



Ділові комунікації залік

к.е.н., доцент Гронь
Олександра Вікторівна

кафедра міжнародних
економічних відносин та
безпеки бізнесу

gronsense@gmail.com

@aleksgron (tg)

What are the top soft skills employers look for?



Communication



Attention to detail



Teamwork



Emotional intelligence



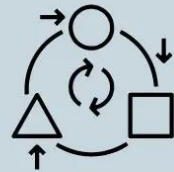
Analytical and critical thinking



Leadership



Motivation



Flexibility and adaptability



1.1 Важливість комунікації в бізнес-середовищі

The 2024 Most In-Demand Skills

1. Communication
2. Customer service
3. Leadership
4. Project management
5. Management
6. Analytics
7. Teamwork
8. Sales
9. Problem-solving
10. Research

Top skill of the moment: Adaptability

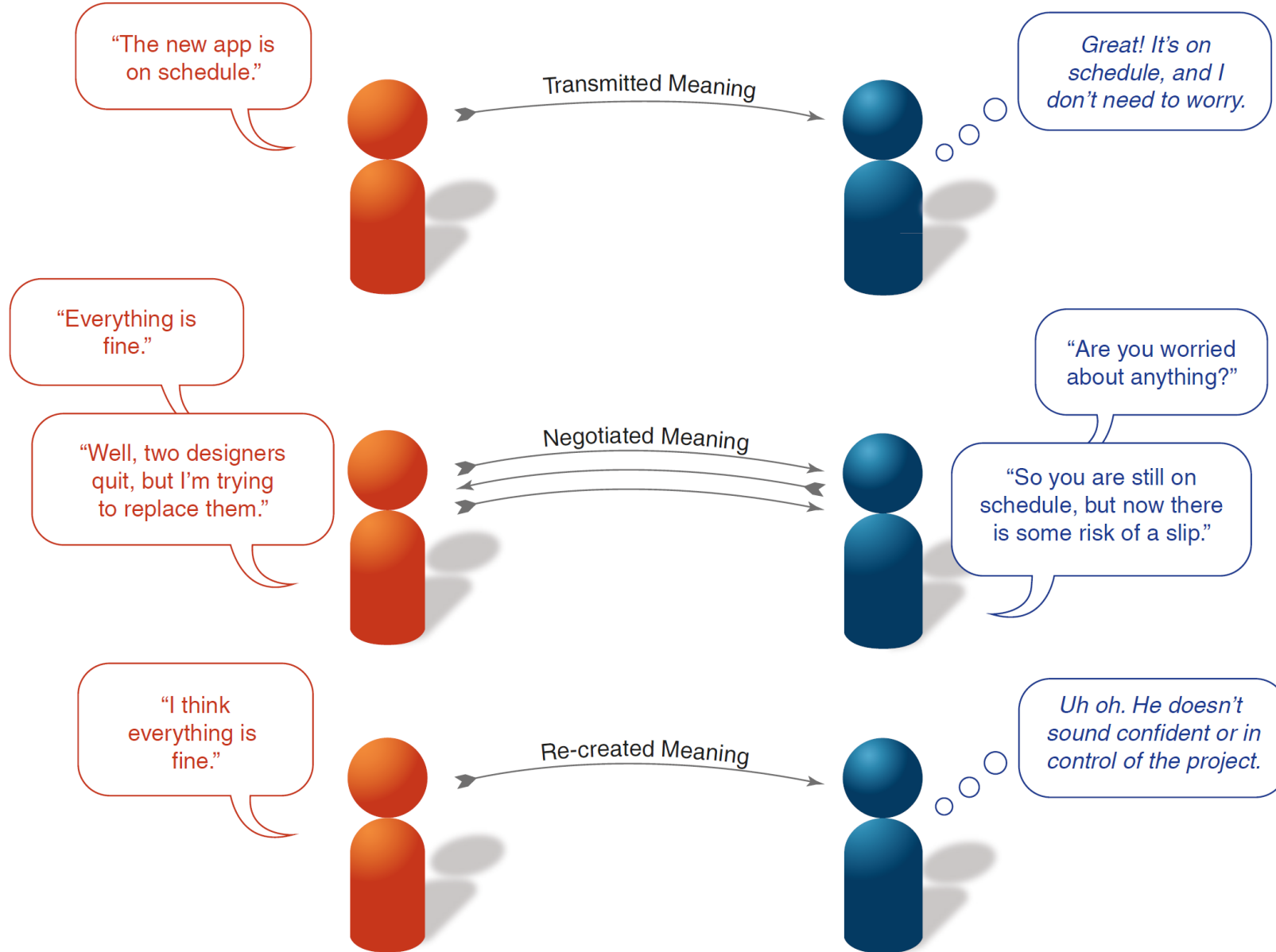
1.2. Поняття комунікації

Комунікація — це процес передачі інформації та її значення між відправниками та одержувачами за допомогою однієї чи кількох форм медіа.

Щоб спілкування вважалось успішним, між відправником та одержувачем інформації має з'явитися розуміння.

Сенс не в словах, а в людях

Приклади різного сприйняття інформації



□ Соціальне значення комунікації

Використовується для позначення і характеристики різноманітних зв'язків і відносин, що виникають у людському суспільстві.

Соціальна комунікація (комунікаційні процеси в суспільстві) - специфічна форма взаємодії людей щодо передачі інформації від людини до людини, що здійснюється за допомогою мови та інших знакових систем.



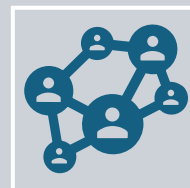
Комунікація



Двосторонній процес досягнення взаєморозуміння, у якому учасники не лише обмінюються інформацією, новинами, ідеями та почуттями, але й створюють і діляться змістом.



Людська комунікація складається з надсилання та отримання вербальних і невербальних повідомлень між двома або більше людьми.



У бізнесі це ключова функція управління – організація не може працювати без зв'язку між рівнями, відділами та співробітниками.

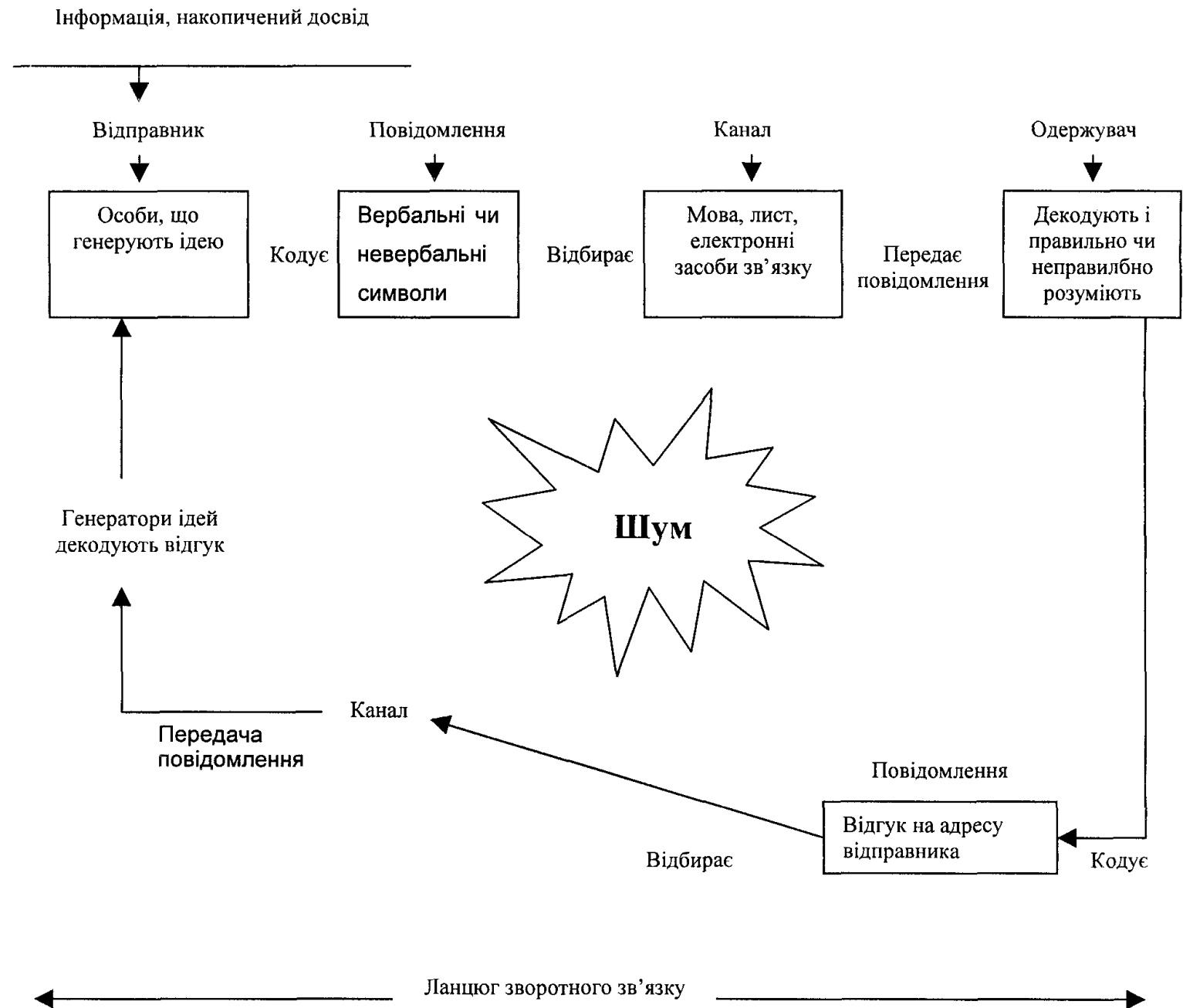
Рівні комунікації:

- **внутриособистісна** (аутокомунікація, або інтраперсональна) - усвідомлене або неусвідомлене спілкування людини з самим собою: самоаналіз, самооцінка «Я», сни, бесіда з самим собою;
- **міжособистісна** (або інтерперсональна) комунікація - процес обміну повідомленнями між двома або кількома індивідами: бесіда, спілкування з друзями, батьками.
- **групова комунікація** - комунікація всередині групи, між групами, між індивідом і групою. Групи можуть бути по числу членів малими, середніми і великими; за характером - професійними, дружніми, сімейними, формальними і неформальними.

Рівні комунікації:

- **Організаційна комунікація** (на підприємстві, в організації). *Що в організаційній комунікації є особливого, що відрізняє її від групової?*
- **Публічна комунікація** націлена на передачу інформації, що зачіпає інтереси суспільства і має публічний статус (тобто відкритість обговорення, націленість на загальне благо) для певної аудиторії (конференція, семінар, мітинг).
- **Масова комунікація** - процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т. п.) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, кінематограф, телебачення) на чисельно великі, розосереджені аудиторії. Масова комунікація породжує інформаційний простір і масову свідомість.

1.3. Комунікаційний процес та його складові елементи



Джерело (відправник) повідомлення

- ❑ В якості джерела можуть виступати окремі індивіди, групи людей, суспільні інститути (державні заклади, політичні партії, суспільні організації, фірми і т.п.).
- ❑ Джерело є ініціатором комунікативного процесу, який починається тільки тоді, коли у нього **виникає потреба** в створенні і передаванні будь-якого повідомлення.
- ❑ Творець повідомлення не завжди виступає в ролі комунікатора

Отримувач

Отримувач - той (або ті), кому адресовано повідомлення. Отримувачем може бути одна особа, група осіб, суспільство в цілому або якась його частина. Коли в ролі отримувача виступає більш ніж одна особа, його називають аудиторією комунікації.

Характеристики отримувача є одним з найважливіших факторів, що впливають на результативність (ефект) комунікації: компетентність отримувача, його життєвий досвід, групова приналежність, ціннісні орієнтації, загальна культура. Ці характеристики визначають здатність отримувача сприймати і декодувати надіслане йому повідомлення, тобто розпізнавати і інтерпретувати його зміст.

Реакція отримувача виступає основним індикатором результативності комунікації.

Кодування

Целі кодування - доведення змісту (ідеї) відправника до отримувача; забезпечення такої інтерпретації повідомлення отримувачем, яка адекватна задуму відправника.

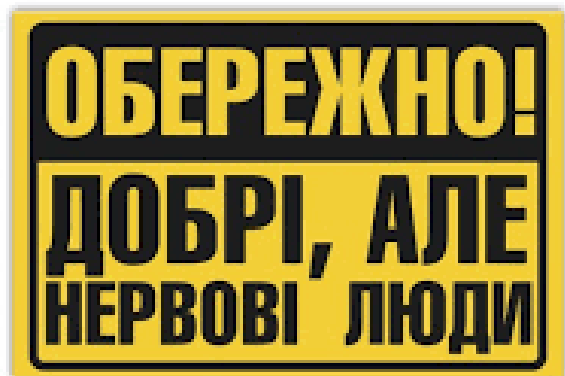
Отримувач повинен **сприйняти сенс повідомлення** саме таким, який був вкладений його відправником. Для цього використовуються системи кодів - символів і знаків, що однаково інтерпретуються обома сторонами.

Приклади кодування ідеї в повідомленні

1. Я вдячний за можливість обговорення цього питання з вами.
2. Будь ласка, повідомте мені, якщо у вас виникнуть будь-які запитання.
3. Не соромтеся звертатися до мене, якщо вам знадобиться будь-яка додаткова інформація.
4. Звертайтеся до мене електронною поштою з будь-якими питаннями.



Лист скіфів царю Дарію



Декодування

- **Декодування** (в технічному сенсі) - зворотний процес переведення закодованого повідомлення на мову, зрозумілу отримувачу повідомлення.
- У більш широкому розумінні це: а) процес надання певного сенсу отриманим сигналам; б) процес виявлення первинного сенсу, вихідної ідеї відправника, розуміння сенсу його повідомлення.
- Те, як одержувач розшифрує повідомлення, в значній мірі залежить від індивідуальних особливостей сприйняття інформації, властивих кожній людині.
- Облік індивідуальних особливостей сприйняття - ключ до ефективної комунікації, неможливо знайти двох людей, абсолютно однаково сприйняли повідомлення.

Теорія кодування і декодування Холла (1973)

Декодований сенс не завжди збігається з тим змістом, який був закодований, так як глядач підходить до змісту, що запропонований медіа, з іншими "смісловими структурами", які кореняться в його власних ідеях і досвіді.

Предмет розшифровки може прийняти три різних положення:

Домінуюча, або бажана реакція - така, якою її бачить творець, коли хоче щоб аудиторія переглянула медіатекст;

Опозиційне прочитання - аудиторія відкидає передбачуваний творцем зміст і створює свій власний;

Узгоджене прочитання - компроміс між домінуючим і опозиційним прочитанням, коли публіка частково сприймає думки творця, але в той же час має свої власні погляди на текст.

Повідомлення

Повідомлення - вже осмислена і відповідним чином (за допомогою мови або інших знакових систем) закодована інформація.

Повідомлення може бути передано при особистій бесіді, в ході виступу перед аудиторією, за допомогою преси, радіо, телебачення, електронної пошти тощо.

У невербальній комунікації повідомленням може бути зображення (дорожній знак, малюнок, схема або фотографія), фізичний предмет (квітка у вікні - повідомлення про провал явочній квартири, архітектурна споруда як повідомлення про його призначення, подарунок як знак вдячності, «чорна мітка» як знак вироку).

Компоненти повідомлення

- зміст повідомлення - що воно, власне містить - думки, аргументи, докази, факти;
- особистість, яка робить повідомлення. Дуже часто люди не відокремлюють особистості оратора від того, що він говорить. Фактор прийняття, симпатії до особистості відіграє важливу роль в комунікації.

Канал коммунікації

Канал комунікації - засіб, за допомогою якого повідомлення передається від джерела до одержувача. Комунікаційні канали діляться на: а) засоби масової комунікації - преса, радіо, телебачення, інформаційні та рекламні агентства і т.д .; б) міжособистісну комунікацію - безпосередній особистісний обмін повідомленнями між джерелом і одержувачем.

Засоби комунікації - способи кодування повідомлення (наприклад, слова, картинки, букви, звукові сигнали, жести та ін.

Канал комунікації - маршрут, який використовується для передачі повідомлення. Комунікаційний канал - це реальна чи уявна лінія зв'язку (контакту), по якій повідомлення рухаються від комуніканта до реципієнта.

Канал комунікації

- Відправник повинен також вибрати канал, сумісний з типом символів, що використовуються для кодування. Якщо канал непридатний для фізичного втілення символів, передача неможлива. Якщо канал не дуже відповідає ідеї, обмін інформацією буде неефективний.
- Часто бажано використовувати два або більше засоби комунікації в певному поєднанні. У зв'язку з цим процес ускладнюється, оскільки відправнику доводиться встановлювати послідовність використання цих засобів і визначати тимчасові інтервали для передачі інформації. Проте вважається, що одночасне використання засобів обміну усною і письмовою інформацією зазвичай ефективніше, ніж обмін тільки письмовою.

Шум, перешкоди (бар'єри комунікації)

"Шум" - це будь-який чинник, здатний порушити чіткість передачі послання в будь-який момент процесу комунікації.

Певний шум в процесі комунікації є завжди, тому на кожному етапі процесу обміну інформацією відбувається певне перекручення сенсу. Якщо рівень шуму досить високий, то може відбуватися помітна втрата сенсу послання або навіть повне блокування інформаційного обміну.

1) джерела механічних перешкод (поганий зв'язок в каналі комунікації, зовнішні бар'єри середовища - відключення світла, погана погода);

2) джерела семантичних перешкод (неадекватно розуміються значення повідомлення);

3) класові і соціальні фільтри (майновий, становий, що обмежують доступ до комунікацій);

4) особистісно-індивідуальні бар'єри (психологічні та психофізіологічні);

5) втрати інформації;

6) відсутність зворотного зв'язку між адресантом та адресатом.

Ключовим моментом в комунікаційному процесі є передача або одержання інформації наміченої аудиторії за відповідним каналом.

- повідомлення повинно привернути увагу;
- воно повинно бути відібрано;
- воно повинно бути переведено (декодовано);
- воно повинно бути хоча б частково використано так, як це передбачалося відправником.

Зворотній зв'язок

Термін «зворотний зв'язок» з'явився в кібернетиці - науці про процеси управління і контролю в системах самого різного типу.

У теорії комунікації під зворотним зв'язком розуміють відповідну реакцію отримувача на повідомлення джерела. При зворотному зв'язку комунікація стає двостороннім процесом, дозволяючи обом сторонам коригувати свої цілі і свою поведінку по відношенню один до одного.

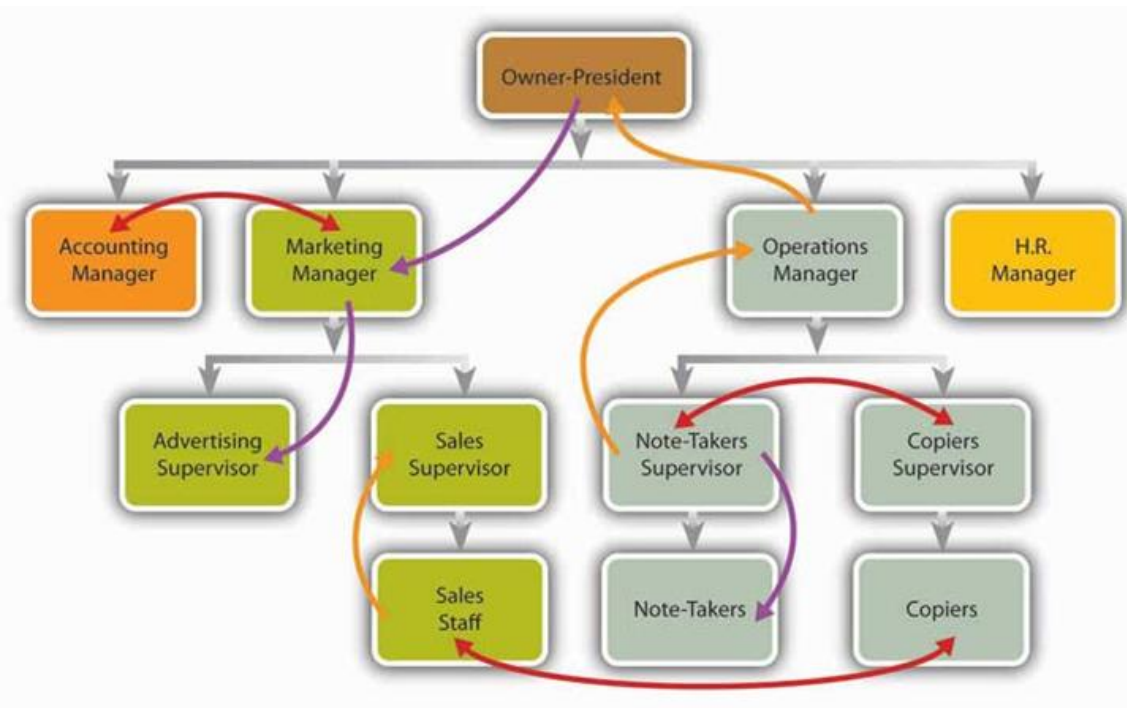
Зворотній зв'язок в ході соціальної комунікації відмінний від аналогічних процесів в автоматичних системах, так як відповідна реакція одержувача не може бути передбачена з 100% -вою точністю.

1.4. Бізнес-комунікації в організаціях

Комунікація пронизує всі види діяльності в організації, вона є важливим робочим інструментом для інтеграції організаційних підрозділів.

Комунікація є засобом, за допомогою якого підвищується ефективність роботи організації, реалізуються поставлені працівниками цілі, забезпечується необхідний рівень взаємодії з діловими партнерами, конкуруючими фірмами, споживачами, постачальниками, клієнтами.

Якщо ліквідувати потоки повідомлень, що циркулюють в організації, вона припинить своє існування.



Повсякденні комунікації	Ділові комунікації
Відбуваються, найчастіше стихійно, без заздалегідь сформульованої мети	Плануються заздалегідь і спрямовані на реалізацію поставлених цілей
Відрізняються великою різноманітністю обговорюваних тем (особисті, соціальні, політичні та ін.)	Число обговорюваних тем обмежено поставленою метою
Вільно використовуються різноманітні вербальні та невербальні засоби спілкування	Здійснюється контроль за засобами спілкування, за їх відповідністю нормам і правилам етикету
Носять в основному інформативно-емоційний характер і не пов'язані з необхідністю прийняття будь-якого рішення	Носять діловий характер, припускають аналіз різних позицій, точок зору і спільний пошук оптимального рішення поставленої проблеми

Бізнес-комунікації, їх відмінність

Бізнес-комунікації - процес взаємодії, що відбувається за допомогою обміну інформацією, спрямованою на конкретний результат. Такий обмін виникає в процесі цілеспрямованої діяльності.

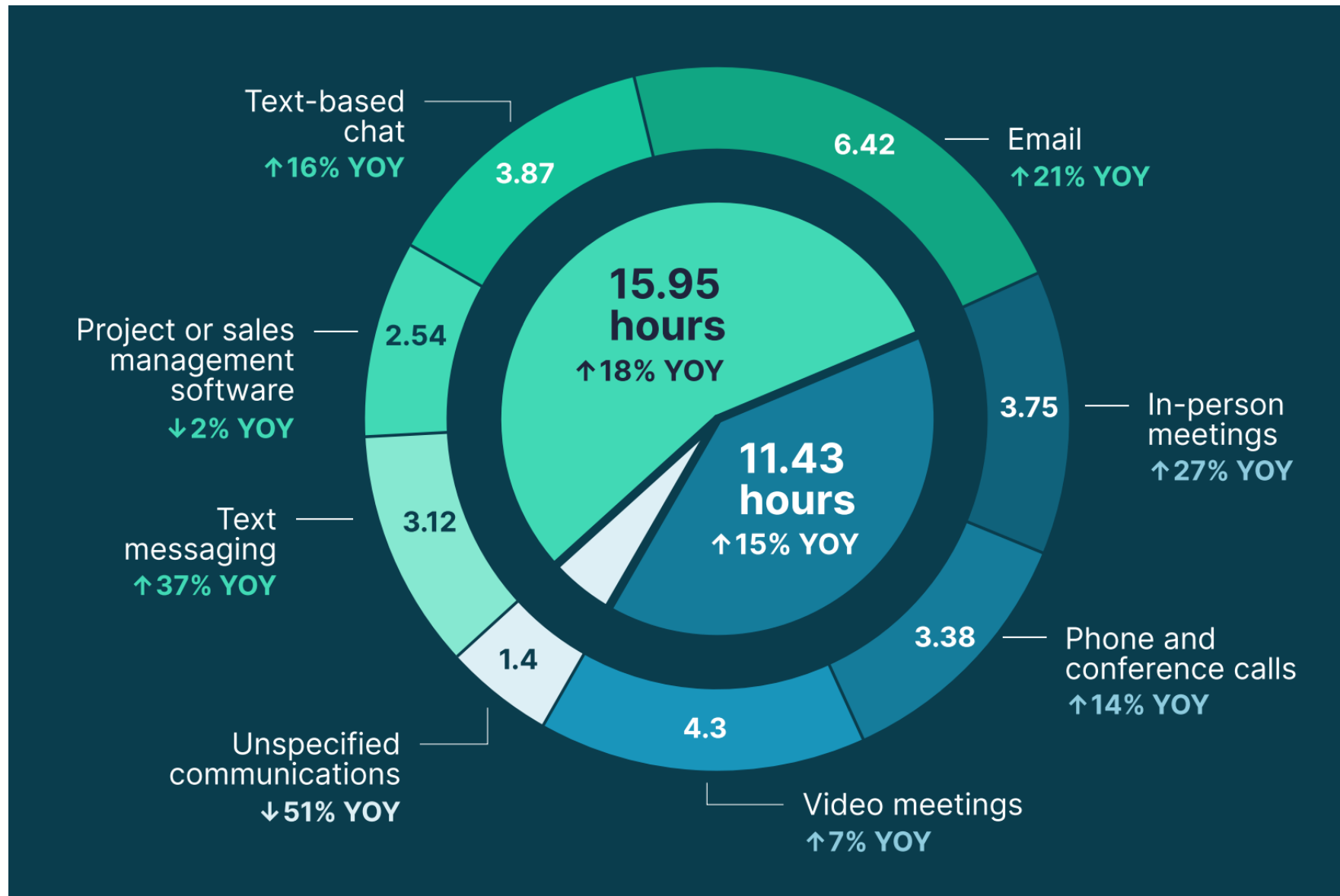
Ділова взаємодія пов'язана з **рішенням конкретного завдання** (наукової, виробничої, політичної, комерційної та ін.), яка стоїть перед організацією.

Учасниками ділової комунікації є офіційні посадові особи, які виконують службові обов'язки.

Форми ділової комунікації: бесіда, нарада, збори, переговори, конференції, презентація, ділова зустріч.

Ділові комунікації забезпечують ефективність взаємодії як всередині організації, так і поза нею.

The State of Business Communication 2023 Grammarly



The State of Business Communication 2023 Grammarly

Daily ●

● Weekly

Business leaders experiencing miscommunication:

Respondents experiencing miscommunication at least once a week:

66%

At least once a day

48%

Multiple times a day

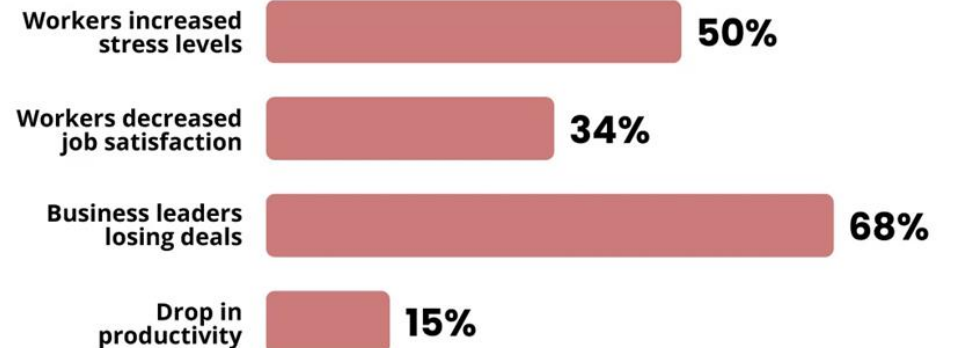
100%

Business leaders

100%

Knowledge workers

Poor communication at work leads to negative consequences



Ефективні бізнес-комунікації

- ❑ **Практичні.** Інформація має бути корисна і практична, яка допоможе одержувачу вирішити проблеми, скористатися можливостями або вжити будь-яких інших дій, які можуть знадобитися.
- ❑ **Фактичні.** Потрібні факти, а не туманні враження.
- ❑ **Лаконічні.** Інформація має бути в стислій та ефективній формі. Стислі повідомлення демонструють повагу до часу людей і збільшують шанси на позитивну відповідь.
- ❑ **Зрозумілі.** Конкретна мова, конкретні деталі та інформація, яка є чіткою, переконливою, точною та етичною.
- ❑ **Переконливі.** Коли потрібна думка, потрібні переконливі докази на підтримку свого висновку.

Форми організаційних комунікацій:

- 1) комунікація із зовнішнім середовищем;
- 2) вертикальні комунікації в рамках організації;
- 3) горизонтальні комунікації всередині організації;
- 4) неформальні комунікації;
- 5) комунікаційні мережі.