

З М І С Т

РОЗДІЛ 2. ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Тема 2.1 **Поняття етики ділового спілкування, її предмет і завдання..... 2**

1. *Поняття спілкування, його види.*
2. *Сутність і зміст етики ділового спілкування*
3. *Етичні норми і нормативи*
4. *Професійна етика*
5. *Вчинок як першоелемент моральної діяльності*

Тема 2.2. **Структура ділового спілкування. Техніка ділового спілкування.**

Мовленнєвий етикет 11

1. *Форми та функції ділового спілкування.*
2. *Бар'єри в спілкуванні, його рівні.*
3. *Види та рівні спілкування. Основні види ділового спілкування.*
4. *Основні правила ділового спілкування. Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні.*

Тема 2.3. Правила спілкування фахівця при проведенні зустрічей, переговорів, прийомів та по телефону 18

1. *Ділова бесіда*
2. *Спілкування керівника з підлеглим.*
3. *Розмова під час прийому відвідувачів.*
4. *Телефонна розмова*

РОЗДІЛ 2. ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Тема 2.1 Поняття етики ділового спілкування, її предмет і завдання

1. Поняття спілкування, його види.
2. Сутність і зміст етики ділового спілкування
3. Етичні норми і нормативи
4. Професійна етика
5. Вчинок як першоелемент моральної діяльності

Література:

1. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова. -Х.,2009. – с. 179-198, 212-215
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення. - Донецьк, 2008. - с. 181-183.
3. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення. К., 2003.– с. 77-97
4. Мацюк З.О., Станкевич Н.І. Українська мова професійного спілкування. - К.,2010. - с. 95-119.
5. Чмут Т.К., Чайка Л.Г. Етика ділового спілкування. – К., 2002. - с.12-22,50-67,83-87,132-145

1. Поняття про спілкування, його види

Спілкування — це взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження та об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин і досягнення загального результату.

Здібність до спілкування завжди була однією з найважливіших людських якостей. До людей, які легко вступають у контакт і вміють привернути увагу до себе, ставляться із симпатією. Із замкнутими людьми намагаються обмежити контакти або взагалі уникати їх.

Більшість людей вважає, що вони вміють спілкуватися. Але практика свідчить, що ефективно це робити вміють далеко не всі, у тому числі й керівники, менеджери. До 90% робочого часу управлінці повинні витратити саме на спілкування. Адже звіти, проведення нарад, засідань, бесід, дискусій, переговорів — усе це різні форми ділового спілкування.

Опитування свідчать, що 73% американських, 60% англійських і 86% японських менеджерів невміння ефективно спілкуватися вважають основною перешкодою на шляху досягнення цілей, що стоять перед організацією.

Спілкування нагадує своєрідну піраміду, яка складається із чотирьох граней. У його процесі можна пізнати інших людей, обмінятися з ними інформацією, співпрацювати з ними і водночас пережити емоційний стан, що виникає в результаті цього.

Таким чином, спілкування — це процес установлення й розвитку контактів між людьми, що виникає як потреба у спільній діяльності та включає:

- сприйняття, пізнання і розуміння партнерів по спілкуванню (перцептивна сторона спілкування);

- обмін інформацією (комунікативна сторона спілкування);
- вироблення єдиної стратегії взаємодії (інтерактивна сторона спілкування).

У загальному вигляді спілкування є формою життєдіяльності людей і необхідною умовою їх об'єднання (людина — соціальна істота) та розвитку окремої особистості. Соціальний зміст спілкування полягає в тому, що воно інтегрує соціальний досвід і культуру, яка передається від покоління до покоління. Спілкування є також важливим фактором психологічного розвитку людини.

За своїми формами і видами спілкування досить різноманітне.

За використанням знакових систем виділяють такі види спілкування:

- вербальне (словесне) спілкування, яке в свою чергу поділяється на усне та писемне мовлення;

- невербальне (безсловесне) спілкування.

За деякими даними, 60—80% інформації від співрозмовника ми отримуємо по невербальному каналу. Невербальні засоби спілкування досить різноманітні. Про них говоритимемо пізніше.

За характером зв'язку спілкування поділяється на:

- безпосереднє (контакт один на один);

- опосередковане - за допомогою письмових чи технічних засобів, віддалених у часі чи в просторі учасників спілкування;

За кількістю учасників у спілкуванні розрізняють такі різновиди спілкування:

- міжособистісне спілкування, тобто безпосередні контакти людей у групах чи парах, постійних за складом учасників;

- масове спілкування, тобто багато безпосередніх контактів між незнайомими людьми, а також комунікація, опосередкована різними видами засобів масової інформації.

За включенням у процес спілкування соціальних складових спілкування поділяють на:

- міжособистісне спілкування (спілкування між конкретними особистостями, які володіють індивідуальними якостями, що розкриваються в процесі спілкування і організації взаємних дій). Соціальні ролі мають при цьому допоміжне значення;

- рольове спілкування (спілкування між комісіями визначених соціальних ролей, коли дії, поведінка учасника такого спілкування визначаються виконуваною соціальною роллю). У процесі такого спілкування людина відображається не тільки як індивідуальність, а як соціальна одиниця, що виконує визначені функції. Індивідуальність підпорядковується соціальній ролі. Іноді таке спілкування називають ще офіційним, або формальним.

Різновидом рольового спілкування є ділове спілкування, тобто спілкування між співрозмовниками (партнерами, опонентами), які мають відповідні соціальні позиції, визначені їх соціальними ролями і відповідними функціями, спрямоване на повне або часткове вирішення конкретних проблем, організацію спільної діяльності, дій.

2. Сутність і зміст етики ділового спілкування

Люди, як правило, починають спілкуватися з якогось приводу. При цьому їхні дії пов'язані з предметом спілкування, який визначає його сутність, дає змогу визначити

його спрямованість. Існує, наприклад, спілкування інтимне, професійне, ділове та ін. Предметом нашого аналізу є ділове спілкування.

Змістом ділового спілкування є "діло", з приводу якого виникає і розвивається взаємодія. У літературі є різні описи його специфіки. Виокремлюються такі характеристики ділового спілкування: співрозмовники є особистостями, значущими одне для одного, вони взаємодіють з приводу конкретного діла, а основне завдання такого спілкування — продуктивна співпраця. На думку деяких учених, спілкування слід вважати діловим, якщо його визначальним змістом виступає соціально значуща спільна діяльність. Інші вважають, що ділове спілкування — це усний контакт між співрозмовниками, які мають для цього необхідні повноваження і ставлять перед собою завдання розв'язати конкретні проблеми.

Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять "однією мовою" і прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами їхнього спілкування є етичні норми та ритуальні правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, використанням способів та засобів взаємовпливу, взаєморозуміння. Велике значення має моральний аспект ділового спілкування. У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей. Але в якій саме спосіб? Завдяки власним знанням і вмінням чи використанням Іншого? Егоїзм у стосунках між людьми може їх порушити. Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитку співпраці. Передусім йдеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. У деяких зарубіжних корпораціях і фірмах навіть розроблено кодекси честі для службовців. Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

Маючи ділові справи з іноземцями, слід пам'ятати про національні особливості спілкування. У кожного народу є свої культурні традиції, свій національний характер. Їх не можна ігнорувати. Поки інтереси сторін співпадають, національні відмінності практично не помітні. Якщо виникає конфлікт — вони відіграють важливу роль. Національний стиль спілкування — це лише типові, більш яскраво виражені особливості мислення та поведінки. Ці риси притаманні не обов'язково всім представникам певної нації. Але завжди при зустрічах з іноземцями ця інформація має слугувати орієнтиром, оскільки національні особливості можуть вплинути на результати спілкування.

Зони спілкування.

Ділове спілкування підсвідоме здійснюється на певній відстані між людьми, причому виділяються такі види зон спілкування:

Інтимна зона (15 - 46 см) - спілкування з близькими, батьками, родичами.

Особиста зона (46 - 120 см)- відстань спілкування з друзями і однодумцями.

Зона соціального спілкування (1,2 - 2,0 м) - відстань на переговорах з приятелями і колегами по роботі.

Формальна зона (2,0 - 3,6 м) - ділові переговори, візити до вищих чиновників.

Загальнодоступна або публічна зона (більше 3,6 м) - спілкування з великою групою людей.

Величина кожної зони залежить не тільки від ситуації, а й від національно-культурного поля особистості, від статусу партнера, з яким ведеться спілкування, від

власного настрою. У діловому спілкуванні вироблені такі найбільш прийнятні правила:

- слід дотримуватись міри у дистанціюванні (не треба надмірно віддалятися і не надто наближатись до партнера);
- дистанція між партнерами повинна відповідати ситуації;
- не варто починати спілкування з відстані більш ніж 4 м. Найбільш прийнятними на такій дистанції може бути посмішка чи кивок головою на знак привітання;
- перші фрази краще говорити на відстані соціальної зони (залежно від близькості відносин з партнером);
- найбільш головними, важливими ідеями, інформацією з партнером обмінюються в особистій зоні;
- відстань треба долати поступово, а не перескакувати через одну чи дві зони.
- не порушати визначену зону, особливо інтимну, в ділових стосунках це є неприйнятним.

Нерідко ділове спілкування порівнюють з грою в шахи, де неможливо "закреслити" непродуманий хід. Якщо хід вже зроблено, ситуація змінюється, і наступні ходи необхідно робити за нових умов.

Стратегія ділового спілкування передбачає постановку певної цілі, яка стимулює волю учасника спілкування, заставляє його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізувати свої здібності, знання, досвід, уміти підпорядковувати свої сили досягненню цієї мети.

Тактика ділового спілкування передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою у досягненні поставленої мети. Ґрунтується тактика спілкування на певних засадах, найважливішими з яких є:

- наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативно ними скористатись;
- недопущення конфронтації чи конфліктів з діловим партнером;
- вміле використання механізмів людської взаємодії (прихильності, симпатії, антипатії, довіри, поваги і т.п.);
- уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд ідей, думок;
- освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках;
- вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, вловлювати найменші зміни в ситуації.

3. Етичні норми і нормативи

Спілкування є головним засобом перетворення людини з біологічної істоти в соціально адаптовану особистість. Саме за допомогою спілкування людина засвоює соціальний досвід та морально-етичні норми поведінки. Під час міжособистісного та міжгрупового спілкування і відбувається передача від однієї людини до іншої тієї сукупності соціальних та соціально-психологічних якостей, які й відрізняють людину від тварини, навіть високоорганізованої.

Культура спілкування є складовою частиною культури людини загалом. Вона, як і будь-яка інша культура, містить в собі певну суму знань.

Для культури спілкування характерна також нормативність. Вона визначає, як мають спілкуватися люди в певному суспільстві, у конкретній ситуації. Зазвичай норми визначаються станом суспільства, його історією, традиціями, національною своєрідністю, загальнолюдськими цінностями. Для кожної епохи розвитку людства характерна певна культура спілкування, що відповідає загальнолюдським цінностям. Тому саме тепер важливо закласти засади такої культури спілкування в нашому суспільстві, яка відповідала б часові, нашій історії та духовно-творчому потенціалу українського народу.

Безумовно, лише знання не забезпечать культури спілкування, якщо ними не скористатися. Для того, щоб спілкування було успішним, потрібні вміння, а їх набувають з досвідом, психологічними засобами, за допомогою певних вправ. Отже, культура спілкування у вузькому розумінні — це сума набутих людиною знань, вмінь та навичок спілкуватися, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

Чи достатньо лише знань та вмінь, щоб одна людина зрозуміла іншу і спілкування стало успішним? Багато в чому культура спілкування залежить від особистості, її якостей. Один веде себе пихато як всезнайко, його не цікавить думка співрозмовника. Другий говорить тільки сам і не дає змоги іншому вставити навіть слово. Третій презирливо ставиться до чужої думки. Четвертий є людиною спокійною і терплячою, завжди має що сказати. Отже, спілкування — це своєрідний театр, де є п'єса певного змісту, актор, що виконує конкретну роль, і глядач, який сприймає цю п'єсу й цю роль. А потім глядач виступає як актор і хоче, щоб його також сприйняли як особистість. До того ж глядач в обох випадках є активною стороною.

Вище вже зазначалося, що культура спілкування охоплює знання про психологію та етику спілкування, вміння людей застосовувати на практиці комунікативні установки. У процесі розвитку людини важливо забезпечити не просто формування у неї третьої складової — комунікативних установок на спілкування з іншими, а саме гуманістичних комунікативних установок. Якщо вони є, то за відсутності адекватних до ситуації знань та вмінь людина творчо, інтуїтивно їх знайде. Головне — людина не зашкодить іншому, візьме участь у конструктивному розв'язанні ділових проблем.

Для досягнення успіху в діловому спілкуванні співрозмовникам необхідно виявляти, а іноді змінювати комунікативні установки. Це не завжди виходить, і кожний не раз переконувався, що змінити свої установки досить складно, бо заважають емоції, стереотипи, самоконтроль і т. ін. Тому так важливо розуміти природу формування установок та правил їх зміни. Установка — це стан готовності індивіда чи групи певним чином (позитивно чи негативно) реагувати на об'єкти (чи суб'єкти) та вплив. Різновидом соціальних установок є і комунікативні. Вони дуже важливі для формування культури спілкування, оскільки допомагають встановити контакт між співрозмовниками, підготувати їх до позитивного сприймання інформації, перебороти байдуже чи негативне ставлення до тих чи інших ідей, людей, ситуацій. Під впливом спілкування з різними людьми вони виникають, змінюються і зникають. Зміна установок на протилежні до попередніх — процес довготривалий і суперечливий.

Якщо під час спілкування один співрозмовник хоче вплинути на комунікативні установки інших, він має виявити характер, позитивну чи негативну моральну

спрямованість цих установок. Лише після цього можна формувати нові або закріплювати ті, що є, чи їх реконструювати.

Українські вчені розробили правила поведінки в цих трьох ситуаціях:

-формуючи необхідну установку, будь першим;

-закріплюючи установку, що вже є, будь новим (тобто подавай її у новій формі або контексті);

-реконструюючи установку, не дій прямо (спочатку починай зі згоди).

Підбиваючи підсумки, можна виокремити компоненти, що створюють високий рівень культури спілкування:

-комунікативні установки, які "включають" механізми спілкування;

-етичні норми спілкування, прийняті у даному суспільстві; психологія спілкування (категорії, закономірності, механізми сприймання й розуміння одне одного);

-вміння застосовувати ці знання з урахуванням ситуації, відповідно до норм моралі конкретного суспільства та загальнолюдських цінностей.

Іншими словами, культура спілкування — це цілісна система, яка складається зі взаємопов'язаних моральних та психологічних компонентів, кожен з яких вносить своє в характеристику цілого.

Проте важливо пам'ятати, що ця система реалізується в певних умовах. Відомо, що поведінка людини змінюється належно від ситуації. По-різному проявляються навіть такі риси характеру, як чесність і здатність викликати довіру. Людина буває чесною в одній ситуації та нечесною в іншій. Багато в чому це залежить від зовнішнього середовища, його впливу на людину. У кожної людини є безпосереднє оточення, тобто люди, з якими вона живе, вчиться, відпочиває, працює. Усіх їх людина віддзеркалює у психіці, на кожного емоційно відгукується. Залежно від того, як найближче оточення задовольняє потреби людини, виявляється її реагування на близьких. Іноді ввічлива, доброзичлива та терпляча на роботі людина в домашньому оточенні є тираном. А трапляється і навпаки. Справжній рівень культури спілкування такої людини низький. Людину можна вважати тим більшою мірою внутрішньо культурною, чим частіше у неї спостерігається "ставлення на Ви" до близьких людей.

Пристосуватися до оточення, в якому доводиться працювати, не завжди легко. Тоді людина відчуває себе не досить комфортно, продуктивність її праці набагато знижується. Якщо це розуміють керівники підприємства, де вона працює, то вони допоможуть їй швидше пристосуватися до нового оточення. Деякі західні компанії, добре розуміючи необхідність адаптації нової людини, створюють спеціальні програми профорієнтації та інформації, де йдеться про те, як службовці мають спілкуватися між собою та з клієнтами, щоб підтримувати високий імідж корпорації. У деяких закордонних фірмах навіть створено спеціальну службу людських стосунків.

Крім того, на культуру поведінки і спілкування людини впливає те, з чим вона начебто безпосередньо не стикається, але водночас залежить від нього. Її, безумовно, хвилює те, що діється у світі, які закони ухвалює парламент, як підвищуються ціни на товари й продукти харчування і т. ін. Під впливом цього людина іноді свідомо, а частіше несвідомо своє невдоволення, роздратування "виливає" на інших. Від цього залежить її поведінка щодо інших.

4. Професійна етика

Поняття «професійна етика» може викликати ряд запитань. По-перше, чим професійна етика відрізняється від етики як такої? По-друге, в чому необхідність виокремлення з усієї сфери етичного етики професійної? Чи всяка професія вимагає специфічної професійної етики?

Найвища суспільна й особистісна цінність моралі полягає в її загальнолюдяності, бо ідеал моралі підноситься над вузькокласовими, вузькопрофесійними інтересами. Моральний рівень людини не може визначатися її професією, так само, як національним походженням чи класовою належністю. Отже, професійна мораль не може виступати як така, що протистоїть загальнолюдській моралі, існує поряд із нею.

Професійна мораль є невід'ємною часткою моралі загальнолюдської, існує в її рамках і формується на її основі. Оскільки мораль виступає надзвичайно важливим елементом людської діяльності, сама діяльність людей в усій її різноманітності та специфічності не може не накладати відбиток і на специфіку моральної регуляції. Існують окремі види людської діяльності, що висувають особливо високі й навіть надвисокі моральні вимоги до осіб, котрі професійно цією діяльністю займаються. Це такі види діяльності, які здатні породжувати особливо гострі моральні колізії, що в інших видах діяльності виникають лише епізодично. Ці гострі моральні колізії з'являються там, де вирішуються питання життя і смерті, здоров'я, свободи та гідності людини, де моральні якості спеціаліста набувають вирішального значення, де доля одного може величезною мірою залежати від моральної спроможності іншого. Міжнародна федерація бухгалтерів запровадила міжнародний Кодекс етики професійних бухгалтерів як основу для етичних вимог (кодексу етики, детальних правил, рекомендацій, норм поведінки) до професійних бухгалтерів у кожній країні. Професійні бухгалтери в усьому світі працюють у середовищі, в якому існують різні культурні традиції і нормативні вимоги. Однак слід завжди дотримуватись основної мети Кодексу.

Професійна етика:

-Поважати себе як особистість і з повагою ставитися до інших. У ділових взаємостосунках проявляти терпимість, делікатність, тактовність, довіряти не тільки собі, але й своїм партнерам.

-Бути впевненим в тому, що честь вище доходів.

-Признавати неминучість конкуренції, розуміть необхідність співпраці.

-Цінувати не тільки свободу своїх комерційних дій, але й свободу дій своїх конкурентів.

-Уміти і не боятися ризикувати і брати на себе відповідальність за всі прийняті рішення.

-Чесність: професійний бухгалтер повинен бути відвертим та чесним, надаючи професійні послуги.

-Об'єктивність: професійному бухгалтерові слід бути справедливим та не дозволяти собі необ'єктивності або упередженості, конфлікту інтересів та впливу інших осіб, які шкодитимуть його об'єктивності.

-Професійна компетентність та належна ретельність: професійному бухгалтерові слід виконувати професійні послуги з належною ретельністю, компетентністю та старанністю; він зобов'язаний постійно підтримувати професійні знання та навички на

рівні, потрібному для надання клієнтові чи роботодавцеві переваг професійних послуг компетентної особи, яка спирається на сучасні тенденції у практиці, законодавстві та методах роботи.

-Конфіденційність: професійному бухгалтерові слід дотримуватися конфіденційності інформації, одержаної у процесі надання професійних послуг, та не слід використовувати (чи розголошувати) таку інформацію без належних та визначених повноважень або якщо немає юридичного чи професійного права та обов'язку розкривати цю інформацію. Професійна поведінка: професійний бухгалтер повинен діяти так, щоб це відповідало добрій репутації професії, повинен утримуватися від будь-якої поведінки, яка могла б дискредитувати професію. Технічні стандарти: професійний бухгалтер повинен надавати професійні послуги згідно з відповідними технічними і професійними стандартами. Професійні бухгалтери зобов'язані ретельно і кваліфіковано виконувати інструкції клієнта (чи роботодавця) тією мірою, якою вони сумісні з вимогами щодо чесності, об'єктивності, а у випадку професійних бухгалтерів-практиків, – незалежності.

5. Вчинок як першоелемент моральної діяльності

Як у галузі трудової діяльності людини елементарною осмисленою цілістю є реалізація тієї чи іншої мети, в галузі наукового пізнання – встановлення чи відкриття певної істини, в мистецтві – творення художнього образу, так у царині власне моральної активності такою цілістю, що надає останній довернішою й осмисленою форми, постає не що інше як учинок. Найчастіше, якщо не зважати на проміжні позиції, зустрічаються два підходи до розуміння суті моральної діяльності – більш широкий і більш вузький. Згідно з першим ширшим підходом, діяльність є моральною, якщо узгоджується з вимогами моральної, її нормами та цінностями. Якщо людина сумнівно виконує свій обов'язок, з повагою ставитися до ближніх, дотримуватися правил порядності, в нас є підстави вважати її поведінку, її діяльність моральною – на відміну від діяльності аморальної, що порушує приписи моралі.

У вужчому ж розумінні власне моральною є лише така діяльність, яка ґрунтується на усвідомленому виборі її суб'єкта й має на меті активне утвердження певних моральних цінностей. Указане розрізнення є важливим для нас, оскільки воно дає змогу зрозуміти, що, взагалі кажучи, справжній моральний учинок є явищем рідкісним у повсякденному людському житті. Можна бути чесною, порядною, доброю людиною і не здійснювати при цьому жодних учинків – поки складність моральної поведінки залишається суто „технічною” складністю. Відносно самих духовно-моральних засад, що їх репрезентує дана особистість, пов'язуючи з ними уявлення про власну гідність.

Враховуючи сказане, вчинок можна визначити як практичний акт цілеспрямованого утвердження певних моральних цінностей у ситуації, де ці цінності беруться під сумнів або заперечуються. Саме відсутність гарантії щодо стверджуваних цінностей і пов'язана з цим неминучість морального ризику відрізняють учинок від того, що називається „героїчним учинком” або подвигом. Подвиг – зрушити з місця, „подвигнути” якусь край важну у фізично-життєвому відношенні, але безсумнівно потрібну справу.

Вчинок – зробити щось за рішенням власної совісті на свій страх і ризик, без сподівань на загальне схвалення власних моральних мотивів. За словами відомого соціопсихолога І.С. Кона, „всі вчинки здійснюються в конкретній ситуації”, тобто визначаються не лише абстрактними закономірностями моральної сфери, а й реальним людським співбуттям у світі. Як бачимо, справжній моральний вчинок за своєю суттю є досить вагомим зрушенням у всій структурі людського буття, взятого в єдності його духовних, моральних і безпосередньо життєвих аспектів.

Особа, що зважується на вчинок, неминуче йде на певний ризик – передусім моральний, але не рідко й на фізично-життєвий також. Кожен учинок вводить до цієї реальності дещо нове й водночас щось у ній руйнує, розриває ті чи інші усталені зв'язки. Водночас учинок лишається осердям, першоелементом моральної діяльності, у відриві від якого остання просто втрачає свій смисл. Людини, не здатна до вчинків, не є справжнім суб'єктом моральності. Отже, друга етична настанова щодо вчинку має вимагати готовності його здійснити, коли в цьому виникає потреба. Саме цією готовністю визначається, зрештою, моральна зрілість людської особистості. Можна було б гадати, що за останні роки справи в цьому відношенні змінилися. І справді, ми стаємо більш жорстокими, рішучими, скандальними – але ж чи зростає разом з тим наша здатність до морального вчинку? Тож проблема здолання кризи вчинку і нині стоїть перед нами.

Запитання для самоконтролю:

1. Що таке спілкування?
2. Що є предметом вивчення етики ділового спілкування?
3. Які особливості ділового спілкування?
4. Що таке професійна етика?

Тема 2.2. Структура ділового спілкування. Техніка ділового спілкування. Мовленнєвий етикет

1. Форми та функції ділового спілкування.
2. Бар'єри в спілкуванні, його рівні.
3. Види та рівні спілкування. Основні види ділового спілкування.
4. Основні правила ділового спілкування. Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні.

Література:

1. Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери. – К., 2008.- с.186-195.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення. Професійне і непрофесійне спілкування. - Донецьк, 2008. – с.212 – 230.
3. Зубенко Л. Г., Немцов В. Культура професійного спілкування. – К., 2002. - с.99 – 108.
4. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова. – Х., 2007. – с.303 – 313, 316 – 318.
5. Кондратюк А.О., Кібенко М.Т., Олійник Г. А. Основи менеджменту. – К., 1999. – с.40 – 43, 49 – 50, 52 – 57.
6. Паламар Л. М., Кацавець Г. М. Українське ділове мовлення. – с.156 – 158.
7. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування. К., 2007. – с.145 – 194.
8. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення. – К., 2006. – с.403 – 412.

1. Форми та функції ділового спілкування

Основою людських взаємин є спілкування. Спілкування в нашому житті відіграє дуже велику роль, а його психологічна природа надто складна. Людині важко бути щасливою, успішно працювати, самовдосконалюватися, самостверджуватися не контактуючи з іншими. Спілкування, на думку вчених, є однією з нагальних потреб людини, яка живе в суспільстві. Воно потрібне їй для взаємодії з іншими людьми, для впорядкування взаємовідносин з ними, для самоствердження в суспільстві. Більшість психологів, наприклад, називають таку потребу комунікативною і вважають, що вона проявляється через прагнення людини до розуміння її іншими.

Потреба у спілкуванні виникає в перші місяці життя дитини, а на третьому році в неї вже виразно проглядає бажання спілкуватися з іншими. У перші сім років у дітей чітко проявляється потреба в доброзичливій увазі, у повазі до них з боку дорослих та у взаєморозумінні та співчутванні. Ця потреба, як правило, залишається у людини найважливішою на все життя. Потім її потреби розвиваються, відбувається перехід від простих форм потреб в емоційному контакті до складніших - у співпраці, інтимно-особистісному, діловому спілкуванні та ін. Розглядаючи потреби як початок діяльності, деякі науковці дотримуються положення про єдність спілкування та діяльності. Одні з них вважають, що спілкування та діяльність - дві рівнозначні

категорії буття людини, інші - що спілкування є однією зі сторін діяльності, і, нарешті, деякі - що спілкування є особливим видом діяльності.

Завдяки дослідженням учених виділяється три взаємопов'язаних сторони спілкування:

Комунікативна – обмін інформацією між індивідами та її уточнення, розвиток.

Інтерактивна – організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, а й діями, зокрема при побудові спільної стратегії взаємодії.

Соціально – перцептивна – процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними одне одного.

Під технікою спілкування розуміємо сукупність стандартів культурної поведінки, етичних та естетичних норм.

Існують дві форми ділового спілкування: усна та писемна.

Користуючись усною формою, фахівець повинен володіти орфоепічними нормами, тобто: уміти керуватись необхідним об'ємом професійної лексики, дотримуватись етичної культури спілкування. Писемна форма передбачає уміння та навички грамотного ведення справочинства, тобто створення професійної документації, уміння нею користуватися в роботі.

Функції спілкування. Функції ділового спілкування дуже різноманітні. Існують різні підходи до їх класифікації. Так, за однією з них виокремлюють три основних класи таких функцій: інформаційно-комунікативний, регулятивно-комунікативний та афективно-комунікативний. Перший із них охоплює все, що є передаванням і прийманням інформації у психологічному розумінні цих слів. Ідеться не лише про готову інформацію, а й про таку, що формується, розвивається. Психологи кажуть не просто про її передавання, а про передавання та приймання значень. Спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. З цим класом функцій пов'язані також способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін. Це регулятивно-комунікативна функція. Афективно-комунікативні функції належать до емоційної сфери людини. Річ у тім, що розмаїття людських емоцій виникає й проявляється під час спілкування.

Якщо взяти іншу основу для класифікації, то можна виокремити і такі функції спілкування, як організація спільної діяльності, пізнання людьми одне одного, формування та розвиток міжособистісних взаємин. Використання цієї класифікації допомагає зрозуміти, що для культури саме ділового спілкування важливо враховувати всіх суб'єктів спільної діяльності. Вони повинні мати установку на пізнання одне одного та бажання підтримувати доброзичливі взаємини.

Усі функції спілкування спостерігаються в житті й проявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

2. Бар'єри спілкування

Бар'єри спілкування — перешкоди, що спричиняють опір партнера впливові співрозмовника. Вони виникають непомітно, і спершу мовець може не усвідомлювати їх. Але примирення з ними формує негативний стиль спілкування.

Серед чинників, що впливають на особливості взаємодії між керівником і членами колективу, велике значення мають соціальний, психологічний, фізичний і смисловий (когнітивний). Відповідно до цього розрізняють бар'єри у спілкуванні.

Соціальний бар'єр зумовлений переважанням рольової позиції керівника в системі взаємостосунків. Керівник навмисне демонструє свою перевагу над колегами і свій соціальний статус. Нейтралізують його прагнення не протиставляти себе колегам, а підносити їх до свого рівня, не нав'язувати свої позиції, а радити.

Фізичний бар'єр пов'язаний з організацією фізичного простору під час взаємодії. Неправильно організований простір призводить до ізолюваності керівника, який неначе віддаляє себе від колег, намагаючись сховатися за стіл, стілець тощо. Усувають такий бар'єр скороченням дистанцію, відкритістю у спілкуванні.

Смисловий бар'єр пов'язаний з неадаптованим до рівня сприйняття колег мовленням керівника, яке занадто насичене незрозумілими словами, науковими термінами, які він використовує без коментарів. Це є причиною зниження їх інтересу до професійної діяльності, утворює дистанцію у взаємодії. Він стає непомітним через відсутність уважного ставлення до свого мовлення, ретельної підготовки до виконання обов'язків.

Естетичний бар'єр зумовлений несприйняттям співрозмовником зовнішнього вигляду, особливостей міміки. Усувають шляхом самоконтролю поведінки.

Емоційний бар'єр з'являється за невідповідності настрою, негативних емоцій, що деформують сприймання. Долають його за допомогою усмішки, чуйного ставлення до співрозмовника.

Психологічний бар'єр виявляється як негативна установка, сформована на підставі попереднього досвіду, неспівпадання інтересів партнерів комунікації тощо. Усувають шляхом переорієнтації уваги з особистості на роботу, оптимістичним прогнозуванням подальшої діяльності.

Невміння подолати бар'єри, як правило, призводить до малоефективних моделей ділового спілкування.

Міжособистісні взаємини у спілкуванні - це такі взаємозв'язки між людьми, які суб'єктивно переживаються та об'єктивно проявляються в характері та способах взаємного впливу. Ці взаємини мають для людей не менше значення, ніж їжа та повітря. Якщо ці стосунки погані, то продуктивна взаємодія людей, їхня спільна діяльність стають неможливими. У людини псується настрій, здоров'я, вона не відчуває радості буття. Нездорові міжособистісні взаємини впливають також на характер спілкування. Іноді останнє зводиться до того, що розмови про інших ведуться виключно в категоріях оцінок, а то й за допомогою ярликів, причому, як правило, усе "малюється" чорно-білими фарбами. Для того щоб система міжособистісних взаємин була ефективною, а суспільство загалом здоровим, бажано відмовлятися від звички за всіма вчинками людей бачити злий намір. Отже, важливою рисою міжособистісних взаємин є їхня емоційна основа.

Одні люди під час спілкування нерідко без особливих зусиль можуть викликати в інших позитивні емоції, підтримувати гарний настрій. Інші вносять у взаємини напруженість, пробуджують негативні емоції, тривогу. Тому для успішного спілкування важливим є використання гуманістичних орієнтацій у взаєминах, дотримання емпатійного способу спілкування. Останній передбачає більш-менш точне сприймання внутрішнього світу іншої людини із збереженням притаманних їй

емоційних і змістовних відтінків. Саме ці орієнтації та прояв емпатії у взаєминах є результатом високого рівня культури спілкування. Водночас наявність такого рівня є основою, на якій у майбутньому формуються гуманістичні комунікативні установки та способи й засоби їхньої реалізації.

3. Види та рівні спілкування. Найпоширеніші види ділового спілкування

Спілкування - це багатовимірний, поліфункціональний, різновидовий процес. У психології існує кілька класифікацій видів спілкування. Вони подають цей феномен різнопланово, збагачуючи палітру його характеристик. Найуживанішими є ті, які можна описати так:

залежно від специфіки суб'єктів (особистість чи група) виокремлюють міжособистісне, міжгрупове, міжсоціумне спілкування, а також спілкування між особистістю та групою;

за кількісними характеристиками суб'єктів розрізняють самоспілкування, міжособистісне спілкування та масові комунікації;

за характером спілкування може бути опосередкованим і безпосереднім, діалогічним і монологічним;

за цільовою спрямованістю розрізняють спілкування анонімне, рольове, неформальне, у тому числі інтимно-сімейне.

Ділова бесіда – тривалий обмін інформацією, точками зору, що часто супроводжується прийняттям рішень. Основна мета ділової бесіди – переконати партнера прийняти ваші конкретні пропозиції. Завданнями бесіди виступає одержання службової інформації, взаємне спілкування працівників однієї сфери, спільний пошук, висунення й оперативна розробка робочих ідей і задумів, контроль і координація початих заходів, стимулювання трудової активності.

Публічний виступ - це усне монологічне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування найбільш часто використовуються такі жанри, як доповідь, інформаційна, привітальна і торгова промова. Матеріал публічного виступу може бути теоретичним і фактичним. Насиченість промови тим чи іншим типом матеріалу залежить від жанру. Так, у звітній доповіді потрібно наводити безліч фактів, щоб довести положення і переконати слухачів. Матеріал виступу повинен бути достовірним. Попередньо перевіряють точність інформації, цифр, дат, цитат, імен.

Нарада – це форма реалізації управлінських рішень, змістом якої є спільна робота певної кількості учасників управлінської діяльності. У зв'язку з цим раціональна організація проведення нарад має велике значення для піднесення ефективності праці керівника. Ділова нарада – це робота колективного розуму, спрямованого вмілим керівником у потрібне русло на плідний кінцевий результат. Мистецтво проведення нарад полягає в тому, щоб кожен мав свою позицію, якимось чином був причетним до спільного рішення, щоб кожен взяв активну участь, а мета кожної наради була досягнута.

Перевагою наради у порівнянні з іншими формами управління є те, що за мінімум часу невелика кількість працівників у результаті оперативного й аргументованого обміну думками може розв'язати складні питання та прийняти

узгоджене найоптимальніше рішення. Спільна думка іноді важить набагато більше, ніж сума окремих думок членів даного колективу.

4. Основні правила ділового спілкування. Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні

Основні правила ділового спілкування – це встановлений порядок взаємин у колективі. Регламентація цих відносин зумовлена прагненням установи організувати ефективне поведіння співробітників, як усередині установи, так і поза її стінами.

Правила базуються на п'яти елементах поведінки: позитивність; здоровий егоїзм; передбачуваність; статусні розходження і доречність.

Важливою вимогою ділового спілкування є повага до чужої думки. Але при цьому не менш важливо відстоювати власні інтереси. Пам'ятайте, що усі ваші дії мають бути логічними і зрозумілими для навколишніх. Дійте так, як вимагають нормативні документи, ваше керівництво.

Культура говоріння тісно пов'язана з мовленнєвим етикетом, тобто з правилами вітання, знайомства, прощання, вдячності, вибачення, запрошення, схвалення тощо.

Для того щоб ділове спілкування було ефективним, важливо, щоб його учасники обов'язково зверталися один до одного на “Ви” (як до співробітників, так і до клієнтів). Таке звертання — необхідний інструмент підтримання нормальних службових відносин і трудової дисципліни в колективі. В обов'язковому порядку слід звертатися до іншого на його ім'я та по батькові. Вчасно висловлене слово “дякую” може стати не менш ефективним, аніж грошова премія.

Часом ефективність спілкування залежатиме й від того, яким голосом (низьким чи високим) розмовляє людина, яку має дикцію, акцент і т. ін. Хворобою нашого часу є багатослів'я. Лише вихована людина відчуває, коли треба говорити, а коли слухати інших, навіть тих, хто її критикує.

Отже, мовленнєвий етикет – це складна система мовних знаків, що спирається на моральні правила й вимоги і вказує на ставлення як до інших людей, так і до себе.

Приклади найбільш типових формул.

Етикетні одиниці, якими виражається вітання: Добрий ранок! Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добридень! Добрий вечір! Здрастуйте! Здоров був! Здоровенькі були! Доброго здоров'я! Моє шанування! Вітаю Вас! Радий (-а) вітати Вас!

Формули із значенням прощання: Прощайте! Прощавайте! До зустрічі! До побачення! Щасливо! Дозвольте попрощатись! Бувай (бувайте) здорові! Дозвольте відкланятись! На добраніч! Щасливої дороги! Будь щасливий (-а, -і)! Я з Вами не прощаюсь! Ми ще побачимось! Ми ще зустрінемося!

Вислови вибачення: Вибачте, пробачте, даруйте, прошу вибачення, я дуже жалкую, мені дуже шкода, прийміть мої вибачення, винуватий (-а), приношу свої вибачення, перепрошую, не гнівайтесь на мене, я не можу не вибачитись перед Вами; якщо можеш, вибач мені; не сердься на мене; вибач (-те), будь ласка; дозвольте просити вибачення, я не можу не просити у Вас пробачення...

Мовленнєві одиниці, що супроводжують прохання: Будь ласка, будьте ласкаві, будьте люб'язні, прошу Вас, чи не змогли б Ви чи можу я попрохати Вас..., маю до Вас

прохання..., чи можу звернутися до Вас із проханням..., дозвольте Вас попросити..., якщо Ваша ласка..., ласкаво просимо..., якщо Вам не важко..., не відмовте, будь ласка, у проханні..., можливо, Ви мені допоможете...

Формули подяки: Спасибі! Дякую! Прийміть мою найсердечнішу (найщирішу) подяку! Не знаю, як і дякувати вам (тобі)!

Формули знайомлення: Будьмо знайомі! Я хочу з Вами познайомитися! Дозвольте відрекомендуватися! Конструкції побажальної модальності: Будь(-те) щасливий (-а, і)! Щасливої дороги! Успіхів тобі (Вам)! Хай щастить! Зичу радості (гараздів, успіхів)!

Формули привітань з певної нагоди: Поздоровляю з Вітаю (Вас, тебе) з Прийми (-іть) поздоровлення (привітання) з Новим роком! З днем народження!

Згода, підтвердження: Згоден, я не заперечую, домовилися, Ви маєте рацію, це справді так, авжеж, звичайно, певна річ, так, напевно, обов'язково, безперечно, безсумнівно, безумовно, ми в цьому впевнені, будь ласка (прошу), гаразд (добре), з приємністю (із задоволенням)...

Співчуття: Я Вас розумію; я відчуваю Вашу схвильованість (Ваш біль, Вашу стривоженість. Ваше хвилювання); це болить і мені; це не може нікого залишити байдужим; я теж перейнялася Вашим болем (горем, тривогою); я співпереживаю (Вашу втрату, Вашу тривогу); треба триматися, людина сильна; не впадайте у відчай (час усе розставить на місця, час вилікує, загоїть рану, втамує біль)...

Пропозиція, порада: Дозвольте висловити мою думку щодо..., а чи не варто б..., чи не спробувати б Вам..., чи не були б Ви такі ласкаві прийняти мою допомогу (вислухати мою пропозицію, пораду), чи не погодилися б Ви на мою пропозицію...

Отже, типові етикетні ситуації мають багатий арсенал словесних формул, семантико-стилістичні властивості яких дають можливість мовцеві зробити правильний вибір, врахувавши структуру комунікативної ситуації, взаємини із співрозмовником, його вік, стать, соціальне становище. Усі здобутки науки й культури у найрізноманітніших галузях знаходять своє відображення у мові народу.

Мова – найуніверсальніший засіб спілкування людей, накопичення і передачі інформації, навчання і виховання, один з найважливіших компонентів духовної культури людини. Мовлення – це мовна діяльність, конкретне говоріння, що проходить у часі і виявляється у звуковій або письмовій формі.

Культура мови – це володіння нормами літературної мови, вміння користуватися всіма її засобами залежно від умов спілкування, мети й змісту мовлення. Рівень мовної культури визначається не глибиною засвоєння норм, а вмінням володіти всіма багатствами літературної мови. Усне ділове спілкування передбачає всілякі способи взаємодії з людьми, використання різних комунікативних засобів – вербальних (словесних) і невербальних (несловесних). Вербальне ділове спілкування може здійснюватися за дуже неоднакових обставин: одні вимоги ставить перед нами розмова з однією людиною, інші – спілкування з кількома людьми, ще інші – з цілим залом слухачів. Неоднаково будуємо розмову, якщо діловий партнер сидить перед нами і якщо він звертається до нас по телефону. У будь-якому разі, щоб досягти мети спілкування, ділова людина повинна мати не тільки певний фізичний та інтелектуальний потенціал, навички комунікації, а й знайти правила ділового спілкування, або, інакше, – правила ділового етикету.

Запитання для самоконтролю:

1. Які є види усного ділового спілкування?
2. Що таке нарада? Які є види нарад?
3. Чим відрізняється бесіда від наради?
4. У чому полягає відмінність ділової бесіди від побутової?
5. Які ви знаєте види ділових бесід?
6. З яких причин виникають бар'єри на шляху до взаєморозуміння між співрозмовниками? Як їх подолати?
7. Що таке мовленнєвий службовий етикет?
8. Які етикетні формули привітання, прощання, подяки, прохання, знайомства, звертання, відмови існують в українському мовленнєвому етикеті? Які з них доречно використовувати у службовому спілкуванні?

Тема 2.3. Правила спілкування фахівця при проведенні зустрічей, переговорів, прийомів та по телефону

1. Ділова бесіда
2. Спілкування керівника з підлеглим.
3. Розмова під час прийому відвідувачів.
4. Телефонна розмова

Література:

1. Глушик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери. К.2001. – С.196-202.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення. – Донецьк, 2008. – С.231 – 235.
3. Зубенко Л. Г., Немцов В. Культура професійного спілкування. К., 2000. - С.99 – 108.
4. Зубков М.Г.Сучасна українська ділова мова. К., 2007. – С.303 – 313, 316 – 318.
5. Кондратюк А.О., Кібенко М.Т., Олійник Г. А. Основи менеджменту. – С. 46 – 47.
6. Паламар Л. М., Кацавець Г. М. Українське ділове мовлення. – К., 1997. – С.156 – 158.
7. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування. – К., 2002 – С.145 – 194.

1. Ділова бесіда

Ділова бесіда - це розмова, в якій бере участь небагато учасників. Мета ділової бесіди - отримання інформації, розв'язання важливих виробничих проблем, вирішення певних завдань. Як і будь-яка розмова, це - „будівля, яку зводять спільними зусиллями" (Андре Моруа). Відбувається обмін репліками, питаннями і відповідями, думками й оцінками.

Ділова бесіда - це процес спілкування, який охоплює певні психологічні елементи соціальної взаємодії, а саме: тривалість мовлення, тривалість зустрічі, темп спілкування, владність, інтимність стосунків, співробітництво і змагання, емоційний тон, мету і предмет зустрічі.

У діловій бесіді є конкретні правила дотримання комунікативної етики. Треба бути уважним і тактовним до співрозмовника, вміти слухати його думку, враховувати погляд і докази, висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо, стежити за реакцією партнера і відповідно коригувати свої дії, стимулювати зацікавленість розмовою. Успіх ділової бесіди залежить від ступеня готовності до теми розмови, психологічно сприятливої атмосфери, коректної мовної поведінки співрозмовників.

Основні елементи будь-якої ділової бесіди: встановлення місця й часу зустрічі, спосіб вступу в контакт (початок розмови), визначення мети бесіди (проблема, яку треба розв'язати, конкретне завдання), обмін думками, пропозиціями (оцінка, ухвала), фіксування домовленості і вихід із контакту (підсумки бесіди, взаємні зобов'язання).

Численні поради фахівців з ділової етики, соціоніки, психології стосуються правильного вибору години, дня тижня, часу для важливої ділової бесіди

(найпродуктивніший працездатний період - з 9 до 14 і з 16 до 20 години), вибору місця зустрічі (власний кабінет, кабінет опонента, нейтральна територія), тривалості розмови тощо. Важливою і водночас найважчою частиною ділової бесіди є початок. Розмову не варто починати з обговорення погоди. Початок бесіди - це встановлення контакту, побудова „мосту" між партнерами. Радять ставити запитання по суті, відповідати спокійно, виявляючи знання справи, аргументувати свою позицію, говорити докладно, але не багатослівно, створювати довірливу атмосферу, зацікавлювати співрозмовника, не втрачати у розмові ініціативи, уникати полеміки. „Ділова бесіда - це мистецтво, а починати потрібно з одягу та ерудиції", - одна з порад. Ось, до прикладу, перелік того, чого не слід робити під час бесід: не нав'язувати розмови, не втручатися, не дорікати, не робити натяків, не зводити рахунки, не бути надто допитливим, не говорити про зв'язки, не давати порад про здоров'я, не дивитися впритул, не відводити очей убік. Яких саме помилок припускаються найчастіше співрозмовники під час ділової бесіди: виявляють авторитарність; не зважають на погляди інших; ігнорують стан співрозмовника; не враховують мотиви поведінки співрозмовника; не виявляють інтересу до проблем співрозмовника; перебивають мовців; говорять, не впевнившись, що їх слухають; говорять довго; обмежуються однією пропозицією. О. Корніяка формулює правила, які діють у межах комунікативного кодексу ділового спілкування (кодексу кооперативності та партнерства), так: правило необхідності і достатності інформації, правило якості інформації, правило відповідності темі і правило дотримання стилю. Звичайно, під час ділової бесіди потрібно виявляти вихованість, а це передбачає ввічливість, привітність, доброзичливість, тактовність, стриманість, повагу до співрозмовника. Лише тоді ділове спілкування буде діяльно-практичним і успішним.

2. Спілкування керівника з підлеглим.

Спілкування керівника з підлеглим може відбуватися з різних причин та в різних ситуаціях:

- керівник віддає розпорядження, вказівки, рекомендує, радить;
- керівник отримує зворотну інформацію про виконання завдання;
- керівник дає оцінку завданню, яке виконав підлеглий.

У ситуації „розпорядження" значною мірою вибір форми впливає на виконання. Щоб розпорядження виконували охоче, воно має відповідати внутрішнім переконанням підлеглого, тобто:

- зміст розпорядження не суперечить принциповим поглядам підлеглого;
- підлеглий особисто зацікавлений у розв'язанні поставленого питання.

Керівникові варто пам'ятати, що підлеглий легше сприйме його позицію за умови позитивного емоційного ставлення до своєї персони. Психологічними прийомами досягнення прихильності підлеглих може бути часте промовляння вголос імені та по батькові співрозмовника. Запамятати ім'я допоможе кількаразове повторення його з якогось приводу, напр.: *Дуже приємно це чути, Маріє Іванівно!* Якщо колектив для керівника новий, то він змушений вивчати імена підлеглих. Не зайвим буде сказати підлеглому і заслужений комплімент, напр.: *Знаю Вас як*

досвідченого фахівця. Однак не варто акцентувати на компліментарних фразах і після компліменту робити антикомплімент, напр.: *Руки в тебе золоті, але язик - ворог твій!* Керівник мусить бути терплячим та уважним слухачем, цікавитися позаслужбовими захопленнями підлеглого і використовувати їх в інтересах виробництва. Ці прийоми більше впливають на сферу підсвідомого, ніж на свідомість людини.

Не завжди розмова керівника з підлеглим може бути приємною, наприклад, ситуація „покарання” чи „звільнення”. І навіть у цих випадках керівникові слід дотримуватися певних етичних правил і норм:

- підготувати емоційний фон для сприйняття негативної чи критичної інформації, який має бути самостійним і не пов'язаним із вчинком;
- засудити негідний вчинок (дії) підлеглого і висловити вердикт (оголосити догану, усне попередження тощо);
- закінчити розмову, якщо це можливо, на позитивній ноті, напр.: *надалі прошу мене звільнити від таких неприємних розмов.*

3. Розмова під час прийому відвідувачів

Прийом відвідувачів - це приватне ділове мовлення, що є засобом повсякденного спілкування людей у процесі виконання службових обов'язків. Мовлення керівника, який приймає відвідувачів, перестає бути його приватною справою - це мовлення офіційне, від імені установи, яку він представляє.

Під час розмови з відвідувачами керівник має дотримуватись низки вимог щодо культури усного мовлення, зокрема:

- темп мовлення узгоджувати з тематикою і ситуацією розмови, індивідуальними рисами мовця. Він повинен бути неспішним, але не надто млявим і байдужим;
- тон розмови обирати спокійний, діловий, стриманий. Керівник має уважно слухати, чітко давати поради;
- намагатися не напружувати голос і до кінця фрази помітно його знижувати;
- робити порівняно невелику кількість пауз. Кожна пауза має увиразнювати сказане, створювати психологічний підтекст. Вона, звичайно, може бути викликана потребою знайти влучне потрібне слово;
- слова вимовляти виразно, але менш старанно, ніж при публічному мовленні. Окремі звуки можуть послаблюватися. Надмірну ретельність в артикуляції сприймають як вияв агресивності, нетерпимості, бажання якнайшвидше „виставити відвідувача за двері”;
- мовлення керівника має відзначатися багатством слів та виразів (можна використовувати крилаті вислови та фразеологізми). Перевагу слід надавати загальноновживаній та стилістично нейтральній лексиці. Абсолютно відсутні образливі, просторічні слова, жаргонізми та діалектизми.

Важливими є й вимоги, які ставлять до мовлення та культури поведінки відвідувача. Людина, яка прийшла на прийом, має назвати себе (прізвище, рід занять, посаду) і коротко викласти суть справи, подякувати за пораду, допомогу. В кабінет керівника не прийнято заходити і сідати без дозволу чи запрошення, а керівникові не

личить годинами „тримати відвідувача за дверима", чи не запропонувати йому сісти, чи не провести в кінці розмови до дверей або хоча б подати руку, особливо якщо це літня людина.

4. Телефонна розмова

Поширеним видом усного ділового мовлення є **телефонна розмова**. Це найпростіший і найефективніший спосіб встановлення ділового контакту. Тут не працюють міміка, жести. Візуальний контакт між співрозмовниками відсутній, тому дуже важливими є інтонація та лексичне вираження. Обмеженість у часі, можливість технічних перешкод знижують ефективність цього виду мовлення. Однак суттєвими перевагами телефонної розмови над іншими способами є оперативність передавання інформації, швидкість реагування на інформацію, можливість дистанційного керування діями, зручність.

Успіх ділової розмови по телефону залежить від уміння дотримуватися певних правил поведінки - телефонного етикету. „Не випускайте з уваги тієї обставини, що телефонна розмова - це великою мірою ваша візитна картка, - зауважують фахівці школи бізнесу. Уміння ділових людей вести телефонні розмови сприяє й авторитету фірми, організації, яку вони представляють.

Службова телефонна бесіда має таку структуру:

- момент встановлення зв'язку (вітання, взаємне представлення);
- виклад суті справи (повідомлення мети дзвінка, ознайомлення з проблемою);
- обговорення ситуації, проблеми;
- закінчення розмови (резюме, прощання).

Деякі важливі аспекти ведення ділової телефонної розмови:

• **Часові межі.** Кожна телефонна розмова у середньому триває 3-5 хвилин. Із часом виробляється вміння розмовляти по телефону коротко, висловлюватися чітко і стисло. Цьому сприяє володіння інформацією, попередня підготовка до розмови. Якщо передбачається тривала розмова, потрібно запитати, чи має співрозмовник достатньо часу для бесіди. Час ділових регулярних розмов краще узгоджувати з партнером. Завжди треба намагатися телефонувати у зручний час - не телефонувати до дев'ятої години зранку та після десятої ввечері.

• **Дотримання мовного етикету.** Обов'язково потрібно вживати формули вітання (на початку розмови, а також тоді, коли до слухавки підійшов інший співрозмовник), прощання (у кінці розмови), подяки, вибачення - відповідно до ситуації. Важливе значення має взаємне представлення на початку телефонної розмови: треба назвати прізвище, ім'я, по батькові, посаду й організацію, яку ви представляєте. Говорити без поспіху, розбірливо (щоб можна було записати). Прохання, запитання потрібно формулювати тактовно і люб'язно (з ким хочете розмовляти, з якого приводу телефонуйте, прохання занотувати, переказати інформацію та ін.). Для цього існує низка обов'язкових етикетних реплік, якими, неначе паролями, обмінюються обидві сторони спілкування, напр.: Чи не могли б ви запросити до телефону...?; Будь ласка, покличете.; Чи можу я розмовляти з...?; Чи можу я телефонувати пізніше?; Мені рекомендували звернутися до вас з питання...; Зачекайте хвилинку, зараз я передам слухавку; Прошу зачекати; Зателефонуйте, будь

ласка, пізніше, через двадцять хвилин, вона зараз дуже зайнята; Чи не могли б ви йому переказати...?; Перекажіть, будь ласка, інформацію та ін.

- Максимальна насиченість інформацією. Дотримання цієї вимоги характеризує співрозмовників як досвідчених ділових людей. Якщо це "вихідна" розмова, вона потребує продуманості й підготовки. Мати під рукою план розмови, порядок питань, документи, дати, цифри, прізвища, потрібні номери телефонів, ключові слова розмови - означає подбати про те, щоб розмова була ефективною.

- Конструктивність розмови. Також залежить від компетентності ділових партнерів, умінні наголошувати на суттєвому, уникати непорозумінь, вести діалог, а не монолог, тобто уважно слухати співрозмовника. Якщо розмова довга, час від часу бажано підсумовувати досягнуті угоди, підтримувати розмову принагідними репліками. Варто записувати важливу інформацію - це допоможе дотримати слова і виконати певні обіцянки чи домовленості. У разі виникнення складних питань можна запропонувати співрозмовникові зустрітися.

- Позитивне емоційне тло - одне з найважливіших правил ділової телефонної розмови. Потрібно бути доброзичливим, розмовляти привітно, звичним рівним голосом, спокійно, виразно, витримано, а не гучно й галасливо. Під час розмови варто називати співрозмовника на ім'я та по батькові, це завжди для нього приємно. Не перечити співрозмовникові, не перебивати, не виказувати своєї невдоволеності, не вдаватися до категорично-наказового тону, не погрожувати, уникати бурхливого вияву емоцій. Намагатися, щоб телефонна розмова не була монотонною чи, навпаки, хаотичною. Важливими чинниками творення позитивного тону телефонної розмови є голос, інтонація, паузи, логічний наголос.

- Мова. Звичайно, лише літературна. Висловлюватися потрібно стисло, точно, стежити за логікою викладу думок, послідовністю, використовувати короткі, правильно побудовані речення. „Телефонну розмову не можна "переглянути" і стилістично виправити, - зауважує Н. Бабич, - у ній „не працюють" міміка, жести, але вона надзвичайно економна в одержанні інформації, для чого ефективно використовується лексичне й інтонаційне багатство мови". Важливість розмови вимагає добору потрібних слів, переконливості аргументів, збільшує вагу реплік. Стиль розмови залежить і від ступеня знайомства співрозмовників, їхнього віку, статі, посади тощо. Більша розкутість синтаксису, елементи гумору, веселий тон розмови мають бути доречними, тобто тільки допомагати, а не шкодити справі.

- Технічні моменти телефонної розмови. Наведемо декілька правил телефонного ділового спілкування.

Набирайте номер телефону тільки тоді, коли переконані у його правильності.

Слухавку намагайтеся підняти між другим та четвертим дзвінком. Після п'ятого телефонного дзвінка спрацьовує автовідповідач.

Якщо вам зателефонували у той час, коли ви вирішуєте термінову справу, попросіть вибачення і пообіцяйте сконтактуватися з тим, хто телефонує, пізніше. Обов'язково дотримуйте слова. Можна попросити партнера, щоб він сам зателефонував пізніше, коли ви будете вільні.

Якщо співробітника, якого просять до телефону, немає на місці, а питання, яке порушує адресант, може вирішити інший співробітник, потрібно запросити його або дати відповідний номер телефону.

Якщо сталося роз'єднання з технічних причин, відновлює зв'язок той, хто телефонував.

Закінчує розмову той, хто її почав. Якщо співрозмовник жінка, то ініціативу варто віддати їй.

Не ведіть двох розмов одночасно.

Ніколи не кладіть несподівано слухавки.

На помилковий дзвінок реагуйте ввічливо, за власний помилковий дзвінок просіть вибачення.

Пам'ятайте, що службовий телефон - для службового користування.

Отже, основні вимоги до мовця, що говорить по телефону, такі: 1) чіткість, чистота артикуляції, правильність дикції; 2) середній за силою голос мовлення; 3) лаконізм висловлювання (лексичний і синтаксичний), чіткість, виразність побудови фрази; 4) темп мовлення - середній; 5) тон мовлення - спокійний, ввічливи.

Запитання для самоконтролю:

1. Якими принципами повинна керуватися людина під час ділового спілкування?
2. Назвіть правила спілкування керівника з підлеглим та з відвідувачами.
3. Які особливості телефонного спілкування?
4. З яких етапів складається ділова телефонна розмова? Яких правил слід дотримуватися на кожному етапі?