

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ТА ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

Презентація студентки групи М16-1м
Трясорук Анни

ВИДИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Історично склалися два види ділового спілкування



Опосередковане



Безпосереднє

ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

- наявність певного офіційного статусу об'єкту;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- відповідність певним загальновизнаним і загальноприйнятим правилам;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети, як правило, не виходячи за рамки певного кола;
- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

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



ПРАВИЛА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

- ⦿ 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. У такому разі легше досягти згоди чи розв'язати проблему;
- ⦿ не порушувати визначену зону, особливо інтимну, в ділових стосунках це є неприйнятним.

ФАЗИ СПІЛКУВАННЯ

Початкова

- вхідна фаза
- треба уміти зацікавити партнера

Основна

- встановлюється проміжна та кінцева мета спілкування
- пошук узгодження рішень

Завершальна

- формулюються підсумки ділової взаємодії
- формуються основи для подальшої взаємодії

ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ

- Інформативно-комунікативна
- Регулятивно-комунікативна
- Афективно-комунікативна





6 ПРИЧИН, ЯКІ СТВОРЮЮТЬ БАР'ЄР ДЛЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

- **Складні повідомлення:** Використання складних технічних термінів може призвести до відсутності спілкування. Щоб запобігти цьому, потрібно використовувати чіткі та короткі повідомлення, які легко зрозуміти.
- **Приховування інформації:** В організаціях, більша частина інформації є конфіденційною, у зв'язку з політикою компанії. Переконайтеся, що інформація, яка необхідна є легкодоступною.
- **Різні позиції:** Управління повинне тримати співробітників в курсі та підтримувати зворотний зв'язок.
- **Неефективні процеси комунікації:** Підтримка ієрархії в організації є необхідною, але це може зменшити потік комунікації. Тому дуже важливо, зменшувати ієрархічну структуру і підвищувати взаємодію та спілкування.
- **Відсутність довіри:** Найбільш важливим фактором відсутності спілкування в організації є конкуренція, яка призводить до відсутності довіри між співробітниками. Обмінюйтеся інформацією, спілкуйтеся відкрито і чесно, залучайте інших під час прийняття рішень.
- **Мовний бар'єр** Мовний бар'єр є ще одним важливим фактором ділового спілкування. Якщо спілкування відбувається без розуміння мови одне одного, тоді воно того не варте.

ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

- Діловий стиль
- Лист як діловий документ
- Різновиди службових листів



ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

Перше, що відрізняє ділове листування від інших стилів листування - це офіційно-діловий стиль.

Діловий стиль - це сукупність мовних засобів, функція яких - обслуговування сфери офіційно-ділових відносин.

- Особливості ділового стилю оформилися під впливом умов, в яких протікає ділове спілкування:
- Учасники ділового спілкування - переважно юридичні особи - організації, установи, підприємства, в особі тих, що діють від імені керівників і інших посадовців.
- Характер і зміст інформації досить жорстко регламентовані.
- Предметом ділового спілкування виступає діяльність організації: управлінська, виробнича, економічна, наукова, технічна і ін.

Інформація в діловому спілкуванні повинна мати певні властивості. Вона має бути:

- Офіційною по своєму характеру.
- Адресною, оскільки управлінський документ завжди призначений конкретному одержувачеві, посадовцю, організації, групі організацій.
- Актуальною, оскільки документ повинен містити саме ту інформацію, яка необхідна в даний момент часу.
- Об'єктивною і достовірною.
- Переконливою, аргументованою.
- Повною і достатньою для прийняття управлінського рішення. Недостатність інформації може викликати необхідність додатково запрошувати інформацію, породжувати листування, приводити до невиправданих втрат часу і засобів.

ЛИСТ ЯК ДІЛОВИЙ ДОКУМЕНТ

- Службовий лист - загальна назва великої групи управлінських документів, які слугують засобом спілкування з установами та приватними особами.
- Службові листи застосовують для розв'язання численних оперативних питань, що виникають в управлінській діяльності: запити, повідомлення, запрошення, претензії, зміни, уточнення, завдання, з'ясування, нагадування, підтвердження, рекомендації, пропозиції, зауваження, прохання, вимоги і т. ін.

ЗА ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ОЗНАКАМИ СЛУЖБОВІ ЛИСТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА ДВА ТИПИ:

- ⦿ запити,
- ⦿ прохання,
- ⦿ пропозиції,
- ⦿ звернення,
- ⦿ вимоги.



**Потребують
відповіді**

- ⦿ відповіді,
- ⦿ попередження,
- ⦿ розпорядження,
- ⦿ відмови,
- ⦿ подяки,
- ⦿ підтвердження,
- ⦿ запрошення,
- ⦿ комерційні,
- ⦿ супровідні,
- ⦿ гарантійні,
- ⦿ рекламні,
- ⦿ Рекомендаційні
- ⦿ інформаційні листи.



**Не потребують
відповіді**

ЗА КІЛЬКІСТЮ АДРЕСАТІВ

Звичайні

- адресант - один,
- адресат - один.

Циркулярні

- адресант - один,
- адресат - декілька установ.

Колективні

- адресант - декілька установ,
- адресат - один.

ОФІЦІЙНЕ ЛИСТУВАННЯ МОЖНА РОЗДІЛИТИ НА ТРИ ВИДИ:

Дипломатичне

- офіційне листування міждержавних установ чи іноземних представництв у дипломатичній практиці.

Адміністративне

- офіційне листування між органами управління (органи влади, керівні органи) та виконавцями (установи, підприємства, організації), а також їх структурними підрозділами.

Ділове (комерційне)

- листування напівофіційного характеру між фірмами, установами тощо.

ТЕКСТ ЛИСТА

Текст листа складається, як правило, зі **вступної** й **основної** частин, логічно пов'язаних між собою. У **вступній** частині зазначаються факти, події, обставини, що спричинили написання листа, посилення на нормативні документи, інструкції тощо. В **основній** частині викладається зміст листа:

- ⦿ - у листі-проханні викладається прохання;
- ⦿ - в інформаційному листі повідомляється про певний факт чи захід;
- ⦿ - у листі-запрошенні пропонується взяти участь в якомусь заході;
- ⦿ - у листі-підтвердженні - повідомлення про отримання якого-небудь відправлення (листа, телеграми тощо);
- ⦿ - у листі-нагадуванні - вказівка про наближення або закінчення терміну певного зобов'язання або проведення заходу;
- ⦿ - у листі-відповіді висловлюється рішення з приводу вже поставленого питання;
- ⦿ - у супровідному листі адресат інформується про направлення до нього доданих до листа документів.

Тексти листів у порівнянні з іншими документами є найдемократичнішими та найбагатшими щодо використання лексико-граматичних і стилістичних мовних засобів.

ПРАВИЛА УКЛАДАННЯ ЛИСТА

- **Будьте лаконічні.** Намагайтеся викладати інформацію чітко й по суті, не зловживаючи чужим часом і увагою.
- **Слідкуйте за логічністю та послідовністю викладу.** Розбивши текст на смислові абзаци, ви полегшите його сприймання адресатом.
- **Уникайте багатозначності та не переобтяжуйте лист іншомовними словами.** Суть справи слід викладати чітко, зрозуміло, без двозначностей, які можуть викликати сумніви чи запитання.
- **Будьте ввічливі.** Стежте за стилем вашої кореспонденції. Уникайте категоричності. Не забувайте про вступний і завершальний компліменти.
- **Завершальні речення можуть виражати:** повторну подяку, висловлення сподівання чи надії, запевнення у співробітництві чи надійності, прохання дати відповідь, зателефонувати тощо, вибачення за турботу чи затримку з відповіддю.



Дякую за увагу!

ПРЕЗЕНТАЦІЯ
ЗАВЕРШЕНА