

Для прикладу наведемо практику відповідального партнерства компанії АрселорМіттал. Так, Кодекс відповідального сорсингу³ компанії визначає принципи її співробітництва з постачальниками: співробітництво для вдосконалення соціальних, природоохоронних та етичних стандартів; підтримка, визначення пріоритетів, повага; просування відповідальних бізнес-практик; спілкування та навчання; вдосконалення.

В останнє десятиліття в Україні з надзвичайною швидкістю формується відповідальність суспільства і змінюються функції держави та бізнесу у забезпеченні соціально-економічного розвитку країни. Велика увага приділяється питанням партнерської взаємодії цих трьох секторів. Однак говорити про партнерську взаємодію простіше, ніж реально впроваджувати його в життя. На практиці партнерство вимагає великого терпіння, цілеспрямованості і мужності. Відповідальне партнерство, не будучи швидким способом вирішення проблем, часто може викликати розчарування і досаду, коли початкові надії і очікування партнерів не виправдовуються. Тим не менш, багато партнерські проекти, існуючі в різних країнах світу, є важливим доказом того, що міжсекторна взаємодія може бути високо ефективною і стійкою, якщо партнери застосовують системний підхід до формування, розвитку та управління корпоративними моделями відповідального партнерства.

У рамках 6-річного дослідження під егідою бізнес-школи Стенфордського університету професори Д. Коллінз і Д. Поррас вивчали компанії-довгожителів у безпосередньому порівнянні з їх конкурентами. Вони шукали відповіді на питання: «Що відрізняє успішні компанії від інших компаній?». Єдиним надійним джерелом стабільності є сильний внутрішній стержень (корпоративна культура) і здатність адаптуватися та змінювати все, за виключенням цієї суті. Тим, кому вдалося побудувати компанію, що володіє баченням, достало мудрості зрозуміти, що знання того, «хто я такий», важливіше, ніж знання того, «куди я йду», тому що пункт призначення, скоріше всього зміниться. І цей урок є справедливим як для нашого індивідуального існування, так і для побудови успішних компаній.

Бути компанією з документом про бачення чи справжньою великою організацією – це зовсім різні речі.

*Присухін С.І., канд. філософ.н.,
доцент кафедри філософії*

КУРС ІНТЕНСИВНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ФАХІВЦІВ

Відомо, що для ефективного здійснення економічної діяльності чи не найважливішим завданням є оволодіння мистецтвом ділової комунікації. Ділова комунікація насамперед у бізнесі є результатом специфічних теоретичних знань і досвіду передачі економічно значущої інформації від однієї людини до іншої.

Комунікація в бізнесі — це вміння слухати, аналізувати, аргументувати, нейтралізувати заперечення і приймати кінцеві рішення. Щоб навчитися такій комунікації, потрібно оволодіти конкретними технологіями спілкування (які опираються на знання з психології, соціології, риторики, логіки тощо), мати досвід спілкування, що впливають на успіх і результативність ділових перемовин у системі економічної діяльності (у тому числі й управлінської практики).

Інтенсивна комунікація в бізнесі — це не тільки обмін інформацією в складних обставинах перемовин (коли кожна сторона комунікативної взаємодії прагне реалізувати свій інтерес), а насамперед результат кумулятивної дії багатьох складових, наслідок володіння технологією спілкування на відміну від використання окремих психологічних, риторичних прийомів у спілкуванні тощо. Таким чином, бізнесмен, керівник, управлінець, що володіє технологією інтенсивної бізнес-комунікації, зможе адекватно зреалізувати свою професійну компетентність.

Курс інтенсивної бізнес-комунікації надає можливість оволодіти сучасними технологіями спілкування у сфері бізнесу, економічної управлінської діяльності, враховуючи функції і цільове призначення економічно значущої інформації для організації ефективного бізнесу, проведення ділових перемовин у складних обставинах тощо.

Запропонований курс складається з 10 базових тем і відповідних їм лекцій і практичних занять:

Тема № 1. Вступ. Головні завдання курсу інтенсивної бізнес-комунікації.

Головні завдання курсу інтенсивної бізнес комунікації. Головні положення навчального курсу інтенсивної комунікації, що формують адекватну комунікативну поведінку бізнесмена, економіста, управлінця в складних комунікативних обставинах (при проведенні ділових переговорів, здійснення управлінського рішення, при формуванні важливих документів, укладанні контрактів, протидії маніпулятивним комунікативним технологіям тощо).

³ Сорсинг – пошук джерел постачання

Тема № 2. Підготовка до проведення складних бізнес-комунікацій.

Схема підготовки до проведення ділових переговорів, передачі управлінського рішення, укладення договорів, індивідуальних повідомлень. Прогноз планування ділових переговорів у бізнес-відносинах, управлінських рішень, укладання договорів, подолання суперечливих ситуацій тощо. Зміст і структура складних комунікативних процесів. Риторичні (мовні засоби) в інтенсивній комунікації. Технічна підготовка до інтенсивної бізнес-комунікації.

Тема № 3. Початок спілкування в складних комунікативних умовах.

Мета інтенсивної комунікації. Типові приклади деконструктивного початку діалогу, розмови. Типові приклади конструктивного початку розмови в складній комунікативній ситуації. Рекомендації відносно початку розмови, діалогу, передачі інформації в складній комунікативній ситуації.

Тема № 4. Передача інформації.

Мета передачі інформації. Основи передачі інформації. Техніка формування запитань. Мистецтво слухати і аналізувати. Техніка передачі інформаційного повідомлення. Спостереження за реакцією співбесідника під час організації складних переговорів, ділової бесіди, передачі і здійснення управлінського рішення тощо. Типові складні ситуації при передачі й осмисленні економічно значущої інформації. Психологічні основи конфліктів у складних комунікативних обставинах. Висновки і рекомендації.

Тема № 5. Аргументація в системі бізнес-комунікацій і здійсненні управлінських рішень.

Аргументація переваг власної позиції у бізнесі або при доведенні необхідності управлінського рішення. Мета аргументації. Теорії аргументації. Техніка аргументації. Значення «дрібниць» у ділових комунікаціях. Тактика аргументації. Контрольне тестування з використання аргументації. Висновки і рекомендації.

Тема № 6. Тактика протидії маніпулятивним комунікативним технологіям, що використовуються у сфері бізнесу.

Тактика нейтралізації експресивної (сугестивної) інформації. Система зауважень як спосіб протидії маніпулятивним технологіям спілкування у сфері бізнесу. Найрозповсюдженіші моделі зауважень. Техніка і тактика нейтралізації зауважень протилежної сторони в процесі здійснення ділових перемовин або реалізації управлінського рішення.

Тема № 7. Прийняття рішення і завершення інтенсивної бізнес-комунікації.

Завершення інтенсивної комунікації (у бізнесі, бізнес-контакті) або прийняття і здійснення управлінського рішення. Завдання останньої фази інтенсивної комунікації. Закінчення комунікації — остаточне прийняття рішення для даної конкретної ситуації. Техніка пришвидшеного прийняття рішення. Мета чи шлях до можливого перегляду прийнятого рішення. Загальні рекомендації у зв'язку з рішенням у складних комунікативних обставинах. Висновки і рекомендації.

Тема № 8. Практичні рекомендації, приклади планування комунікацій в бізнесі або здійсненні управлінських рішень.

Практичні рекомендації, приклади, план підготовки до ділових перемовин, бізнес-контактів, здійснення управлінського рішення. Діаграма комунікативного контакту. Робочий план і його стилізація. Класифікація абстрактних моделей складних комунікативних взаємодій у бізнес-відносинах. Класифікація можливих конфліктних і кризових комунікативних ситуацій.

Тема № 9. Узагальнені рекомендації для складних комунікативних ситуацій у бізнес-відносинах і сфері управлінських рішень.

Різновиди складних комунікативних ситуацій у сфері бізнес-відносин та економічного управління (конфліктні кризові ситуації). Попередній аналіз комунікативних ситуацій. Розробка стратегій. Можливі критичні ускладнення. Підбір і систематизація матеріалів для проведення складних комунікацій. Стиль передачі експресивної інформації. Загальні правила запам'ятовування власного повідомлення, аргументації, контраргументації. Проведення контролю (ведення протоколу, записів тощо). Аналіз ефективності проведених переговорів, ділової бесіди, управлінського рішення тощо.

Тема № 10. Завершення бізнес комунікації. Програми індивідуального самовдосконалення в площині проведення інтенсивних комунікацій в бізнесі.

Завершення складної комунікативної ситуації. Програма самостійної підготовки до вирішення нових, більш складних комунікативних ситуацій сфери економічної діяльності та бізнесу. Творчість в інтенсивних бізнес комунікаціях.

Висновок. Курс інтенсивної бізнес комунікації адресований студентам старших курсів економічних навчальних закладів, слухачам магістерського рівня підготовки, а також усім зацікавленим особам, які планують стати професіоналами в сфері управління економічною діяльністю та організації ефективного бізнесу. У подальшому набуті знання стануть основою індивідуального саморозвитку і самовдосконалення бізнесмена як фахівця економічної сфери діяльності.