**Введение**

Деловое общение - это процесс, при котором происходит обмен деловой информацией и опытом работы, предполагающим достижение определенного результата в совместной работе, решение конкретной задачи или реализацию определенной поставленной цели. Спецификой этого процесса является момент регламента, то есть подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, принятыми на данной территории, профессиональными этическими принципами, принятыми в данном профессиональном круге лиц. Деловое общение условно делится на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (когда во время общения существует некая пространственно-временная дистанция, то есть письма, телефонные разговоры, деловые записки и т.д.).

Прямое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, косвенное же не обладает таким сильным результатом, в нем непосредственно действует некие социально-психологические механизмы. В целом деловое общение отличается от неформального тем, что в его процессе ставятся конкретные задачи и конкретные цели, которые требуют определенного разрешения, что не позволяет нам прекратить процесс переговоров с партнером или партнерами по переговорам в любой момент (по крайней мере, без определенных потерь в получении информации для обеих сторон). В обычном дружеском же чаще всего не поднимаются такие вопросы, как конкретные задачи и цели, поэтому такое общение можно прекратить (по желанию обеих сторон) в любой момент без опасения потерять возможность восстановить процесс общения заново.

Виды делового общения:

1. беседы
2. переговоры
3. совещания
4. посещения
5. публичные выступления.

Деловое общение в наши дни проникает во все сферы общественной жизни общества. В коммерческие,  деловые сферы жизни вступают предприятия всех видов и форм собственности, а также частные лица в качестве частных предпринимателей.

Компетентность  в  области  делового общения непосредственно связана с успехом или  неуспехом  в  каждой области: в области науки, искусства, производства, торговли. Что касается менеджеров, бизнесменов, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления, частных предпринимателей то коммуникативная компетентность, то есть способность адекватно реагировать в любой ситуации в процессе общения для представителей этих профессий представляет одну из самых главных составляющих их профессионального облика.

Деловое общение как процесс предполагает установление контакта между участниками, обмен определенной информацией для построения совместной деятельности, установления сотрудничества и т.д.

Служебные контакты строятся на партнерских началах, исходят из взаимных потребностей, из интересов общего дела. Несомненно, что такое общение повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором удачного бизнеса.

Умение вести себя с людьми во время беседы является одним из главнейших факторов, определяющих ваши шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Успехи человека в его делах даже в технической сфере или научной сфере только процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и на процентов на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми с которыми он работает. В данной работе рассматриваются механизмы, структура и принципы делового общения, без знания которых очень сложно добиться успеха в сфере бизнеса и предпринимательства.

**I. Структура делового общения**

Состоит из пяти основных фраз:

1. Начало беседы.
2. Передача информации.
3. Аргументирование.
4. Опровержение доводов собеседника.
5. Принятие решений.

Правильное начало беседы предполагает: точное описание целей беседы, взаимное представление собеседников, название темы, представление лица, ведущего беседу, объявление после­довательности рассмотрения вопросов.

При завершении беседы порядок действий должен быть об­ратный: слово берет ведущий беседы и завершает ее обращени­ем к собеседнику.

На что нужно обратить внимание при налаживании личного контакта с собеседником?

Во-первых, на ясные, сжатые и содержательные вступитель­ные фразы и объяснения.

Во-вторых, обязательно обращение к собеседникам по имени и отчеству.

В-третьих, важен соответствующий внешний вид (одежда, под­тянутость, выражение лица).

Проявление уважения к личности собеседника, внимание к его мнениям и интересам является неотъемлемой частью любого общения, а деловой беседы — тем более….

Беседа должна строиться в форме диалога, для построения которого как можно чаще апеллируйте к мнению и ответам собе­седника.

Замечания собеседника означают, что он вас активно слушает, следит за вашим выступлением, тщательно проверяет вашу аргумен­тацию и все обдумывает. Считают, что собеседник без замечаний — это человек без собственного мнения. Именно поэтому замечания и доводы собеседника не следует рассматривать как препятствия в ходе беседы. Они облегчают беседу, так как дают нам возможность по­нять, в чем еще нужно убедить собеседника и что вообще он думает о сущности дела.

Существуют следующие виды замечаний: невысказанные замечания, предубеждения, ироничные замечания, замечания с целью получения информации, замечания с целью проявить себя, субъективные замечания, объективные замечания, замечания с целью сопротивления.

Рассмотрим их подробнее. Нас будет интересовать, каковы при­чины таких замечаний, как к ним нужно относиться и как на них реагировать.

Невысказанные замечания. Это такие замечания, которые собе­седник не успевает, не хочет или не смеет высказать, поэтому мы сами должны их выявить и нейтрализовать.

Предубеждения. Они относятся к причинам, вызывающим не­приятные замечания, особенно в тех случаях, когда точка зрения собеседника полностью ошибочна. Его позиция имеет под собой эмоциональную почву, и все логические аргументы здесь бесполез­ны. Мы видим, что собеседник пользуется агрессивной аргумента­цией, выдвигает особые требования и видит только негативные сто­роны беседы.

Причиной таких замечаний является, скорее всего, неверный под­ход с вашей стороны, антипатия к вам, неприятные впечатления. В подобной ситуации вам необходимо выяснить мотивы и точку зрения собеседника, подойти к взаимопониманию.

Ироничные (язвительные) замечания. Такие замечания являются следствием плохого настроения собеседника, а иногда и его желания проверить вашу выдержку и терпение. Вы заметите, что заме­чания не имеют тесной связи с ходом беседы, носят вызывающий и даже оскорбительный характер.

Как поступить в подобной ситуации? Следует проверить, сделано ли замечание всерьез или носит характер вызова. В любом случае нельзя идти на поводу у собеседника. Ваша реакция может быть либо остроумной, либо не следует реагировать на подобные замечания.

Замечания с целью получения информации. Такие замечания яв­ляются доказательством заинтересованности вашего собеседника и имеющихся недостатков в передаче информации.

Скорее всего, причина состоит в том, что вашу аргументацию нельзя назвать ясной. Собеседник хочет получить дополнительную информацию или же он прослушал какие-то детали. Вы должны дать спокойный и уверенный ответ.

Замечания с целью проявить себя. Эти замечания можно объяс­нить стремлением собеседника высказать собственное мнение. Он хочет показать, что не поддался вашему влиянию и что в данном вопросе он максимально беспристрастен.

Замечания такого рода могут быть вызваны слишком сильной аргументацией с вашей стороны и, возможно, вашим самоуверен­ным тоном. Как поступить в подобной ситуации? Необходимо, что­бы ваш собеседник нашел подтверждение своим идеям и мнениям.

Субъективные замечания. Такие замечания характерны для опре­деленной категории людей. Типичная формулировка таких собесед­ников: "Все это прекрасно, но мне это не подходит".

В чем причина подобных замечаний? Ваша информация мало­убедительна, вы уделяете недостаточно внимания личности собесед­ника. Он не доверяет вашей информации и поэтому не ценит и приводимые факты. Как поступить в подобной ситуации? Следует поставить себя на место собеседника, принять во внимание его проб­лемы.

Объективные замечания. Это замечания, которые собеседник вы­сказывает для того, чтобы развеять свои сомнения. Эти замечания искренни, без всяких уловок. Собеседник хочет получить ответ, что­бы выработать собственное мнение.

Причина таких замечаний заключается в том, что ваш собесед­ник имеет другой вариант решения проблемы и не согласен с ва­шим. Как себя вести в подобной ситуации? Следует не противоре­чить собеседнику в открытую, а довести до его сведения, что вы учитываете его взгляды, а потом объяснить ему, какое преимущест­во дает ваш вариант решения проблемы.

Замечания с целью сопротивления. Эти замечания, как правило, возникают в начале беседы, поэтому они не являются и не могут быть конкретными.

Причина их чаще всего заключается в том, что ваш собеседник не познакомился с вашими аргументами, а тема беседы четко не определена. Как поступить в подобной ситуации? Следует четко оп­ределить тему беседы, и если сопротивление увеличивается, то нуж­но пересмотреть тактику, а в крайнем случае изменить и тему беседы.

**II. Механизмы делового общения.**

От того, насколько грамотно построено деловое общение, зависит результативность переговоров, степень взаимопонимания с партнерами, сотрудниками, удовлетворенность работников своим трудом, морально-психологический климат в организации. Практически все проблемы бизнеса тем или иным образом связаны с общением – процессом передачи идей, мыслей, чувств, доведения их до понимания другими людьми. Менеджеры расходуют на различные виды общения в среднем 80% своего времени.

Понимание процессов передачи информации, закономерностей, существующих в этих процессах, выработка навыков эффективного взаимодействия с людьми необходимы менеджеру любого уровня. Сегодня опытный руководитель тратит большую часть времени не на решение финансовых, технических или организационных проблем, а на решение психологических задач, возникающих в процессе общения с подчиненными, коллегами и начальством. Знание и умение в области общения необходимы не только менеджерам, но и любому из нас, ибо через общение человек организует и оптимизирует свою производственную, научную, коммерческую, учебную и любую иную деятельность. Общение позволяет решать не только вопросы организации, но и проблемы ее сотрудников.

К закономерностям, которые определяют процессы межличностных взаимоотношений, можно отнести следующее:

*1. Зависимость общения от восприятия партнера.*

Под восприятием понимается образ другого человека, формируемый на основе оценки его внешнего вида и поведения.

Все люди разные, они отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллекту и т.д. Ввиду этого при восприятии возникают ошибки неравенства, получившие название факторов превосходства, привлекательности и отношения к нам.

При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Причем превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Это схема восприятия начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве.

Действие фактора привлекательности при восприятии человека заключается в том, что под его влиянием какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми. Ошибка здесь в том, что если человек внешне нам нравится, то мы одновременно склонны считать его более умным, интересным и т.д., т.е. переоценивать многие его личностные характеристики. Если же человек непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются.

Фактор отношения к нам действует таким образом, что люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, которые к нам относятся плохо. Так, например, чем ближе мнение человека к нашему собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека.

Люди неадекватно «отображают» друг друга. На это есть серьезные причины:

* - человек слишком сложен. Ларошфуко принадлежат слова: «…Легче познать людей вообще, чем одного человека»;
* - человек осознанно или неосознанно защищается от попыток раскрыть его особенности и возможности;
* - человек нередко не может дать о себе информацию просто потому, что не знает себя.

*2. Неадекватность самооценки*. Она может быть сильно завышена или

занижена, в зависимости от психологических особенностей личности.

*3. Обусловленность процесса понимания друг друга процессом рефлексия*.

Рефлексия – это осознание индивидом того, как он воспринимает партнером по общению. Это просто знание другого. Но знание того, как другой понимает меня, т.е. своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга.

4*. Расщепление смысла передаваемой информации.*

Причинами этого выступают:

* - различное толкование информации, вызванное иносказательными

возможностями языка;

* - различия в образовании, интеллектуальном развитии, потребностях

общающихся.

5. *Стремление человека сохранить свой личный статус, личную*

*состоятельность, собственное достоинство.*

6. *Компенсация. Недостаток одних качеств сознательно или бессознательно компенсируется другими.*

Все эти закономерности проявляются в деловом общении. Для того чтобы оно было конструктивным, необходимы:

1. Понимание целей, задач, надежд, психологического состояния партнера.

2. Способность к моделированию личностных особенностей партнера по общению.

3. Способность ставить себя на место партнера по общению.

4. Доверительность коммуникаций.

Что понимается под доверительностью?

* - открытая демонстрация своих намерений;
* - проявление доброжелательности по отношению к партнеру;
* - деловая компетентность;
* - убедительные манеры;
* - устранение недопонимания.

Причинами недопонимания часто являются:

* - склонность не говорить того, что действительно думают и хотят;
* - стремление говорить то, что кажется целесообразным в данной ситуации, а не то, что в действительности хотели бы сообщить;
* - неуемное желание говорить самим, неумение слушать других;
* -стремление слушать других не с целью услышать, а с целью оценить говорящего.

Конструктивности делового общения часто мешают разнообразные коммуникативные барьеры. К ним относятся:

1. Социальные барьеры – политические, религиозные и т.д. Они порождают непонимание, подозрительность, ведут к блокированию межличностного общения;

2. Этнокультурные барьеры. Национально-культурные особенности сильно влияют на восприятие других народов. Свои традиции и привычки воспринимаются как норма, их отсутствие в других – как недостаток;

3. Психологические барьеры – индивидуальные особенности личности (замкнутость, застенчивость, назойливость, вздорность и др.); психологические отношения общающихся (взаимная симпатия, неприязнь, несовместимость и др.); отсутствие необходимых навыков общения.

**III. Принципы делового общения.**

Принципы - это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, верно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к чему-либо.

Принципы делового общения дают конкретному сотруднику в любой организации концептуальную этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий и т.п.

*Первый принцип*: Общепринятым является центральное положение так называемого золотого стандарта: « В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству и коллегам своего служебного уровня, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе».[[1]](#footnote-1)

*Второй принцип:* Необходима справедливость при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.)

*Третий принцип* требует обязательного исправления этического нарушения независимо от того, когда и кем оно было допущено.

Согласно *четвертому принципу*, называемому принципом максимума прогресса, служебное поведение и действия сотрудника признаются этичными, если они способствуют развитию организации (или ее подразделений) с моральной точки зрения.

Логическим продолжением четвертого принципа является *пятый принцип*-принцип минимума прогресса, в соответствии с которым действия сотрудника или организации в целом этичны, если они хотя бы не нарушают этических норм.

Сущность *шестого принципа* в следующем: этичным является терпимое отношение сотрудников организации к моральным устоям, традициям и прочим, имеющим место в других организациях, регионах, странах.

*Седьмой принцип* рекомендует различное сочетание индивидуального релятивизма и этического релятивизма с требованиями общечеловеческой этики.

Согласно *восьмому принципу* индивидуальное и коллективное начало равно признаются за основу при разработке и принятии решений в деловых отношениях.

*Девятый принцип* напоминает, что не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых служебных вопросов. Однако нонконформизм как черта личности должен проявляться в разумных пределах.

*Десятый принцип* - никакого насилия, т.е. «нажима» на подчиненных, выражающегося в различных формах, например, в приказной, командной манере ведения служебного разговора.

*Одиннадцатый принцип* - постоянство воздействия, выражающееся в том, что этические стандарты могут быть внедрены в жизнь организации не единовременным приказом, а лишь с помощью непрекращающихся усилий со стороны и менеджера, и рядовых сотрудников.

*Двенадцатый принцип* - при воздействии (на коллектив, на отдельных сотрудников, на потребителя и пр.) учитывать силу возможного противодействия.

*Тринадцатый принцип* состоит в целесообразности авансирования доверием к чувству ответственности сотрудника, к его компетенции, к чувству долга и пр.

*Четырнадцатый принцип* настоятельно рекомендует стремиться к бесконфликтности.

*Пятнадцатый принцип* – свобода, не ограничивающая свободы других.

*Шестнадцатый принцип* можно назвать принципом способствования: сотрудник должен не только сам поступать этично, но и способствовать такому же поведению своих коллег.

*Семнадцатый принцип* гласит: не критикуй конкурента.

Имеется в виду не только конкурирующая организация, но и «внутренний конкурент» - коллектив другого отдела, коллега, в котором можно «усмотреть» конкурента.

Принципы этики деловых отношений должны служить основанием для выработки каждым сотрудником любой фирмы собственной личной этической системы.

Перечень принципов может быть продолжен с учетом специфики деятельности той или иной организации. Существует принципы профессиональной этики.

Общим для всех профессий является требование максимально высокого качества работы в пределах оговоренных возможностей. Недопустимо противопоставление корпоративных интересов интересам клиента.

Общеупотребительно требование отношения к клиенту, посетителю, покупателю и т.д., как к субъекту, а не объекту профессиональной деятельности, недопустимость манипулирования, введения людей в заблуждение, во многих профессиях понимается как принцип «информированного согласия».[[2]](#footnote-2)

Информированное согласие существует во всех профессиях и отражает требование соблюдения права человека на информацию, касающуюся его лично или его интересов, гарантированное Декларацией прав человека.[[3]](#footnote-3) Оно означает также недопустимость дезинформирования и замалчивания важной информации.

Информированное согласие означает максимальную информацию, предоставляемую специалистами и касающуюся здоровья, времени, материальных затрат, возможных последствий или потерь, утрат возможностей или морального вреда достоинству.

Эта информация является условием добровольного принятия клиентом, пациентом, учащимся, посетителем содержания форм, методов, приемов, времени, цены и качества его обслуживания (лечения), обучения и предполагаемого результата с учетом возможных осложнений.

Общим для всех профессий является принцип сохранения профессиональной тайны, конфиденциальности сведений о клиентах, информационных запросах, услугах, технологиях, рецептах.

Конфиденциальность применительно к работе специалиста следует понимать как неразглашаемость сведений, касающихся специалиста и ставших достоянием специалиста в результате исполнения им служебных обязанностей или в связи с ними.

Уважение прав собственности - важный принцип профессиональной этики.

Во многих профессиях сегодня принципом является коллегиальность.

Важным принципом профессиональной деятельности в условиях демократии является право на критику.

Экологический принцип обязывает специалистов заботиться о чистоте помещений и воздуха, профилактических мерах в периоды эпидемий, сбережении тепла, воды, электроэнергии как условий охраны природы и человека.

Гедонизм- принцип этики, согласно которому, стремление к наслаждению и избежание страданий является естественным правом человека.

Гедонизм обязывает профессионала к оптимизму, энергичности, умению вдохновлять и вдохновляться.

Культура устной и письменной речи часто бывает сердцевиной профессиональной этики. Важными показателями ее является стиль общения, функциональная грамотность.

Этические требования к языку и речи в профессиональном общении просты, но выполнение их непросто. Это ответственность за каждое сказанное слово. Это правильность речи и языка. Это краткость, выразительность и соблюдение норм речевого этикета.

**Заключение**

Ни один человек из сферы бизнеса и предпринимательства в настоящее время не может избегнуть процесса общения с собственным персоналом своей фирмы и торговыми партнерами, с представителями властей, работниками правовых или судебных органов, с агентами или контрагентами, что требует определенных навыков и знаний из области психологии делового общения.

Умение правильно и адекватно вести себя во время делового общения – одно из основных составляющих успеха делового человека и руководителя. Умение бесконфликтно и продуктивно провести этот процесс является одним из самых необходимым качеств для того, кто хочет достичь успеха в деловой сфере.

**Литература**

1. Бороздина Г.В. «Психология делового общения». Москва, 1999.

2. Браим И.Н. «Этика делового общения». Минск, 1994.

3. Кузнецов И.Н. «Технология делового общения». Минск, 1999.

4. Лисенкова Л.Ф. «Психология и этика делового общения». Москва, 1998.

5. Фомин Ю.А. «Психология делового общения». Минск, 1999.

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Уч. пособие.- М.: Финансы и статистика, 2002. С. 5 [↑](#footnote-ref-1)
2. Протанская Е.С. Профессиональная этика. Моральная пропедевтика делового поведения.: Уч. пособие.-СПб.: Алетейя, 2003. С. 84 [↑](#footnote-ref-2)
3. Всеобщая декларация прав человека от 10 декабря 1948.// Международное право в документах. М., 1982 [↑](#footnote-ref-3)