

Содержание:

Image not found or type unknown



Аннотация

Целью данного реферата является изучение этики делового общения. Актуальность данной темы обусловлена тем, что деловое общение является необходимой частью ведения бизнеса и важнейшей основой построения эффективных отношений с сотрудниками и деловыми партнерами.

Данный реферат содержит базовые сведения по современной деловой этике. В работе рассмотрены вопросы этики делового общения в широком смысле этого понятия, определены общие понятия этики делового общения, приведены нормы и принципы для разных видов деловых коммуникаций.

Работа содержит примеры из практики работы организации, в которой работает автор.

Введение

Деловое общение - это одна из форм коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового этикета.

Деловой этикет - это свод правил, которые регламентируют поведение человека в общественных местах, определяют уровень его общения и культуры во взаимодействии с окружающими, манеры поведения, вежливость, обращения, приветствия и умение одеваться.

Деловое общение представляет собой многофункциональное взаимодействие, включающее: информационный обмен, установление и поддержание контакта, регулировку межличностных отношений.

Недостаточное владение навыками делового общения приводит к снижению эффективности при решении производственных вопросов, не способствует достижению стратегических и тактических целей компании, влияет на

сплоченность коллектива и атмосферу в организации.

Чтобы добиться успеха организация должна иметь сотрудников, которые будут отличаться не только высоким уровнем профессионализма, но и хорошим воспитанием, а также умением достойно вести себя в окружении клиентов и деловых партнеров. Добросердечные человеческие отношения завязываются на основе доверия, деликатности, вежливости и уважения.

Понятие этики делового общения

Коммуникации присутствуют в жизни любой организации и любого коллектива, на всех уровнях корпоративного взаимодействия, как в жизни руководителя, так и работника.

Под коммуникацией понимают контакт, связь с целью обмена идеями, мнениями, информацией в устном или письменном виде посредством символов или действий.

Коммуникации бывают разноплановыми: публичные выступления и презентации, переговоры, телефонные разговоры, общение один на один с руководителем и подчиненными, общение как в формальных, так и неформальных группах с коллегами, с партнерами, с представителями контролирующих органов и многие другие виды коммуникаций.

Классификация видов коммуникаций:

- по субъекту и средствам коммуникации

- межличностные - коммуникации, осуществляемые людьми в ситуации лицом к лицу;
- осуществляемые при помощи технических средств и информационных технологий - коммуникации, осуществляемые при помощи электронной почты, телекоммуникационных систем, управленческих информационных технологий и т.п.;

- по форме общения

- вербальные – коммуникации, осуществляемые при помощи слов;
- невербальные – сообщения, посланные отправителем без использования устной речи, с помощью жестов, мимики, взгляда и т.п.

- по организационному признаку

- вертикальные – коммуникации, осуществляемые по иерархической структуре, от руководителя к подчиненным;
- горизонтальные – коммуникации, направленные на интеграцию и координацию сотрудников на одних уровнях иерархии;
- диагональные – коммуникации, осуществляемые работниками подразделений различных уровней коммуникации;

- по каналам общения

- формальные – упорядоченные и ограниченные информационные потоки, определяемые существующим регламентом. Формальные коммуникативные каналы широко используются в организациях, имеющих иерархическую структуру;
- неформальные – социальные взаимодействия между людьми, выраженные человеческой потребностью в общении, информация в них часто распространяется в форме слухов;

- по направленности общения

- нисходящие – коммуникации, направленные сверху вниз, от руководителя к подчиненным, содержат преимущественно директивную информацию;
- восходящие – коммуникации, направленные снизу вверх, от подчиненных к руководителю.

Цель делового общения - организация и оптимизация определенного вида совместной предметной деятельности.

Помимо общей цели делового общения, в нем можно выделить личные цели, реализуемые участниками общения:

- стремление к личной безопасности в процессе социальной деятельности, что часто проявляется в уходе от ответственности;
- стремление к повышению своего жизненного уровня;
- стремление к власти, т. е. стремление расширить круг своих полномочий, продвинуться вверх по служебной лестнице, избавиться от бремени иерархического контроля;
- стремление повысить свой престиж, что часто сочетается со стремлением укрепить престиж занимаемой должности и самой организации.

Для того чтобы цель делового общения была успешно реализована, в современной психологической науке выделяют основные этикопсихологические принципы делового общения, к которым относят:

- принцип создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности, на основе которого возможно 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 квалификации и опыта.
- кооперативность - вклад каждого должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора;
- достаточность информации - говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент;
- качество информации - не говори непроверенные данные, не лги;
- целесообразность - не отклоняйся от темы, сумей найти решение;
- ясность, убедительность - владей лингвистическими особенностями языка и тактикой общения;
- учитывай индивидуальные особенности партнера по общению.

Одна из важных задач этики бизнеса - создание, реконструкция и трансляция концепций этичности компаний, отраслей, стран. Такие концепции носят рукотворный и относительный характер и отличаются от имеющих абсолютный характер универсальных, в большей части «нерукотворных» (или кажущихся таковыми) этических требований, которыми руководствуется каждый человек в своей частной жизни.

Концепции этичности компаний различны. Согласно одной из таких концепций, этичность или ответственность организации трактуется как качество её поведения, соответствующее четырем уровням корпоративной идентичности:

- надлежащее управление рисками;
- соблюдение законов и норм;
- укрепление репутации;
- содействие развитию сообщества.

Таким образом, этика делового общения становится неотъемлемым элементом практики ведения бизнеса. При этом единый «шаблон» морального стандарта

отсутствует: у каждого человека есть свое понимание этических норм, а компании «конструируют» концепции собственной этичности, которые необходимо согласовывать как с внешними, так и с внутренними заинтересованными группами.

Выработка этических норм внутри компании - это диалог между организацией и её сотрудниками по поводу общих правил и норм взаимодействия, ценностей и принципов развития, который становится условием формирования сильной внутренней корпоративной культуры.

Этика речевых коммуникаций

Общение начинается с установления расстояния между собеседниками. Дистанция зависит от взаимоотношений говорящих. Чем официальнее отношения, тем дальше находятся люди друг от друга. В российской этикете официальная зона общения равна длине двух вытянутых для рукопожатия рук (90-110 см), дружеская зона - расстоянию двух согнутых в локте рук (50 см). Переход из одной зоны в другую, например, уменьшение расстояния между общающимися, прочитывается как желание сменить официальный тон общения на дружеский. Такой прием используется руководителем для того, чтобы вызвать откровенность подчиненного, расположить к себе посетителя.

Приветствие - это один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливается контакт общающихся, выражаются отношения между людьми. Особенно это важно в сфере деловых отношений, где от симпатии или антипатии собеседников друг к другу может зависеть принятие решения. Приветствие с улыбкой является нормой повседневного общения деловых людей.

Деловое общение не выходит за рамки тем, обозначенных в повестке дня или предусмотренных регламентом. Нейтральные, обсуждаемые темы "погода", "спорт", "впечатление от дороги" могут присутствовать в качестве вкраплений в деловой беседе. Как и юмор, они выполняют функцию разрядки. Это особенно актуально, если переговоры, встречи, конференции затягиваются. Иногда подобные переключения тем указывают на особую близость, доверительность партнерских отношений.

Одна из важнейших функций этикета - снятие агрессии. Она реализуется в правильном выборе тона общения, прежде всего в отсутствии категоричных оценок. Нужно помнить, что, чем вежливее говорящий, тем менее категоричны его

высказывания. Это не лишает собеседника возможности судить о предмете самостоятельно. Вместо "Это чушь!", "Этого не может быть" используется "Мне кажется это не вполне убедительным"; "Боюсь, что не могу согласиться с вами"; "Едва ли это возможно" и т.п.

Неумение выбрать правильный тон общения ведет к коммуникативной неудаче. Несоблюдение нужной тональности не только мешает общению, но и зачастую создает ложное представление о личности говорящего.

Общая тональность в зависимости от сферы общения может быть строго официальной, нейтральной, фамильярно-дружеской. Тональность складывается из стилистики речи, манеры поведения говорящего (взгляд, мимика, жесты, поза). Для современного официально-делового общения начальственный тон становится малопригодным, устаревшим, императивность уступает место принципу сотрудничества. Поэтому в качестве основного тона при строго официальных отношениях необходимо использовать спокойный, ровный, сдержанный тон, при менее строгих официальных отношениях - спокойный, доброжелательный, приветливый.

Умение слушать собеседника - эффективный этап беседы. Требования к характеру беседы просты, но обязательны: спокойный тон, даже в случае, если партнер раздражен или агрессивен, необходимо внимательно выслушивать собеседника до конца, не перебивая.

Социальный статус участников диалога в деловом общении чрезвычайно важен. Деловое общение статусно ориентировано, так как в социально-правовые отношения вступают не абстрактные люди, а представители определенных организаций, структур, занимающие в них определенные должности. При выборе обращения, на интонационном и даже грамматическом уровне необходимо учитывать социальный статус собеседника (положение, личные заслуги, возраст).

Социальный статус в деловом общении тесно связан с правомочием принятия решений от имени организации. Как правило, людьми, принимающими решения по важным экономико-правовым вопросам, являются руководители первого звена (директора, председатели правления, топ-менеджеры). В отличие от тех, кому это право может быть делегировано (руководители среднего звена), они обладают статусом первого лица, который учитывается при ведении деловых коммуникаций: это подчеркнутое внимание, учет мнения собеседника, признание его позиции.

Однако это не означает, что к подчиненному, к простому сотруднику отношение должно быть иным. Меняются речевые формулы, дающие представление о степени уважительности, но сам принцип уважительного отношения к собеседнику, кем бы он ни был, должен оставаться неизменным.

В последнее время под влиянием западной культуры складывается тенденция двуименного официального обращения (имя и фамилия) к руководителям первого звена. Однако не во всех организациях приемлема такая форма коммуникаций. Из моей трудовой практики доля компаний, в которых допустимо двуименное обращение к руководству компании растет. Такая форма обращения сложилась как на моем предыдущем месте работы, так и на текущем.

На практике само использование этикетных формул может не давать ожидаемого результата, если отсутствует или недостаточно высока культура поведения сотрудников. Внимательное и уважительное отношение к собеседнику реализуется в том числе в следующих запретах:

- неприлично не проявлять внимания к входящему в кабинет человеку. Даже при большой занятости (разговор по телефону, подготовка срочного сообщения, письма, документа и т.п.) следует оторваться на несколько секунд и ответить на приветствие, предложить сесть, извиниться и попросить немного подождать. Предлагая посетителю сесть, можно использовать специальные этикетные формулы: «Садитесь, пожалуйста», «Прошу вас садиться», или просто «Прошу» с указательным жестом в сторону кресла (стула). Просторечная форма «Присаживайтесь» показатель низкой речевой культуры.
- не рекомендуется сидеть в так называемых свободных позах: развалившись в кресле или «нога на ногу». Корпус говорящего должен быть полностью развернут в сторону адресата, руки должны свободно лежать на столе.
- при установлении делового контакта неприличным считается осматривать человека сверху донизу оценивающим взглядом. Под таким взглядом человек теряется, и ему бывает трудно сосредоточиться затем на теме беседы. Кроме того, взгляд «сверху донизу» принят в личной сфере общения. Взгляд на собеседника в деловой обстановке предполагает фиксацию его на верхней части лица (треугольник между глазами и серединой лба).
- в условиях официального общения не допускается повышение тона. Тон должен быть спокойным, сдержанным, ровным независимо от складывающейся обстановки. Даже если ваш собеседник раздражен и выражает недовольство, проявляет эмоциональную несдержанность, владея собой

и подавляя в себе желание ответить тем же, вы обладаете дополнительным преимуществом. Научиться владеть собой удастся благодаря психологической подготовке и постоянному вниманию к своей речи.

- в конфликтных ситуациях нельзя всю вину сваливать на другую сторону. Признание хотя бы частичной ответственности за случившееся снимает ситуацию «перебрасывания мяча» (чередования взаимных обвинений) и выводит беседу снова в русло конструктивного диалога.

Если говорить об организациях, в которых я работала, то можно выделить следующие ситуации в повседневном деловом общении, которые приводили к трудностям в коммуникациях, вызывали обиды и конфликты:

- опоздания на совещания и переговоры;
- несвоевременные оповещения о переносе встречи;
- игнорирование звонков, отсутствие ответа на деловые письма;
- перебивание собеседника, ведение разговора, предполагающего обсуждение, в режиме монолога;
- разговоры по мобильному телефону в присутствии других коллег, особенно на личные темы;
- звонки подчиненным по телефону в их личное время (исключение - если речь идет о критической ситуации);
- настаивание на своей правоте в ситуации, когда уже принято другое решение;
- «поиск» и «назначение» виноватых, «перекладывание» ответственности;
- нарушение правил вежливости.

В рамках деловой культуры в нашей организации мы придерживаемся следующих правил речевых коммуникаций:

- говорить грамотно, формулировать кратко;
- контролировать эмоции, спорить только с собой;
- соблюдать пунктуальность;
- говорить «понимаю» вместо «нет»;
- быть вежливым;
- ставить себя на место собеседника;
- признавать свои ошибки;
- сохранять достоинство;
- быть позитивным;
- в деловом общении не затрагивать сферу частной жизни.

Культура деловой переписки

Важным фактором повышения эффективности коммуникаций является культура делового письма. В современных тенденциях растет роль электронных писем и сообщений в мессенджерах, они стали привычным и обязательным инструментом коммуникаций как при построении взаимодействий внутри самой компании, так и при коммуникационном взаимодействии с деловыми партнерами.

Переписка - это общение в миниатюре, это своеобразное искусство, имеющее свои традиции и законы:

- письмо должно быть коротким, если вы хотите, чтобы его прочли. Оптимальный объем письма - до одной страницы;
- хорошее письмо должно быть четким. В нем - короткие слова, короткие фразы и короткие абзацы;
- избегайте многосложных, узкопрофессиональных непонятных слов и выражений. Должна быть максимальная доступность текста для понимания, употребление простых фраз, точно и однозначно выражающих суть;
- должны быть соблюдены нормы грамматики и правописания, а также требования делового этикета.

При формировании делового письма, в том числе электронного, необходимо помнить, что каждое письмо должно быть строго индивидуально, безымянно писать письма не рекомендуется. Без имени можно отсылать письмо фирме или учреждению, но проставлять в адрес оборот: "Генеральному директору", без указания его фамилии и инициалов.

Деловое письмо должно быть кратким, точным и по существу. Деловая корреспонденция редко охватывает несколько тем. Если все же в письме нужно осветить несколько вопросов, то их желательно отделить один от другого визуально, т.е. пронумеровать. Наилучший вариант - когда деловое письмо содержит ответ на какой-либо один вопрос или однородную информацию. В этом случае письмо получится точным и сжатым.

При необходимости получить скорый ответ на деловое письмо или запрос можно написать следующее: «Рассчитываем, что Вы ответите при первой же

ВОЗМОЖНОСТИ».

В конце письма ставят подпись и фамилию, ниже указывают должность и название фирмы. Если письмо рекламного характера, то фамилия и подпись необязательны.

Не стоит начинать письмо с местоимения «Я».

Постскриптум (PS) выносят вниз, после подписи. Ниже постскриптума ставят свою подпись или инициалы. Подпись под деловым письмом всегда делается от руки.

Общее правило для любой бумажной корреспонденции - письмо должно свободно помещаться в конверт. На любой корреспонденции проставляют обратный адрес. Складывается письмо текстом внутрь. Наиболее важные деловые письма следует не сгибать, а посылать в большом плотном конверте. Почтовые открытки в деловой переписке не используют.

В нашей организации мы используем следующие обязательные к применению базовые правила оформления писем в электронной почте и сообщений в мессенджере:

- срочное – телефоном, оперативное – MS Teams, остальное – по электронной почте;
- одно письмо – одна тема;
- указываем тему письма, сообщения в формулировке, ориентированной на результат (формулировка, ориентированная на результат, начинается с глагола «Что сделать» и заканчивается конкретным результатом – например вместо темы «Ростелеком» указываем «Согласовать договор для Ростелекома»);
- правильно формулируем содержание письма, начинаем письмо с главной мысли;
- правильно оформляем сообщения:
- структурируем сообщение по смыслу;
- соблюдаем правила орфографии;
- следуем деловому стилю;
- четкость и ясность изложения;
- если в сообщении больше двух абзацев, то в первом абзаце в 1-2 предложениях кратко описываем суть письма;
- корректно указываем адресата:
- адресат указан в поле «Кому» - письмо требует ответа;

- адресат указан в поле «Копия» - требуется ознакомление, обязательного ответа на требуется;
- письмо информационное для всех – в начале ставится обозначение FYI (For Your Information);
- сотрудник, указанный в поле «Кому», обязан ответить на письмо, предполагающее ответ, в течение рабочего дня;
- правило трех итераций – если какой-то вопрос не решается в течение трех итераций переписки в мессенджере, то необходимо организовать встречу или звонок, чтобы обсудить вопрос при личном общении.

Этика общения по телефону

Деловое общение по телефону является одним из основных видов делового разговора. Ведь это единственный вид разговора, при котором невозможно воздействовать на собеседника невербально. Именно поэтому настолько важно во время телефонной беседы использовать навыки ведения делового общения.

При телефонном разговоре нужно придерживаться практически тех же правил, что предусмотрены для живого общения.

Главные требования культуры общения по телефону – краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Необходимо учитывать, что телефон усугубляет недостатки речи, быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Поэтому необходимо следить за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. В телефонном разговоре также лучше не употреблять специфические, профессиональные выражения, которые могут быть непонятны собеседнику.

Ненужные телефонные разговоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных вопросов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокойных условиях, т.е. мешают работать тем, кто находится рядом. Поэтому телефонные разговоры должны быть подготовленными и продуманными, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения. Необходимо заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п.

Голос, тон, тембр, интонации собеседника говорят очень много. Нужно только обращать внимание на подобные "мелочи" во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника.

Если собеседник проявляет склонность к спорам, высказывает в резкой форме несправедливые упреки, в его тоне звучит самомнение, то нужно набраться терпения и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, то перевести разговор на спокойный тон, частично признать его правоту, постараться понять мотивы его поведения. Желательно кратко и ясно изложить свои аргументы, доводы должны быть правильными по существу и грамотно изложены по форме.

Можно выделить следующие наиболее распространенные ошибки общения по телефону:

- расплывчатая цепь разговора;
- отступление от главной темы и затрагивание переговоров;
- звонок в неблагоприятное время;
- агрессивный звонок без извинений, не подготовленный заранее;
- отсутствует правильное интонирование речи;
- слишком быстрый темп разговора (собеседник может быть уверен, что вы торопитесь);
- монолог вместо диалога, отсутствие обратной связи;
- отсутствие финала выводов.

Независимо от того, кто звонит необходимо придерживаться в телефонных разговорах следующих правил:

- быть доброжелательным, не показывать своего недовольства чем-то;
- задавать вопросы и внимательно выслушивать ответы на них;
- стараться оставаться тактичным и сдержанным, даже если разговор становится весьма неприятным;
- в течение беседы называть собеседнику по имени и отчеству;
- если во время беседы вы называетесь какие-то числа, их следует повторить несколько раз, чтобы избежать досадных недоразумений;
- помнить, что по телефону звучание голоса значительной степени искажается, поэтому артикуляция непременно должна быть четкой, а темп речи - ровным, тон - спокойным, выдержанным;
- высказываться кратко и точно, правильно построенными предложениями;

- разговаривать средним по силе голосом

Одно из направлений деятельности нашей организации – это сопровождение программных продуктов наших клиентов в форме линии консультаций по телефону.

Поэтому нам особенно важно соблюдать нормы делового этикета при телефонных разговорах, так как во многом в результате них у наших партнеров складывается мнение о наших сотрудниках и проводится оценка нас как компании.

При ответе на телефонный звонок наш специалист линии консультаций должен придерживаться следующих принципов:

- обязателен алгоритм: приветствие – представление себя – название организации. Форму можно выбирать самостоятельно, главное – вежливость и доброжелательность;
- выслушать сообщение внимательно и не перебивая;
- если решение вопроса зависит от вас, необходимо ответить подробно;
- если для выяснения деталей потребуется время или дополнительные консультации, необходимо предложить перезвонить;
- необходимо записать имя и номер звонящего и оперативно перезвонить ему, как только появилась возможность предоставить необходимую информацию;
- перед прощанием необходимо подвести итог разговора.

Во время телефонного общения специалист линии консультаций должен соблюдать следующие правила:

Нельзя	Необходимо
Спрашивать: «А кто это?»	«Простите, с кем я говорю?» или «Назовите своё имя, пожалуйста»
Спрашивать: «А что я могу?»	«Чем я могу помочь?»
Отвечать: «Я не знаю»	«Я уточню это для вас»

Отвечать: «Мы не можем»	«Подождите, пожалуйста, решение вопроса требует времени, мы вам перезвоним»
Отвечать: «Сейчас нет никого»	«С вами свяжется специалист, занимающийся этим вопросом»
Говорить: «Вы должны» или «Лучше всего для вас»	«Вам имеет смысл» или «Да, понимаю вашу проблему, но»
Говорить в начале предложений «нет»	Сосредоточиться на вопросах собеседника
Отвлекаться на другие разговоры	Проявлять спокойную доброжелательность
Шутить с незнакомыми людьми	Улыбаться
Жевать во время разговора	

Деловые встречи и переговоры

Деловые переговоры и встречи - неотъемлемый элемент делового общения. С их помощью можно быстро решить важную проблему, определиться с ближайшими целями и задачами развития компании, услышать мнение и намерения оппонента. Деловые переговоры чаще всего проводятся между руководителями разных организаций с целью обозначить свои позиции и прийти к единому решению.

Масштабы встреч и переговоров могут значительно различаться – от рабочих без особых формальностей до встреч «на высшем уровне», требующих значительной подготовки к проведению.

Переговоры обычно имеют более официальный, конкретный характер чем встречи и, как правило, предусматривают подписание документов, определяющих

взаимные обязательства сторон (договоров, контрактов и т.д.).

Часто в основе переговоров лежит конфликт интересов, хотя он может быть иногда неочевиден. Сложности «рабочего порядка» (вынужденное общение, конфликт интересов сторон, дефицит времени) могут усугубляться слабыми коммуникативными способностями участников общения. Поэтому очень важно для снижения напряженности переговорного процесса использовать нормы этикета делового общения.

Если в ходе обсуждений одна из сторон прибегает к аргументам «ты не прав» или «ты неправильно думаешь» - то встреча не закончится конструктивным и эффективным решением. Во избежание подобной ситуации в жестких условиях переговоров нормы этикета рекомендуют:

- тщательно продумывать и точно формулировать свои сообщения, аргументы и доводы;
- не считать свое представление о позиции второй стороны абсолютно верным, оно требует уточнений;
- слушать собеседников очень внимательно;
- все неоднозначные формулировки корректно уточнять – «Правильно ли я понял что...?»
- спорные моменты следует переводить в плоскость рабочих задач, не называя их «проблемами»;
- обязательно акцентировать итоги и фиксировать все достигнутые договоренности;
- при необходимости разбивать переговоры на этапы.

Необходимо помнить, что взаимодействие с деловыми партнерами на встречах и переговорах идет в двух параллельных планах – личностном и содержательном. Взаимодействие будет более успешным, если сначала привлечь внимание собеседника, заинтересовать его, настроить на разговор, т.е. создать обстановку доброжелательности и доверия, по ходу беседы поддерживать контакт, при необходимости восстанавливать, и в завершение беседы не только зафиксировать содержательные договоренности, но и выполнить действия по выходу из контакта.

В нашей организации переговоры и встречи с клиентами и деловыми партнерами проводятся регулярно.

Целью и результатом данного вида делового общения для нас является «продажа» компании, т.е. желание клиента иметь дело именно с нашей компанией. Во время

первой встречи мы также обычно выясняем, наш это или не наш клиент.

В ходе коммуникации мы обычно придерживаемся следующего плана:

Личностный план

1. Создание благоприятного для взаимодействия «климата отношений»:

1.1. Установления контакта в начале беседы

1.2. Поддержание контакта в ходе беседы, при необходимости – восстановление контакта

1.3. Выход из контакта

Содержательный план

2. Совместный анализ задач клиента

3. Совместный поиск вариантов решения

4. Принятие решения

При проведении переговоров мы рекомендуем участникам общения придерживаться следующих действий при установлении контакта:

- ○ установление контакта глаз;
- улыбка;
- приветствие и представление;
- знакомство, обращение по имени, передача визитной карточки;
- позитивное высказывание в адрес компании-клиента или самого собеседника;
- «малый» разговор;
- согласование времени беседы.

Поддержанию контакта способствует синхронизация своего состояния, действий, намерений с состоянием, действиями, намерениями собеседника, а также проговаривание своего состояния (выражение своих чувств). В позитивных

ситуациях выражение своих чувств усиливает положительный эффект ситуации. В негативных ситуациях – помогает сгладить влияние обстоятельств, так как выражение чувств – это проявление уверенного поведения, демонстрация вашей искренней включенности в ситуацию не только на содержательном, но и на эмоциональном уровне.

При завершении беседы (выходе из контакта) участникам переговоров необходимо:

- - подвести итог разговора, подтвердить достигнутые договоренности;
 - согласовать время следующего контакта;
 - согласовать формат передачи информации (в случае необходимости);
 - сообщить о действиях со своей стороны до следующей встречи;
 - сообщить о действиях, которых Вы ожидаете от своего собеседника;
 - сделать позитивное высказывание в адрес собеседника;
 - попрощаться;
 - улыбнуться.

На этапе Совместного анализа задач клиента следует:

- - прояснить интересы сторон (собрать информацию о запросах, пожеланиях и потребностях клиента);
 - уточнить правильность понимания собеседника (-ов);
 - сформировать основу для выработки вариантов решения (коммерческого предложения);
 - сохранить обстановку доброжелательности и доверия.

Задачи этапа Совместного поиска вариантов решения:

- - уточнить области пересечения интересов сторон, посмотреть на ситуацию с точки зрения клиента;
 - проанализировать возможные взаимовыгодные варианты разрешения ситуации, подвести промежуточные итоги;
 - определить возможные перспективы;
 - сохранить обстановку доброжелательности и доверия.

На этапе Принятия решения участникам коммуникации необходимо решить следующие задачи:

- - выбрать вариант, основываясь на объективных критериях, и принять решение;

- зафиксировать содержание договоренностей;
- завершить контакт на позитивной ноте.

По нашей системе оценке договоренности, достигнутые в ходе переговоров, являются эффективными если отвечают следующим параметрам:

- ○ реализуют интересы обеих сторон;
- реалистичны;
- однозначно трактуются обеими сторонами;
- зафиксированы на языке результата, а не намерений;
- присутствует субъективная удовлетворенность сторон.

Принципы организации коммуникации в Open Space

Сегодня во многих компаниях реализован подход к организации рабочего пространства в формате офиса открытого типа (Open Space). Обычно такой подход предполагает, что большую часть помещения компании занимает зона, где сотрудники работают вместе. При этом зоны для отдыха, переговоров и ряд кабинетов отделены.

К преимуществам организации общения в офисах открытого типа можно отнести:

- увеличение частоты и упрощение коммуникации между сотрудниками, коммуникация от формальной постепенно тяготеет к неформальной;
- создание единого коллектива и дружеской обстановки в нём;
- усиление мотивации сотрудников;
- возможность создания единого дизайна помещения, определяющего культуру общения в офисе;
- отсутствие строгой иерархии сотрудников;
- коллективное обсуждение и решение бизнес-задач.

Несмотря на наличие коммуникационных преимуществ такого формата офиса, далеко не всем сотрудникам бывает комфортно в нем работать. Можно выделить следующие недостатки:

- высокий уровень шума в общем пространстве, отсутствие «звуковой приватности»;

- неконтролируемое общение, которого практически невозможно избежать;
- невозможность сосредоточиться на личных заданиях;
- отсутствие личного пространства, разговор перестает быть приватным и может быть услышанным всем офисом;
- психологическая перегрузка и «перестимулирование»;
- стресс.

Поэтому очень важно для минимизации недостатков открытого офиса и создания комфортной и благоприятной рабочей атмосферы в общем пространстве обеспечить соблюдение сотрудниками норм делового общения.

Офис нашей компании построен по типу Open Space. Мы определили ряд правил, которые обязательны к применению сотрудниками, работающими в общем пространстве:

- отключаем на мобильных телефонах звук и переводим их на вибровозвон;
- уходя из кабинета забираем мобильные телефоны с собой;
- выходим с личными разговорами из кабинета чтобы не отвлекать остальных;
- пользуемся комнатой для переговоров для обсуждения вопросов друг с другом, не касающихся остальных сотрудников, работающих в кабинете;
- все разговоры внутри Open Space ведем спокойным деловым тоном;
- общее пространство – место для позитива, негативное настроение в общий кабинет не приносим;
- музыку слушаем только в наушниках;
- бодем дома, уважаем здоровье друг друга;
- соблюдаем стандарт внешнего вида;
- уважаем чужое пространство;
- избегаем обсуждения конфиденциальных вопросов и личных тем в общем пространстве.

Главное на наш взгляд правило для комфортной работы в одном пространстве – взаимное уважение и культура общения. Соблюдение этики делового общения при таком формате офиса – залог эффективной работы сотрудников.

Заключение

Нормы и правила делового этикета и этики делового общения на мой взгляд применимы ко всем видам коммуникаций. Их соблюдение является основной

построения эффективной работы как отдельных сотрудников, так и групп персонала в системе организационного поведения. Каждый из нас знает свои ошибки, в том числе коммуникативные. Мы можем сами оценить навыки собственной коммуникации, если понаблюдаем как на нас реагируют наши руководители и подчиненные. Знание и применение норм этики делового общения позволяет нам избегать недопонимания, обид и конфликтов и более эффективно строить свою работу.

Соблюдение делового этикета как внутри компании, так и при коммуникационном взаимодействии с деловыми партнерами позволяет реализовать основное правило делового общения - внимательное и уважительное отношение к собеседнику. Следование этике делового общения должно быть правилом, нормой и привычным поведением для сотрудников организации. Только при таком подходе возможно построение доверительных, конструктивных и уважительных отношений на всех уровнях организационной среды.

Список использованной литературы

1. Белоусова Татьяна Этикет: полный свод правил светского и делового общения: Как вести себя в привычных и нестандартных ситуациях - Издательство АСТ, Москва, 2019 г.
2. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: Учебник для бакалавров - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», Москва, 2020 г.
3. Зверева Нина Правила делового общения: 33 «нельзя» и 33 «можно» - Альпина Паблишер, Москва, 2017 г.
4. Подопригора М.Г. Деловая этика Учебное пособие - Издательство ТТИ ЮФУ, Таганрог, 2012 г.
5. Сульчинская Э.Э. Руководство по изучению дисциплины «Организационное поведение» - Московская финансово-промышленная академия, Москва, 2007 г.