

УСПЕШНО ДЕЛОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ

Речиси целиот работен процес на менаџерот е исполнет со комуникација: упатување на вработените што треба да прават, одредување кој ќе биде главен извршител, зацртување на начините како ќе се спроведе нешто, слушање мислења и идеи од другите. Истражувањата покажуваат дека менаџерите поминуваат околу 75% од нивното време во комуницирање. Колку подобро комуницира менаџерот, толку ќе биде поуспешен во управувањето со себе си и другите. Добрата комуникација не само што ги поврзува вработените, туку има помага да работат тимски, така што ги соединува различните делови на претпријатието во една претприемачка, способна и корисна целина. Без ефикасно комуницирање би дошло до конфузија и дисхармонија во работењето на поделни сектори. Така на пример, продажниот сектор на би „знаел“ што да продава, производниот не би „знаел“ што да произведува, а финансискиот не ќе „знае“ како да ги распореди парите. Во целата организација, комуницирањето, било писмено или усмено, служи да се пренесуваат информации од еден поединец до група, или од група до друг поединец, со што сите би знаеле кои се целите и намерите.

Деловната комуникација не треба да се сфати како обично кажување нешто некому. Таа претставува трансфер на информации од една личност до друга. Таа е успешна само кога е сфатена пораката од страна на комуникантот на начин на кој што намеравал комуникаторот. За да биде успешна комуникацијата не е потребно комуникантот да се согласи со пораката, важно е само да ја разбере. Комуникацијата може да се одвива на различни начини. Можеме да комуницираме со помош на симболи, низ изговорени или напишани зборови, слики или гестови, низ некои изрази на лицето, тонот на гласот и други форми на невербална комуникација, односно „говор на телото“. Дури и облеката што ја носиме претставува порака за другите. Всушност, само еден дел од целиот комуникациски процес се одвива преку изговорен или напишан збор.

Иако говорот е најчеста форма на комуницирање, успешното комуницирање не се одвива само кога луѓето зборуваат. Зборовите се само еден вид симболи преку кои се пренесуваат идеите до другите. Понекогаш, и самите зборови можат да бидат пречка во комуникацијата – различни жаргони и различни знаења што можат да се припојат кон исти збор – придонесуваат пораката да се прими погршно. Ако примената порака се прифаќа со истото значење како што е испратената, тогаш успешно се реализирала планираната комуникација.

Начинот на кој се искажува пораката, често пати има поголемо значење од самите зборови. Добиените резултати од повеќе истражувања укажуваат на податокот дека само околу 10 % од пораката се сфаќа од зборовите, а другите 90% се сфаќаат од невербалната порака, и тоа 30% од тонот на гласот, а 60% од „говорот на телото“ (гестови, движења, начинот на кој стоиме и се движиме итн.). Доколку невербалната содржина на пораката не соодветствува со вербалната содржина, се вели дека има неусогласеност на комуницирањето. Менаџерот треба да биде „експерт“ во читањето на невербалните пораки и брзо да ги воочува несоодветностите, така што брзо ќе ги сфати, дури и пред да настапат вербалните пораки. Ова толкување може да се одвива и несвесно, но воведувањето на свесност во евалуитањето и групирањето на вербалните и невербалните содржини на пораката гарантира поголема успешност во деловните комуникации.

...

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com