

ОСОБЕННОСТИ СЛУЖЕБНО-ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Введение. В жизни любой организации или предприятия деловое общение занимает важное место. Обмен информацией, выдвижение и разработка рабочих идей, контроль и координация деятельности сотрудников, подведение итогов и оценка достигнутого - вот лишь некоторые стороны деятельности организации, которые связаны с проведением деловых бесед разного рода. Деловые беседы можно рассматривать как самостоятельные виды деловой коммуникации. Они отличаются друг от друга целями, ради которых проводятся, формой контакта и числом участников, что предопределяет социально-психологические особенности их организации и проведения.

Целью работы является рассмотрение делового общения как специально организованного предметного разговора в решении управленческих задач (производственной, научной - коммерческой и т.д.). От его качества зависят взаимопонимание, согласованность действий и четкость приоритетов, возникающих у субъектов, занятых общим делом.

Принципы деятельности любой социальной организации (фирмы, учреждения) оказывают существенное воздействие на поведение сотрудников. Отметим эти особенности организационного поведения [2]:

1) регламентация целей и мотивов общения, способы осуществления контактов между сотрудниками: за каждым работником в организации нормативно закрепляется стандарт поведения в виде устойчивой структуры формальных прав и обязанностей, которыми он должен следовать. Соответственно в отношении речевого поведения ожидается, что обмен сведениями между сотрудниками носит не личный характер и подчинен совместному решению служебной задачи;

2) иерархичность построения организации: между сотрудниками закрепляются отношения подчинения, зависимости, неравенства. Следствием действия этого принципа для речевой коммуникации оказывается: во-первых, активное использование вербальных средств демонстрации социального статуса участниками делового общения, во-вторых, проблема передачи информации по звеньям иерархической пирамиды и соответственно эффективности обратной связи;

3) необходимость в особых случаях по стимулированию труда, что объясняется объективной противоречивостью поведения и самоощущения человека в организации. [2]

Признано, что эффективность распространения деловой информации "по горизонтали" (т.е. между отделами, или сотрудниками одного уровня), как правило, очень высока. Люди, работающие на одном и том же уровне, понимают друг друга "с полуслова", им не требуется детальное и подробное объяснение сути задачи.

Эффективность вертикальной коммуникации (т.е. руководитель и подчиненный по иерархическим уровням) значительно ниже. Это объясняется тем, что на пути прохождения информации от источника (говорящего) к адресату в любом иерархически организованном управлении присутствуют звенья-посредники. Посредниками могут становиться линейные руководители, секретари, ассистенты, канцелярские работники и др. Устные сообщения при передаче с одного уровня на другой (как вниз, так и вверх) могут быть сокращены, отредактированы, искажены прежде, чем они дойдут до получателя (эффект "испорченного телефона"). [3]

Другая причина, вызывающая низкую эффективность вертикальной коммуникации, связана с убеждением, что подчиненным вовсе не обязательно знать о положении дел на предприятии в целом, они должны выполнять поставленные: перед ними задачи,

исполнять принятые решения и не задавать лишних вопросов. Однако, как установлено психологией восприятия, человек будет действовать осмысленно, если он знает не только выполняемую им конкретную операцию, но и видит более широкий контекст, в который она вписана

Стремление учесть эти особенности служебно-деловой коммуникации проявляется, с одной стороны, в требовании письменном оформлении распоряжений, решений, приказов, а с другой - в признании деловых бесед важнейшим средством повышения эффективности обратной связи в организации.

Перечисленные выше особенности служебно-делового общения во многом объясняют характер требований к речевой коммуникации в деловой среде. Эти требования могут быть сформулированы следующим образом: [3]

- Четко определяйте цели своего сообщения.
- Делайте сообщение понятным и доступным для восприятия разными группами работников: находите конкретные иллюстрации общих понятий, развивайте общую идею, используя яркие примеры.
- Делайте сообщения по возможности краткими и сжатыми, отказывайтесь от излишней информации, привлекайте внимание сотрудников лишь к тем проблемам, которые касаются их конкретно.
- В разговоре с сотрудниками следуйте правилам активного слушания, демонстрируйте им сигналы вашего понимания и готовности к совместным действиям.

Природа человека несовместима с жесткой структурой, поэтому необходимы такие управленческие действия, которые направлены на удовлетворение психологических и эмоциональных потребностей работников, поддержание их интереса к выполняемой работе, создания эффекта причастности к принимаемым решениям.

Наряду с такими способами мотивации труда персонала, как различные виды морального и материального поощрения, продвижение по службе, повышение квалификации за счет организации и др., огромное мотивационное воздействие могут оказывать беседы руководителя с подчиненными, если ему удастся связать свое сообщение с их потребностями. Форма постановки задач, ответы руководителя на вопросы, в меру критические оценки и поддерживающие слова помогут сотрудникам ориентироваться в своей деятельности, побуждать их работать успешнее и прибыльнее. [4]

В процессе делового общения участники обмениваются информацией, которая передается в форме управленческих решений, идей, отчетов, докладов, сообщений и т.д. Обмениваются интересами, настроениями, чувствами. Такая коммуникация предстает значимой для участников общения.

В деловой беседе необходимо так формулировать вопросы, определения, оценки, чтобы они прямо или косвенно приглашали собеседника выказать свое отношение к изложенному мнению. Благодаря эффекту обратной связи, беседа позволяет руководителю реагировать на высказывания партнера в соответствии с конкретной ситуацией, т.е. с учетом цели, предмета и интересов партнеров.

По такому основанию, как предмет разговора, можно выделить в качестве самостоятельных видов: собеседование при приеме на работу, собеседование при увольнении с работы, проблемные и дисциплинарные беседы.

В качестве примера рассмотрим собеседование при приеме на работу. Характер "приемного интервью", - основная цель которого оценить деловые качества соискателя на работу. Ваша задача продемонстрировать профессиональные знания, а также способность убедить руководство компании в том, что вы соответствуете корпоративному духу организации и четко понимаете цели, которые перед вами будут стоять. В сущности, вам зададут несколько базовых вопросов. Форма вопросов может варьироваться, но их содержание направлено на получение информации, которую можно сгруппировать в следующие блоки [4]:

- что представляет собой человек, обратившийся с заявлением о приеме на работу;
- почему он ищет работу;
- каковы его сильные и слабые стороны;
- каковы его взгляды на руководство (иначе говоря, его представление о хорошем начальнике);
- что он считает наиболее весомыми своими достижениями;
- на какую зарплату он рассчитывает.

Собеседование при приеме на работу – это своего рода экзамен, который иногда приходится проходить по много раз. И чаще всего его результаты зависят не только от того насколько вы в целом хороши или плохи, а от того насколько вы умеете общаться. По ним судят о таких личностных качествах, как самообладание, целеустремленность, коммуникативный стиль, языковые обороты. Речь должна быть ясной, лаконичной и четкой, при этом не забывать о соблюдении субординации и вежливости. Именно, речь человека характеризует его ум, образованность и культуру. Ответы на вопросы должны содержать ровно то количество информации, которое необходимо и достаточно в данной конкретной ситуации. В свою очередь, соискатель может корректно задать примерно такие вопросы: [4]

- является ли рабочее место новым или вакантным?
- кто принимает решение о назначении на должность?
- как примерно будет выглядеть рабочий день?
- в чем конкретно будут заключаться обязанности?
- как и кем будет оцениваться работа?
- возможности для обучения, карьерного роста?
- дополнительные компенсации (обеда, транспорт, сверхурочные)?

Таким образом, готовясь к интервью, очень важно знать речевой этикет, быть тактичным, вежливым. Работодателя интересуют не только ваши профессиональные качества, ему ещё необходимо составить о вас впечатление как о человеке в целом.

Практика показывает: когда людине находят слова, они обращаются к жестике. Очень важно, чтобы эти жесты были уместными. Иначе их поймут как ложные, притворные.

Вывод. В итоге можно констатировать, что соблюдая принципы делового общения, мы можем достигнуть намеченных целей: достижение результата, обеспечение благоприятной атмосферы во время беседы, стимулирование собеседника к выполнению намеченной деятельности, поддержание контакта с собеседником.

Таким образом, мы рассмотрели деловое общение как особый вид межличностного взаимодействия в организационной среде. Четкое осознание участниками общения своих целей, которые преследуют, понимание функциональных особенностей каждого этапа, владение психологическими и речевыми приемами это есть, те составляющие эффективности служебно – делового общения.

Литература:

1. Милич П. Как проводить деловые беседы. -М.: Экономика, 2005.
2. Зарецкая Е.Н. Деловое общение. -М., 2002.
3. Русский язык делового общения / Под общ.ред. И.А. Стернина. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 1995
4. Щекин Г. Профессия – менеджер по кадрам. – М., 2002.