

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

Реферат на тему:

«Деловые коммуникации понятие, цели и особенности»

Выполнил ст. гр. БГР-21-01

Гайбатов И. И.

Работу принял:

Ахмадуллин И. И.

Уфа 2021

Содержание:

1. Введение.....	3
2. Понятие деловой коммуникации.....	3
3. Цели деловой коммуникации.....	5
4. Виды делового общения.....	7
5. Этапы.....	10
6. Стили делового общения.....	10
7. Особенности делового общения.....	11
8. Особенности.....	11
9. Заключение.....	12
Список литературы	13

## ВВЕДЕНИЕ

Всем высшим живым существам свойственно общение, но в жизни человека оно приобретает свои самые совершенные формы, становится осознанным и опосредованным, то есть речью. Человек даже самый непродолжительный период времени не может обойтись не коммуницируя с другими, то есть находиться вне этого процесса жизнедеятельности, не взаимодействуя с другими объектами общества.

Также общение - важная часть ведения бизнеса. Регулярно ведя переговоры с коллегами, начальством, подчиненными, клиентами, можно узнать об их интересах, потребностях, показать себя. Культура делового общения способствует установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами, во многом определяя эффективность отношений. Если человек не умеет четко и тактично излагать свои мысли, а также слушать других, то он никогда не сможет реализовать свои планы и идеи. Ведь вероятность добиться успеха работника в его делах только процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и на процентов восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми, с которыми он работает. Поэтому уже появились определенные приемы и практики, которые рекомендуют, как правильно и легко излагать свои мысли; какие слова лучше всего подходят для выбранной темы и для данной обстановки; в каких случаях стоит сосредоточиться на личности партнера, а в каких - на его деятельности и т.д.

### Понятие деловой коммуникации

Деловая коммуникация – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется взаимодействие преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов. От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны разговаривать на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга. Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Обязательным условием делового взаимодействия выражается во внимании к речи. Обязательное соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, позволяющих организовать правильные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, "здравствуйте", "будьте добры", "рад, с Вами познакомиться" и т.д.). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных и психологических характеристик.

Деловое общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Коммуникация пройдет без проблем, если оно проходить по следующим этапам:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- Обсуждение интересующей проблемы;
- Решение проблемы;
- Завершение контакта (выход из него).

Чтобы деловое общение было результативным, следует соблюдать ряд условий:

- У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

- Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

- Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распорядки и протоколы, так и стандартная необходимость контролировать собственные эмоции и уважать собеседника. Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать собеседников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

#### Цели деловой коммуникации:

Главная цель делового общения - обеспечение продуктивного взаимодействия на основе обмена информацией, удовлетворение потребностей в общении; совершенствование межличностных отношений; регулирование и оптимизация поведения персонала; установление эффективных информационных каналов внутри и вне организации; организация плодотворного сотрудничества, а также создание оптимальных условий для успешного решения задач, стоящих перед организацией и её отдельными сотрудниками. Простыми словами, целью делового общения можно назвать организацию и оптимизацию определенного вида совместной деятельности.

Однако, помимо общей цели, в нём также можно выделить и личные цели, реализуемые непосредственными участниками общения:

- стремление к личной безопасности в процессе социальной деятельности, в ходе выполнения своих профессиональных обязанностей, что часто проявляется в уходе от ответственности, возложенной на работника;

- стремление к повышению своего жизненного уровня, улучшению своего материального положения;

- стремление к власти, то есть стремление расширить круг имеющихся полномочий, продвигаться только вверх по служебной лестнице, избавиться от отягощающего бремени иерархического контроля;

- стремление повысить свой престиж, что часто сочетается со стремлением укрепить престиж занимаемой должности и самой организации.

Но для того чтобы цель делового общения была успешно реализована, в современной психологической науке выделяют два основных этико-психологических принципа делового общения, к которым относятся:

- принцип создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности, на основе которого можно согласовать личные цели сотрудника с общими целями организации;

- принцип полномочий и ответственности, регламентирующий деловое общение в рамках служебных прав и обязанностей в соответствии со служебным статусом сотрудника, оценку его деловых качеств и использование его прямой квалификации и полученного опыта.

Опросы показали, что 73% американских, 63% английских и 85% японских руководителей считают коммуникации главным препятствием на пути достижения эффективности их организациями. Согласно другому опросу, примерно 250 тыс. работников из 2 тыс. компаний обмен информацией представляют себе, как одну из самых сложных проблем в организации.

Роль и значение деловых коммуникаций раскрываются в выполняемых ими функциях. Основными функциями являются:

1) информативная - передача сведений, предоставление необходимой информации для принятия решений;

2) мотивационная - побуждение работников к производительному труду; к лучшему исполнению задач, используя убеждение, внушение, просьбы, приказы и т.д.;

3) контрольная - отслеживание поведения работников различными способами на основе иерархии и формальной соподчиненности;

4) экспрессивная - способствование эмоциональному выражению чувств, отношения к происходящему, удовлетворение социальных потребностей.

#### Виды делового общения:

В зависимости от различных признаков деловое общение делится:

- Устное и письменное (по способу обмена информацией и формы речи)

- Устное в свою очередь делится на диалогическое или монологическое (с точки зрения однонаправленности / двунаправленности речи между говорящим и слушающим).

- Межличностное или публичное (с точки зрения количества участников).

- Непосредственное или опосредованное (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата).

- Контактное или дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.

Монолог в деловом общении представляет собой продолжительное высказывание своего мнения одного лица. Он относительно непрерывен, последователен и логичен, обладает относительной завершенностью, сложен по структуре.

К монологическим видам относятся:

- Приветственная речь;
- Торговая речь (реклама);
- Информационная речь;
- Доклад (на заседании, собрании).

Диалог предназначен для взаимодействия между двумя или несколькими собеседниками, причем в обмене информацией речевые партнеры могут меняться ролями. Диалог спонтанен (как правило, не может быть заранее спланирован), эллиптичен (фразы более свернутые, краткие, чем в монологе), экспрессивен.

Диалогические виды:

- Деловой разговор - кратковременный контакт, преимущественно на одну тему;

- Деловая беседа - продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений;
- переговоры - обсуждение с целью заключения соглашения, по какому - либо вопросу;

- Интервью - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения;

- Дискуссия;
- Совещание (собрание);
- Пресс-конференция;

Дистантное, опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь и т.п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикуляции и наглядных предметов в качестве носителей информации.

Деловое общение представляет собой широкий диапазон жанровых разновидностей письменного и устного общения.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения - контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов.

Устная деловая речь, в которой реализуется диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т.п.

Совещания, собрания представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах - устной и письменной.

Сегодня рамки делового общения расширяются. Реклама, светское общение становятся неотъемлемой составляющей делового общения. Успех предприятия сегодня во многом зависит от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятное впечатление. Поэтому, помимо "читаемой" монологической речи, в практику делового общения все активнее входит подготовленная, но "нечитаемая" монологическая речь (презентационная речь, торжественная речь, вступительное слово на различных встречах), поздравительные письма, этикетные тосты.

Владение всеми перечисленными жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию современного руководителя, менеджера.

#### Этапы:

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

- Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

- Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

- Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. Телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

#### Стили делового общения:

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие стили:

- Официально-деловой стиль. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

- Научный стиль. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

- Публицистический стиль. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

- Разговорно-бытовой стиль. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

### Особенности делового общения:

Специфической особенностью делового общения является регламентированность, т. е. подчинение определенным установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами. Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества (руководители двух разных компаний), то это горизонтальные отношения

Также главной особенностью деловой коммуникации является то, что к общению требуется предварительно подготовиться заранее. Данная особенность обусловлена двумя причинами. Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт сразу, чтобы все участники получили правильный настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время. На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на

встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

### Заключение:

Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях: в отношениях между предприятием и социальной средой; между предприятиями; внутри одного предприятия. Между сторонами того или иного вида делового общения существуют своя специфика и свои особенности. Задача состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые не только соответствовали бы каждому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем, они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать таким образом: «В деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступать так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон.»

Таким образом, в основе делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация, интересов. Естественно, если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этически правильный выбор и принять индивидуально решение, часто дело совсем не простое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решения, порождают комплекс моральных дилемм,

поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

#### Список литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1996.
2. Ломов Б.Ф. Проведение деловых бесед и переговоров. М., 1991.
3. Вахрин М. Н. Этика делового общения. Минск, 1996
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие — М.:Ось-89, 2002
5. <https://businessman.ru/new-delovaya-kommunikaciya-ponyatie-vidy-i-osobennosti.html>