



# ВИДЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Деловые коммуникации** — это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т. д.

- **Деловые коммуникации** — это то, без чего невозможно представить себе функционирование и существование всех типов организаций. От степени эффективности работы коммуникационных связей зависит будущее предприятия и людей, трудящихся на данном предприятии. Без отлаженных коммуникаций ни одна организация не сможет полноценно осуществлять свою деятельность.



# К целям деловых коммуникаций принято относить:

- обеспечение эффективного обмена информацией между субъектами и объектами управлений
- совершенствование личностных отношений
- регулирование и оптимизация информационных потоков



**Деловые коммуникации** — это прежде всего взаимодействие сотрудников, выраженное в любой форме, без которого невозможна совместная деятельность, — первое условие существования организации.

## Деловые коммуникации могут быть:

1. **Прямые** — предполагающие непосредственный контакт.
2. **Косвенные** — возникающие в случаях, когда между партнерами существует какая-либо пространственно-временная дистанция.

## Общение также можно разделить на:

### 1. Формальное

- **Вертикальное**  
(информация последовательно передается с одного уровня на другой)
- **Горизонтальное**  
(информация перемещается внутри единой иерархической ступени организации)



### 2. Неформальное

## Для деловых коммуникаций характерны следующие признаки:

1. обязательность контакта сторон без учета симпатий и антипатий субъектов;
2. предметность;
3. соблюдение субординации и делового этикета;
4. взаимозависимость субъектов деловой коммуникации;
5. формальные ограничения, т.е. соблюдение правовых, социальных норм, регламент;



Основным способом организации коммуникативной деятельности при взаимодействии двух субъектов является *диалог*, этот способ наиболее распространен, но деловые коммуникации имеют место быть все же в трех формах:

1. МОНОЛОГ
2. ДИАЛОГ
3. ПОЛИЛОГ



Наиболее распространенными формами осуществления деловых коммуникаций являются ***деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, деловые встречи.***

**Выбор соответствующей формы совершается исходя из следующих критериев:**

1. цель проведения;
2. контингент участников;
3. регламент;
4. коммуникативные средства реализации намерений;
5. пространственная среда;
6. ожидаемый результат.



❑ **Деловая беседа** — самый распространенный метод.

*Цель данной формы коммуникации заключается в обмене информацией по конкретному поставленному вопросу.*

*Участников, как минимум, двое, регламент будет зависеть от степени важности предмета и от возможностей участников.*

## **Эффективность деловой беседы зависит от:**

1. компетентности
2. манеры поведения
3. речевой культуры
4. способности формулировать точку зрения
5. отстаивать свою и принимать чужую точку зрения
6. эмпатичности
7. участников





# Реализация делового общения происходит через процесс переговоров.

□ **Деловые переговоры** – форма делового общения.

*Цель их проведения – достигнуть соглашения между теми, кто в них участвует.*

## Функции деловых переговоров:

- информационная
- коммуникативная
- контроль, координирование действий
- регулятивная



# Этапы проведения деловых переговоров

1. Подготовка
2. Прояснение
3. Выдвижение предложений
4. Торги
5. Принятие решений
6. Финальная стадия –  
закрепление  
договоренностей



# Виды и формы деловых переговоров



## Формы деловых переговоров:

- Конструктивная беседа
- Инструктивная беседа
- Убеждающая беседа
- Спор
- Дискуссия

## Виды деловых переговоров:

- Официальные
- Неофициальные
- Внешние
- Внутренние



# **Правила и особенности деловых переговоров**

## **Основные правила деловых переговоров**

- Сбор информации
- Составление плана переговоров
- Контроль среды
- Сдержанность при высказываниях противоположной стороной

## **Особенности деловых переговоров зависят от тактики их ведения:**

- Ультимативная тактика
- Тактика эмоциональных качель
- Ультиматум, который предъявляется в конце беседы
- Метод навязывания
- Быстрый ход переговоров

# СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

**Метод ведения переговоров по  
Р.Фишеру и У.Юри:**

- **МЯГКИЙ**

- **МЕТОД ПРИНЦИПИАЛЬНЫХ  
ПЕРЕГОВОРОВ**



- **ЖЕСТКИЙ**

# ЧЕТЫРЕ ЭЛЕМЕНТА МЕТОДА ПРИНЦИПИАЛЬНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

## ● Люди

- участник переговоров- прежде всего человек
- поставьте себя на место противоположной стороны
- постарайтесь осознать как свои чувства, так и чувства другой стороны
- говорите ради достижения цели

## ● Варианты

- разработайте взаимовыгодны варианты

## ● Интересы

- интересы определяют поведение людей
- умеете разглядеть за позициями интересы
- объясняя ваши интересы покажите их жизненную важность
- сначала сформулируйте проблему, а затем предложите свое решение

## ● Критерии

- общие подходы, общие ценности, моральные принципы;
- обычаи, традиции, уважаемые обеими сторонами;
- законы, инструкции, правила, профессиональные нормы;
- экспертные оценки;
- прецеденты и т.д.



- ❑ **Собеседование** – используется при решении кадровых вопросов: *при приеме на работу, увольнении.*
- ❑ **Спор** – *столкновение* мнений, разногласие по какому-либо вопросу, *борьба* за отстаивание собственных позиций. Спор может быть реализован через *полемику, дебаты, дискуссии и т.д.*



## ❑ **Деловое совещание** — способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

*Цель – формирование образа необходимого итогового результата.*

*Тема совещания – сам предмет обсуждения*

1. Совещания, связанные с планированием
2. Совещания, связанные с условиями труда
3. Совещания, связанные с вопросами внутренней организации
4. Совещания, связанные с контролем за деятельностью организации

При проведении деловых совещаний почти всегда формируется своеобразная *«программка»*, повестка дня, которая является документом, содержащим в себе:

1. тему совещания,
2. цель совещания,
3. основные вопросы,
4. время начала и окончания совещания,
5. место проведения совещания,
6. очередность и имена докладчиков и т.д.



## □ Публичная речь

Будучи *крайне важным* элементом делового общения, должна быть *грамотно построенной, продуманной, красивой, красноречивой, логичной, доказательной, убедительной*. Должна быть грамотной с литературной точки зрения, то есть содержать в себе вступление, общую часть и заключение, требует тщательной подготовки оратора.

## □ Презентация

Представление аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной продукции, фирмы и ее создателей. С помощью презентации *информируют и убеждают в необходимости приобретения* конкретной продукции или услуги.

## □ Торги

Способ *продажи и закупки* товаров, размещения заказов на подрядные работы. В результате торгов заключается юридическая сделка с тем деловым партнером, который предложил наиболее выгодные условия.

## □ Пресс-конференция

*Мероприятие для СМИ*, проводимое, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.



Деловое общение по большей части осуществляется при помощи всего лишь **трех видов** своего рода сигналов, а эти сигналы, в свою очередь, делятся на **словесные, визуальные и голосовые**.

Сигналы между собой находятся не в равных соотношениях и условно их доли можно разделить следующим образом:

- 55% восприятия — это то, как выглядит собеседник (визуальные сигналы);
- 38% восприятия — это то, как говорит коммуникатор (голосовые сигналы);
- 7% восприятия — это то, что говорит коммуникатор (словесные сигналы).



# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

## ● Модель «Монблан»

- отстраненность от собеседника
- люди представляются ему безликой массой;
- он соблюдает большую дистанцию;
- общение имеет исключительно информационный характер;

## ● Модель «Китайская стена»

- нежелание сотрудничать;
- подчеркивание своего социального статуса, возраста;
- снисходительное отношение к собеседнику;
- устрашение;
- оказание давления на собеседника;
- отсутствие обратной связи;

## ● Модель «Локатор»

Человек, использующий данную модель, при общении ориентируется не на всех своих собеседников, а лишь на их часть. Например, друзей, врагов, нейтрально настроенных.

## ● Модель «Тетерев»

- замкнутость на самом себе;
- отсутствие реакции на собеседников;
- отсутствие диалога (слушает только самого себя);

# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

## ● Модель «Гамлет»

- озабочен не тем, что говорит и чего хочет добиться в результате деловой беседы, а тем, как его воспринимают другие;
- мнителен;
- обидчив;
- его реакции нередко неадекватны;

## ● Модель «Я Сам»

- собеседник стремится сделать себя главным лицом в беседе;
- нередко не дает другим и слова вставить в свой монолог;
- ставит себя выше всех;
- считает свои суждения истиной в последней инстанции;
- обратные связи отсутствуют;

## ● Модель «Робот»

- он общается по составленной заранее программе;
- у него жесткая логика;
- он невосприимчив к изменениям ситуации, настроения собеседника;
- обратные связи не воспринимаются;
- диалог отсутствует;

## ● Модель «Союз»

- он ведет диалог;
- внимательно слушает других;
- старается поддерживать мажорное настроение;
- чутко схватывает и адекватно реагирует на изменения в настроении собеседников;
- стремится к тому, чтобы решение было принято совместными усилиями;
- имеется как прямая, так и обратная связь;



**Конфликт** – это *столкновение* интересов, целей или мотивов, при котором ни одна из сторон не желает отступать.

- **Реалистические.** Целью таких столкновений является *достижение* каких-либо конкретных преимуществ и результатов.
- **Беспредметные.** Их цель – обычная, ни с чем не связанная *эмоциональная разрядка*.
- **Конструктивные.** Носят *созидательный* характер.
- **Деструктивные.** Являются *разрушительными* и часто выходят за рамки морально-этических норм.



В деловом общении принято рассматривать **конфликты** двух видов: *конструктивные* (или объективные) и *деструктивные* (субъективные).

Причины **конструктивных деловых конфликтов** в организации, фирме или компании могут быть следующими:

- разные представления сотрудников о конечных целях деятельности;
- разный уровень интеллекта и образования;
- недостаток финансовых или человеческих ресурсов;
- неблагоприятные условия труда;
- несоответствие прав и обязанностей или неправильное их распределение в коллективе;
- неумение коллег правильно выстраивать коммуникацию друг с другом.

**Деструктивные конфликты** в деловой среде рождаются благодаря субъективным причинам:

- неверная политика руководства организации в отношении коллектива;
- психологическая несовместимость коллег в одном трудовом коллективе;
- интриги определенных личностей, целью которых является продвижение собственных интересов.

Развернутую достаточно образную *классификацию* разнообразных активных и пассивных *инициаторов конфликтов* дает английский конфликтолог **Ричард Брамсон**. Он делит такого рода людей на следующие **пять типов**:

1. «агрессивные»
  - а) «танки»
  - б) «снайперы»
  - с) «взрывники»
2. «жалобщики»
3. «нерешительные»
4. «тревожные личности»
5. «всезнайки»





- **Первая стадия** — это сформировавшееся отношение сторон по поводу конкретного противоречия
- **Вторая стадия** — субъективное определение непосредственными сторонами конфликта своих интересов, целей, стратегии и форм борьбы для разрешения объективных или субъективных противоречий
- **Третья стадия** - вовлечении в той или иной форме других участников
- **Четвертая стадия** - возрастание борьбы до наиболее острого уровня (кризиса)
- **Пятая стадия** — применение провокаций
- **Шестая стадия** — конфликт, начинающийся с ограниченного и способный, при различных обстоятельствах, развиться до более высоких уровней





## Прямые, или открытые, пути разрешения конфликтов:

- **Директивный** - настойчивое утверждение своей точки зрения.
- **Сотрудничество** - находится наиболее приемлемое для конфликтующих сторон решение, а оппоненты превращаются в партнеров.
- **Игнорирование конфликта.**
- **Компромисс** - перестройка собственного поведения и уступки с учетом точки зрения подчиненных.

## Скрытые, косвенные методы:

- **Принцип выхода чувств.**
- **Принцип эмоционального возмещения.**
- **Принцип обнаженной агрессии.**

