



УДК 331.446.4

## МЕТОДОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Ас. Л.В. Мурована

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Проаналізувати комунікативного процесу з позиції психології з метою розробкою ефективної техніки його проведення

**Об'єкт та предмет дослідження:** об'єктом дослідження виступає комунікативний процес проведення ділових переговорів.

**Предмет** – психологічні методи та прийоми, які застосовуються в процесі ділового спілкування.

**Методи та засоби дослідження:** в процесі даного дослідження використано такі загальнонаукові методи: аналізу та синтезу, графічний, системного аналізу, метод порівнянь та узагальнення.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів:** узагальнено технологію проведення ділових переговорів, що можуть бути використані усіма учасниками переговорного процесу для забезпечення їх ефективності.

**Результати дослідження.** В сучасному комунікативному процесі спостерігається певний дефіцит елементарних теоретичних знань про ділове спілкування та практичне застосування різних психологічних методів та прийомів в переговорному процесі на певному етапі їх проведення.

Ділова комунікація – це процес, в ході якого люди, групи людей або організації обмінюються інформацією. Комунікацією, можна вважати необхідною і загальною умовою життєдіяльності людини та однієї з фундаментальних основ існування суспільства.

Ділове спілкування характеризує регламентованість, тобто підпорядкування встановленим правилам і обмеженням, суворе дотримання рольового амплуа учасників, ретельний відбір використовуваних у спілкуванні мовних засобів.

Основним завданням ділового спілкування є ефективне досягнення цілей виробництва або бізнесу. Однак в процесі спілкування, може скластися ситуація непорозуміння, яка призводить до конфлікту або до розірвання ділових відносин. Для того, щоб не припускатися подібних помилок у спілкуванні, корисно знати психологічні типи характеру наших співрозмовників. Менші за кількістю класи людей, на відміну від культурних спільнот, розглядаються у психологічних типологіях. На загальному рівні їх можна поділити на мотиваційні, безпосередньо пов'язані з організацією діяльності людини, та когнітивні, тобто такі, що описують особливості її мислення.

Виділяють три концепції особистості: психологічну (залежить від типу темпераменту співрозмовника: холерик, сангвінік, флегматик та меланхолік), соціально-психологічну (поділ учасників на екстравертів та інтровертів) та соціальну (залежно від середовища проживання).

Алгоритм професійних переговорів являє собою процес, що складається з чотирьох послідовних етапів (див. рис. 1.). Рівень осіб, які беруть участь у переговорах, і їхня компетентність є вирішальним чинником під час обговорення принципових питань.



Рисунок 1 - Алгоритм проведення професійних переговорів

В процесі проведення ділових переговорів для переконуючого впливу на свідомість реципієнта найбільш ефективні такі форми, як: переконання, вплив, виховання і навчання; при впливі на підсвідомий рівень - сугестія, вплив, психологічне зараження і наслідування. Виділяють три основні форми психологічного впливу: переконання, навіювання і примус, останній чітко регламентований законодавством.

Аргументація, що використовується для переконуючого впливу на реципієнта, може ґрунтуватися на різних прийомах маніпулювання вихідними фактами чи даними.

Маніпулювання свідомістю - це створення таких умов, при яких відповідна реакція іншої людини однозначно визначається діями людини, що обманює.

Іноді, щоб змусити людину на певні дії, потрібно поставити її перед вибором, зробивши це таким чином, щоб одне з рішень виявилось також найбільш прийнятне і для іншої людини.

**Висновки.** Оскільки проблематика переговорного процесу носить суцільно прикладний характер, то вона користується широким попитом при рішенні цілком конкретних ситуацій, у яких спостерігається зіткнення інтересів двох або більшого числа сторін.

**Ключові слова:** ділове спілкування, переговори, комунікативний процес, аргументація, маніпулювання, психологічний вплив, переконання, навіювання.