведения для повышения результативности своей деятельности. То есть предметом делового общения является результативность коммерческой деятельности.

Необходимо выделить следующие принципы делового общения:

1. Принцип информированности – перед вступлением в деловой контакт желательно иметь доста- точную информацию об имидже партнера, его компетентности, профессионализме, финансовой обеспе- ченности, культурном и образовательном уровнях.
2. Принцип морально-психологического настроя *–* стимулирует участников делового общения на создание теплой, доверительной обстановки, располагающей к откровенному диалогу.
3. Принцип наименьшего действия – предусматривает деловое общение с учетом четкого обосно- вания расходов на осуществление намеченной бизнес-операции – от замысла до ее окончательной реа- лизации в условиях минимизации совокупных затрат.
4. Принцип реальных возможностей организации делового общения – в соответствии с данным принципом коммуникатор должен предварительно оценить свои реальные возможности в области фи- нансов, существования важнейших элементов рыночной инфраструктуры, профессиональных кадров, необходимых для вступления с потенциальными партнерами.
5. Принцип надежности – предполагает следование на всех этапах делового общения данным обе- щаниям, всем пунктам договорных условий.

Содержание делового общения определяется потребностями в совместной деятельности, которая предполагает согласованность действий, понимание и принятие каждым ее участником целей, задач и специфики этой деятельности, своей роли и своих возможностей в ее реализации. Воздействие комму- никатора на окружающих должно быть таким, чтобы приблизить к себе заинтересованных партнеров, склонить их к определенным поступкам и действиям, заставить изменить мнения и взгляды в своих ин- тересах. Это является основной стратегией делового общения. Благодаря реализации данной стратегии делового общения у партнеров, находящихся в продолжительном контакте, вырабатывается понимание взаимных интересов, взглядов и вкусов друг друга, они могут более объективно оценивать собственные возможности и возможности деловых партнеров, а также проявлять толерантность к недостаткам дру- гих.

Процесс взаимопонимания в деловом общении складывается из трех основных компонентов:

* умение вести себя — грамотно проявлять свои чувства, находить подходящие в данной ситуа- ции вербальные и невербальные формы поведения, уметь быть понятным партнерам и участникам сво- ей команды;
* умение понимать партнера — способность читать по внешнему поведению его мысли и чувства, предугадывать его намерения, быть проницательным;
* умение видеть и слышать партнера — быть внимательным к его поведению, словам, жестам, ин- тонациям, замечать перемены во внешнем облике, внимательно слушать и понимать его.

При этом необходимо выделить важность учета именно невербальных, или неречевых коммуника- ций, которые менее изучены, чем вербальные. По данным А. Пиза, информация в процессе коммуника- ции передается словами лишь на 7 %, характером звучания и интонацией – на 38 % и остальные 55 % информации передаются невербальными средствами – жестами рук и ног, мимикой лица говорящего, его внешним видом и окружением.

Нередко жесты более достоверно передают информацию, потому что они неосознанны и непроиз- вольны. В процессе личных коммуникаций важное значение имеют дистанционные зоны – расстояние, на котором люди привыкли общаться. Причем, в разных странах традиционно эти коммуникативно- дистанционные зоны различны. Нарушение привычной дистанции общения вызывает дискомфорт для участников. Так, в европейско-американской культуре дистанция для общения на полуофициальных приемах с небольшим количеством участников составляет 50…120 см, на крупных торжественных приемах, презентациях с большим числом участников – свыше 3,5 м. В восточных культурах размер дистанции значительно меньше.

Для эффективного делового общения необходимо правильно ориентироваться в ролях, состояниях и свойствах личности партнеров. Источником общения служат не только содержательная (вербальная) сторона общения, но и более тонкие коммуникативные проявления, связанные с идеомоторной (невер- бальной) коммуникацией.

Идеомоторные проявления – это, как правило, неосознаваемые микродвижения мышц, возникаю- щие в результате нервных импульсов, идущих от органов чувств. Чувствительность к этим малозамет- ным микродвижениям при идеомоторных проявлениях позволяет не только видеть эмоциональное со- стояние партнера, но и угадывать задуманное собеседником. Иначе говоря, идеомоторные акты при восприятии могут выполнять не всегда осознаваемую обратную связь, позволяющую определить и пре- дугадать поведение собеседника.

Важным фактором эффективной коммуникации являются выбранные стили делового общения.

Можно выделить следующие стили делового общения:

1. Авторитарный стиль, при котором ведущий открыто подчеркивает свое превосходство, выдер- живает ощутимую дистанцию иерархического положения. Данный стиль используется очень редко.
2. Демократический стиль, при котором партнеры взаимодействуют на общих началах, в условиях взаимного уважения, взаимной выгоды с четкой ориентацией на взаимную доверительность и ответст- венность. В последнее время получает широкое распространение
3. Проблемно-целевой стиль общения, при котором характер общения определяет сложившаяся де- ловая ситуации. При данном стиле делового общения партнеры всегда готовы к мобильной адаптации в соответствии с рыночными изменениями, готовы проявить взаимное понимание при непредвиденных рисках и придти на выручку друг другу.

При любом деловом общении следует выделить следующие основные этапы:

* установление контакта;
* обсуждение вопроса или проблемы;
* принятие решения по достижению цели;
* выход из контакта.
	1. Организация деловой беседы

Деловая беседа представляет собой наиболее эмоциональный этап общения и должна носить целе- направленный характер со своими закономерностями, традициями, этикой и правилами.

Успешному проведению деловой беседы предшествует тщательное ее планирование, включающее:

* определение продолжительности беседы;
* выбор удобного для партнера времени и места проведения беседы;
* культурное оформление деловой беседы с созданием атмосферы взаимного доверия.

Необходимо быть пунктуальным и продумать место для партнера, чтобы ему было максимально удобно за столом переговоров.

В процессе деловой беседы партнеры, как правило, обращаются друг к другу на "Вы". Необходимо держаться естественно, уважительно ко всем участникам, давать возможность высказаться всем, внима- тельно, не перебивая, выслушать партнеров. В знак согласия можно дополнять речь собеседников крат- кими репликами типа: "продолжайте", "очень интересно", "понимаю" – снимают напряженность и по- могают партнеру. В конце беседы при любом ее исходе необходимо поблагодарить партнера и выразить надежду на дальнейшее сотрудничество и будущие встречи. При прощании подают руку и проявляют другие предписанные этикетом знаки внимания – встают, провожают до двери кабинета, помогают на- деть пальто. В некоторых ситуациях бывает достаточно кивка головы или сдержанного рукопожатия. Но всегда необходимо до конца контакта быть сдержанным и учтивым.

Любая деловая беседа включает в себя четыре этапа:

1. Подготовительный этап к беседе складывается из двух частей: содержательной, подготовки по технике и форме проведения. Содержательная часть должна предусмотреть цель и ожидаемые резуль- таты контакта, а также принципиальные ограничения, за которые не должна выходить ваша позиция.
2. Ознакомительный этап *–* предполагает использование определенного времени на самопрезента- цию и ознакомление с конкретными результатами коммерческой деятельности фирмы. Очень выгодно при этом использовать фирменные журналы, которые могут содержать полную характеристику фирмы, ее стратегические цели и задачи на перспективу, положение фирмы в национальном и международном рейтингах, описание основных конкурентов, краткие очерки о руководстве фирмы с приложением кра- сочных фотографий.
3. Основной этап – предполагает обсуждения проблемы.
4. Этап принятия решений – предполагает выбор вариантов и принятие окончательного решения. Принятие решения осуществляется с соблюдением научной обоснованности, своевременности и обяза- тельности выполнения. В коммерческой деятельности этот этап зачастую сопровождается различного рода рисками. Успех принятого решения зависит от компетентности фирмы спрогнозировать возмож- ные рыночные потери на всех этапах рыночного взаимодействия – от поставщиков до конечной реализа- ции на рынке.

Практика делового общения сопровождается иногда конфликтными ситуациями в случаях несовпа- дения интересов между партнерами в связи с нарушением договоренностей, например, по условиям по- ставки. Конфликт – трудно разрешаемое противоречие, связанное с острыми эмоциональными пережи- ваниями. В основе любого конфликта лежит конфликтная ситуация, состоящая из участников конфлик- та и объекта конфликта, т.е. инцидента, направленного на создание конфликтной ситуации. Конфликты

носят кратковременный и затяжной характер; бывают межличностные и глобальные, затрагивающие всех, кто находится в зоне конфликта; стихийные и запланированные.

Необходимо знать следующие правила поведения в конфликтных ситуациях:

* необходимо выслушать конфликтующего, проявить внимание, сочувствие;
* перевести переговоры в спокойный доброжелательный тон, потому что партнеры при крике не слышат друг друга. При этом важно использовать интонационные возможности делового общения. Ти- хая интонация всегда возьмет инициативу в свои руки;
* в любом конфликте необходимо предложить конфликтующему четко сформулировать причины недовольства, основную мысль конфликта. Это заставит партнера подбирать слова, логически размыш- лять, что будет способствовать снижению накала;
* нельзя выдвигать сразу несколько обвинений — это может служить подстрекательством к кон- фликту. Когда обвинения предъявляются все сразу, у обвиняемого возникает чувство обиды и неспра- ведливости. Существует истина: конфликт с эффектом накопления будет гораздо тяжелее, как и его по- следствия;
* нельзя деловой конфликт превращать в личностный, так как хорошего исхода от такого общения очень трудно ожидать.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте стили делового общения. Какой стиль делового общения, на ваш взгляд, наи- более приемлем при организации эффективных бизнес-коммуникаций?
2. Опишите роль невербальных коммуникаций при ведении деловой беседы.
3. Подготовьте небольшой доклад на тему: "Язык жестов" (Пиз А. Язык жестов. Увлекательное пособие для деловых людей. – Воронеж: НПО МОДЭК, 1992).