

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Деловые отношения - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач.

Деловые отношения тесно связаны с общением, взаимодействием производственной деятельности - это самый массовый вид социального общения. Оно представляет собой сферу коммерческих и административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений.

Деловое общение сегодня проникает во все сферы общественной жизни. В коммерческие, деловые отношения вступают предприятия всех форм собственности, частные лица. Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Что касается менеджеров, предпринимателей, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления, то коммуникативная компетентность для представителей этих профессий представляет важнейшую часть их профессионального облика.

По характеру и содержанию отношения бывают формальные (деловые) и неформальные. Деловые отношения - это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

В целом деловое общение отличается от обыденного (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). Деловое общение можно условно разделить на прямое и косвенное. Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и

внушения, чем косвенное, в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы.

Выбранная мною тема актуальна тем, что проблеме этике общения в бизнесе в последнее время уделяется большое внимание, возникла даже отдельная отрасль науки с таким названием, которая определяет себя междисциплинарную, опирающуюся на теорию морали, менеджмент, экономику и психологию. Причина внимания к вопросам этики бизнеса прежде всего связана с экономическим ущербом, который наносит фирме неэтичное поведение сотрудников и деловых партнеров, а также с экологическим, экономическим и социальным ущербом, который наносят гражданам и обществу в целом корпорации и отдельные предприниматели, стремясь снизить затраты и повысить свою конкурентоспособность.

Понятие, структура и функции делового общения

Понятие делового общения

Этика – учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель (384-322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные нравственные поступки.

Мораль – это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль – важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни – семье, быту, политике, науке, труде и т.д.

Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «справедливость», «благо», «ответственность», «долг», «совесть» и т.д.

Общение – процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от «недоразвитых в нравственном смысле существ» и от «сверхчеловека». Поэтому «тот кто не способен вступить в общение или, считая

себя существом самодавяющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством».

Общие этические принципы и характер делового общения

Понятие принципов делового общения

Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях: В отношениях между предприятием и социальной средой, между предприятиями, внутри одного предприятия - между руководителем и подчиненными, между подчиненным и руководителем, между людьми одного статуса. Между сторонами того или иного вида делового общения, существует своя специфика. Задача и состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые не только соответствовали любому 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.

Таким образом, в основе этики 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 индивидуальное решение часто дело совсем непростое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решений, порождают комплекс моральных дилемм, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

Особое внимание следует обратить на золотое правило этики общения: «Относитесь к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам». В отрицательной форме в формулировке Конфуция оно гласит: «Чего не пожелаешь себе, того не делай другим». Это правило применимо и к деловому общению, но по отношению к отдельным его видам: «сверху-вниз» (руководитель-подчиненный), «снизу-вверх» (подчиненный-руководитель), «по горизонтали» (сотрудник-сотрудник) требует конкретизации.

Структура общения

Коммуникативная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, то есть в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимодействия.

Основные принципы делового этикета.

- *Пунктуальность* (делайте все вовремя).
- *Конфиденциальность* (не болтайте лишнего).
- *Доброжелательность и приветливость*.
- *Внимание к окружающим* (думайте о других, а не только о себе).
- *Имидж* — внешний облик.
- *Грамотность* (говорите и пишите хорошим языком).
- *Деловое* (официальное, служебное) *общение*.
- *Убеждение*.
- *Внушение*.
- *Принуждение*.

Правила ведения деловой беседы

1. Говорить так, чтобы каждый участник беседы мог легко вступить в разговор и высказать свое мнение.
2. Недопустима нетерпимость к чужой точке зрения. Высказывая свое мнение, нельзя отстаивать его, горячась и повышая голос: спокойствие и твердость в интонациях действуют более убедительно.
3. Изящество в разговоре достигается через ясность, точность и сжатость высказываемых доводов и соображений.
4. Во время беседы необходимо сохранять самообладание, хорошее расположение духа и благожелательность.

5. Серьезная полемика, даже при уверенности в своей правоте, негативно сказывается на взаимно полезных контактах и деловых отношениях. Необходимо помнить, что за спором идет ссора, за ссорой — вражда, за враждой — проигрыш обеих противостоящих сторон.
6. Нельзя перебивать говорящего. Лишь в крайних случаях, соблюдая вежливость, можно корректно сделать замечание.
7. Если в комнату вошел новый посетитель, необходимо прервать беседу и продолжить разговор после того, как пришедшего вкратце ознакомят с тем, что было сказано до его прихода.
8. Недопустимо в беседах злословить или поддерживать злословие в адрес отсутствующих.
9. Нельзя вступать в обсуждение вопросов, о которых нет достаточно ясного представления.
10. Говоря в беседе о третьих лицах, нужно называть их по имени-отчеству, а не по фамилии.
11. В беседе недопустимо называть друг друга по фамилии.
12. Не допускайте бестактных высказываний.
13. Неучтиво просить собеседника повторять сказанное под предлогом, что вы не расслышали деталей.
14. Если другой человек заговорит одновременно с вами, предоставьте право сначала высказаться ему.
15. Образованный и воспитанный человек — скромн: он не хвастает знаниями и знакомствами с людьми, занимающими высокое положение.

На процесс общения и взаимодействия между людьми оказывают влияние самые разнообразные физиологические, психологические и социально-культурные факторы, такие как:

- конституциональный тип человека,
- психофизиологические особенности,

- темперамент,
- характер,
- культурный и образовательный уровень,
- нравственные качества личности,
- ценностные установки (ориентиры),
- жизненные цели,
- мотивации, побуждения,
- интеллектуальный и творческий потенциал,
- жизненная позиция,
- психологические проблемы и комплексы,
- усвоенные социальные роли (студент, преподаватель, медицинская сестра, врач, - начальник, подчиненный).

Таким образом, знание законов психологии общения и основ деловой этики, соединенное с профессиональным мастерством приводит к успешному преодолению всех трудностей, возникающих в образовательном процессе, что эффективно влияет на качество профессиональной деятельности в целом.

Поза, жесты, мимика - принадлежность индивидуального стиля. Эти элементы кинетической системы общения действуют на зрительный канал восприятия, акцентируют внимание на содержании информации, поступающей по слуховому каналу, повышают эмоциональность и тем самым способствуют лучшему усвоению высказанных мыслей. По мнению психологов, речь на 25% воспринимается зрительным путем.

Оратор должен добиться ощущения устойчивости, равновесия, легкости, подвижности и естественности на трибуне, перед аудиторией. Вид человека, который длительное время стоит неподвижно, утомляет слушателей. Во время длительного доклада опытный выступающий меняет позу. Шаг вперед в нужный момент усиливает значимость того или иного места речи, помогает сосредоточить на нем внимание. Отступая назад, оратор как бы дает аудитории возможность «отдохнуть» и затем переходит к другому положению речи. Не следует

расхаживать, двигаться в стороны во время выступления. Мастерство оратора проявляется в усилении воздействия жестом, мимикой. Излишняя виртуозность не украшает говорящего и вызывает иронию, неприязнь. От жестов значимых, которые способствуют успеху речи, необходимо отличать бессмысленные, механические (встряхивание головой, поправление волос, одежды, верчение ручки и др.). Утверждают, что лучший и самый совершенный жест тот, который не замечают слушатели, т. е. который органично сливается с содержанием речи.

Отрицательные и положительные жесты

- Голова как бы «вдавлена» в плечи выражает чувство угрозы и, как следствие, защитное поведение: беспомощность, страх, нервозность.
- Руки на боках демонстрируют твердость оратора, его уверенность, стабильность и превосходство над другими.
- Руки упираются в спинку стула, трибуну, стол показывают стремление к какой-либо опоре вследствие неуверенности.
- Статичность или неподвижность тела выражает неуверенность, зажатость, закрытость, избегание контактов.

К отрицательным жестам во время выступления можно также отнести: руки в карманах или скрещенные на груди, руки, сжатые в кулаки, прикрытие рта рукой, взгляды в сторону, проведение рукой по спинке стула перед тем, как сесть на него.

Можно также выделить жесты, демонстрирующие, наоборот, вашу доброжелательность к аудитории: пожимание плечами, обращение рук к аудитории ладонями вверх, расстегивание пиджака, сокращение дистанции между вами и собеседником. Эти жесты помогут вам расположить к себе аудиторию и позволят ей внутренне расслабиться.

Не стоит игнорировать во время выступления зрительный контакт с аудиторией. Он играет важную роль в установлении невербальной связи и является «мостиком» взаимопонимания. Перед началом выступления окиньте секундным взглядом каждого из собравшихся послушать вас. А во время выступления выберите несколько человек из зала, которым вы будете как бы «адресовывать» свои мысли.

Основным показателем чувств говорящего является выражение лица. Мимика оратора стимулирует эмоции аудитории, способна передать гамму переживаний: радость и скорбь, сомнение, иронию, решимость ... Выражение лица должно соответствовать характеру речи. У хорошего оратора, как замечал А. Ф. Кони, «лицо говорит вместе с языком». Лицо и весь внешний облик выступающего должны выражать доброжелательное и даже дружественное отношение. Аудитория не любит сердитых или безучастных.

После ораторского выступления необходим анализ. Прежде всего, для того чтобы найти, выделить и учесть в дальнейшем недостаток.

Заключение

Этика делового общения представляет собой частный случай этики и содержит ее основные характеристики.

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах правил поведения страны-партнера и бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни национальным обычаями и традициями.

Применимости этики деловых отношений в области ее активного исследования и практического применения находятся следующие вопросы: нормы и правила построения взаимоотношений в деловой сфере; правила, рекомендации и оптимальные алгоритмы поведения и общения в конкретных деловых ситуациях: переговорах, конструктивной критике, телефонных переговорах, в конфликтных ситуациях; деловой этикет и т.п.

Список используемой литературы

1. Кукушкин В. С. «Деловой этикет» М.- Ростов на Дону, 2008.
2. Леонтьев А.А. «Психология общения» , 2007.
3. Зельдович Б.З. «Деловое общение», 2007.
4. Зарецкая Е.Н. «Деловое общение», 2002.
5. Андреева И.В. «Этика деловых отношений», 2005.