

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ZA GOSTINSTVO IN TURIZEM BLED

TURIZEM REDNI

# USTNO POSLOVNO KOMUNICIRANJE

**Predmet:** Poslovno sporazumevanje in vodenje

-

## **KAZALO:**

1. UVOD.....	4
2. SPLOŠNA PRAVILA KOMUNICIRANJA.....	5
2.1. PRAVILA POGOVARJANJA.....	5
2.2. OBVEZNA STRUKTURA VSAKEGA GOVORNEGA NASTOPA.....	5
2.3. ZAŽELENI ODGOVOR.....	5
2.4. NEZAŽELENI ODGOVOR.....	5
2.5. PRITI DO BESEDE.....	6
2.6. OBDRŽATI BESEDO.....	6
2.7. PREDATI BESEDO.....	6
2.8. UPORABA HUMORJA.....	6
3. PREDNOSTI IN POMANJKLJIVOSTI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA.....	7
3.1. PREDNOSTI.....	7
3.1.1. Hitrost poslovnega komuniciranja.....	7
3.1.2. Celovitost sporočanja pomena.....	7
3.1.3. Neposredno preverimo razumevanje sporočila.....	7
3.1.4. Večja zasebnost sporočanja.....	7
3.2. POMANJKLJIVOSTI.....	7
3.2.1. Ustno komuniciranje ni dokumentirano.....	7
3.2.2. Manjša dokazna vrednost.....	8
3.2.3. Manjša natančnost sporočanja.....	8
4. TIPIČNE OBLIKE KOMUNICIRANJA.....	8
5. ZVRSTI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA.....	10
5.1. NEPOSREDNI POSLOVNI RAZGOVOR.....	10
5.2. TELEFONSKI POGOVOR.....	10
5.3. POSLOVNA PREDSTAVITEV.....	10
5.4. POSLOVNI SESTANEK.....	11
5.5. INTERVJU.....	11

6. ZAKLJUČEK.....	11
7. VIRI IN LITERATURA.....	12

## 1. UVOD

Predstavile Vam bova ustno poslovno komuniciranje, ki se je v praksi izkazalo kot najuspešnejše in se ga najpogosteje uporablja.

Spoznali bomo njegove prednosti in slabosti, njegova pravila (kako diskutirati, dokazovati, upravičevati, poročati, spraševati...), obliko (neposredni poslovni pogovor, telefonski pogovor, sestanek, intervju...) in bonton ustnega komuniciranja.

Za to temo sva se odločili, ker nam ustno komuniciranje veliko pomeni, hkrati pa misliva da se v tem sodobnem času, kjer prevladujejo računalniki, ustno komuniciranje pozablja.

Predstavile vam bova naslednje teme kot so:

- Splošna pravila komuniciranja
- Prednosti in pomanjkljivosti ustnega komuniciranja
- Tipične oblike komunikacije
- Zvrsti poslovnega komuniciranja



## 2. SPLOŠNA PRAVILA KOMUNICIRANJA

Ustno komuniciranje mora biti urejeno po nekih pravilih kot na primer:

- pravila pogovarjanja,
- obvezne strukture govornega nastopa,
- zaželeni odgovor,
- nezaželeni odgovor,
- priti do besede,
- obdržati besedo,
- predati besedo,
- uporaba humorja.

### 2.1. PRAVILA POGOVARJANJA

Poznamo 2 vrsti pravil pogovarjanja in to sta:

- regulativno pravilo določa, da svojega sogovornika med govorjenjem ne prekinjamo,
- konstitutivno pravilo; pri kršenju tega pravila ostanejo posledice, saj pri nasilnem vdiranju v besedo sogovornika kršimo pravilo, da je zaključek pogovora soglasen.

### 2.2. OBVEZNA STRUKTURA VSAKEGA GOVORNEGA NASTOPA

Govorni nastop je sestavljen iz začetne, osrednje in končne stopnje. Vsaka stopnja nima enake dolžine, največ časa je namenjenega osrednji stopnji, najmanj časa pa končni stopnji. Ta sestava pa se lahko spreminja.

### 2.3. ZAŽELENI ODGOVOR

Zaželeni odgovor je tisti, ki po vsebini ustreza začetnemu vprašanju in je v skladu z družbenimi vsebinami, ter upošteva namen tistega, ki je pogovor začel.

Npr.: Kakšno je danes vreme?

Odgovor: Danes že cel dan sneži!

### 2.4. NEZAŽELENI ODGOVOR

Nezaželeni odgovor je takrat, ko na naše vprašanje dobimo nejasen odgovor ali odgovor, ki si ga ne želimo slišati.

Npr.: Vodja vpraša tajnico ali ga je kdo klical?

Zaželeni odgovor: Klicala vas je vaša poslovna partnerka!

Manj zaželen odgovor: Na listku je vse zapisano!

Nezaželen odgovor: Ne vem točno, nekam sem založila listek!

## 2.5. PRITI DO BESEDE

Oseba, ki želi priti do besede lahko uporabi vljudnostna ali ne vljudnostna pomagala, da do besede pride. Vljudnostna uporabi takrat, ko dvigne roko, ne vljudnostna pa kadar začne vzporedno govoriti z govornikom.

## 2.6. OBDRŽATI BESEDO

Besedo lahko obdržimo na več načinov:

- govorimo v neprekinjenih stavkih,
- ne sprejemamo prekinitev,
- uporabljamo nebesedne znake, tako da glasneje govorimo in se nagnemo naprej.

## 2.7. PREDATI BESEDO

Govorci največkrat uporabljajo naslednje primere zaključevanja govorov:

- Spravi svojo beležnico in gre na svoje mesto,
- Uporabi zaključno frazo: To bi bilo vse, hvala!
- Zaključek nakaže z tonom glasu,
- Uporabi slovnično sestavo (na začetku predstavi koliko tem bo opisal).

## 2.8. UPORABA HUMORJA

Uporaba humorja je v poslovnem svetu dobrodošla:

- pri poudarkih točno določenih vsebin,
- pri spremembi razpoloženja,
- za zabavo,
- pri zmanjševanju stresa v različnih situacijah.

Vendar moramo biti pri uporabi humorja zelo pazljivi, saj če ga ne uporabimo v pravi obliki lahko udeležence pripravimo do tega, da postanejo še slabše volje, kot so bili prej.

### **3. PREDNOSTI IN POMANJKLJIVOSTI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA**

#### **3.1. PREDNOSTI**

##### **3.1.1. Hitrost poslovnega komuniciranja**

Ker je v poslovnem svetu hitrost odločilnega pomena, je zelo cenjeno in veliko uporabljeno. Kot na primeru se lahko dva poslovna partnerja le v nekaj minutah dogovorita za sklenitev posla in ker pisno komuniciranje vzame veliko časa.

##### **3.1.2. Celovitost sporočanja pomena**

To je takrat ko se dve vodje različnih podjetij dogovarjata za sklenitev posla in jima je v prednost, če sta v fizičnem stiku, saj lahko ugotovita določene lastnosti, ne samo od izrečenih besed, temveč tudi iz govorice telesa.

##### **3.1.3. Neposredno preverimo razumevanje sporočila**

Vedno lahko preverimo, če nas je prejemnik sporočila prav razumel, saj ga vidimo in to razločimo že iz obrazne mimike. Glede na to jim lahko še enkrat razložimo sporočilo, da ga odo razumeli na tak način kot smo si ga zamislili.

Primer: ko vidiš, da sogovornik odkimava ali te "čudno" gleda, veš da je nekaj narobe in mu na jasnejši način razložiš še enkrat.

##### **3.1.4. Večja zasebnost sporočanja**

V ustnem komuniciranju je večja zasebnost kot pri pisnem, saj lahko lokacijo sestanka spremeniš iz minute v minuto in dosežeš, da sporočilo pride do pravega prejemnika. Z lahkoto se izogneš prisluškovanju in vsiljevanju, saj si lahko izbiraš nenavadne kraje za sestanek.

#### **3.2. POMANJKLJIVOSTI**

##### **3.2.1. Ustno komuniciranje ni dokumentirano**

Slabost tega komuniciranja je v tem, da ni nikakršnega dokaza o tem dogovoru.

Če pride do kakršnihkoli nepravilnosti ali neskladnosti, se lahko to reši samo če so bile pri dogovoru prisotne priče. Vendar je lahko tudi ta dokaz vprašljiv, če je od dogovora preteklo veliko časa, saj človeški spomin čez čas peša in izgublja najpomembnejše podatke.

### 3.2.2. Manjša dokazna vrednost

V sodobnem svetu ustni dogovor ne zadostuje, temveč je potrebno za vsak sklenjen posel imeti pisno dokazilo o sklenjenem dogovoru, saj ni več tistih časov ko je veljalo načelo "obljuba dela dolg". Sedaj moraš za vsako stvar imeti dokaz saj te lahko drugače hitro prevarajo.

### 3.2.3. Manjša natančnost sporočanja

Hitrost pri ustnem komuniciranju smo označili za prednost, ampak je lahko zelo slabo, ko tisti trenutek oblikujemo sporočilo in ne povemo vsega kar bi si želeli. Velikokrat tudi določene stvari pozabimo in se lahko zgodi, da prejemnik ne more prav razumeti našega sporočila.

## 4. TIPIČNE OBLIKE KOMUNICIRANJA

V nadaljevanju vam bova predstavili naslednje oblike komuniciranja:

- **Diskutiranje** je proces glasnega mišljenja in razvijanja idej, ko udeleženci nimajo enakega mnenja o zadevi. Pri tem si izmenjujejo svoja mnenja in skupno sprejemajo končno odločitev. Je najbolj organizirana oblika v izmenjavi posameznikovih mnenj.
- **Dokazovanje** je navajanje razlogov za ali proti nečemu, ki lahko traja dalj časa saj se morajo vsi udeleženci opredeliti in navesti svoje razloge.
- **Informiranje** je posredovanje informacij drugim ali se sam informirati. Informiranje nekoga ali sebe ni popolno saj lahko izpustiš veliko pomembnih podatkov. Je pa zelo pomembno, da na sestanek prideš informiran o temi pogovora in možnih informacijah, ki jih je o tej temi dobro vedeti.
- **Obdolžiti** pomeni, da nekoga opozoriš na nastalo situacijo, ki ni bila pravilna, seveda pa moraš to utemeljiti na trdih dokazih. Obdolžitev je podobna tožbi, le da pri tem ni pisnega dokumenta.
- **Odpustiti** pomeni, da nekoga odstranimo z delovnega mesta in to je uradni konec njegove zaposlitve. To lahko stori samo uradna oseba, ki je na višjem položaju kot odpuščeni saj se takrat odpuščeni počuti nelagodno in bi se lahko še bolj če bi mu odpustitev predal nekdo, ki je na nižjem položaju. Podjetje mora odpuščenemu pomagati finančno ter pri iskanju nove zaposlitve.



- **Opravičevati**

Pri opravičevanju poznamo dva pomena, ki sta med seboj povezana vendar različna. Pri prvem opravičujemo sebe ali svojega podrejenega, ki je storil nekaj narobe. Pri drugem opravičevanju pa moramo nakazati zadržanost pri neki dejavnosti, pri kateri bi nas poslušalec lahko obsojal.

- **Pritoževati**

Pritoževanje je izražanje čustvene prizadetosti, nelagodja in nezadovoljstva. Je rahla čustvena prizadetost, vendar toliko močna da se o njej govori. Pritoževanje nima velike prednosti, če tisti ki se pritožuje ne ponudi rešitve. Če nadrejeni ugotovi, da je pritožba pristna se mora s pritoževalcem pogovoriti in v najhitrejšem času pritožbo rešiti, da nebi začelo motiti še preostale udeležence v prostoru.

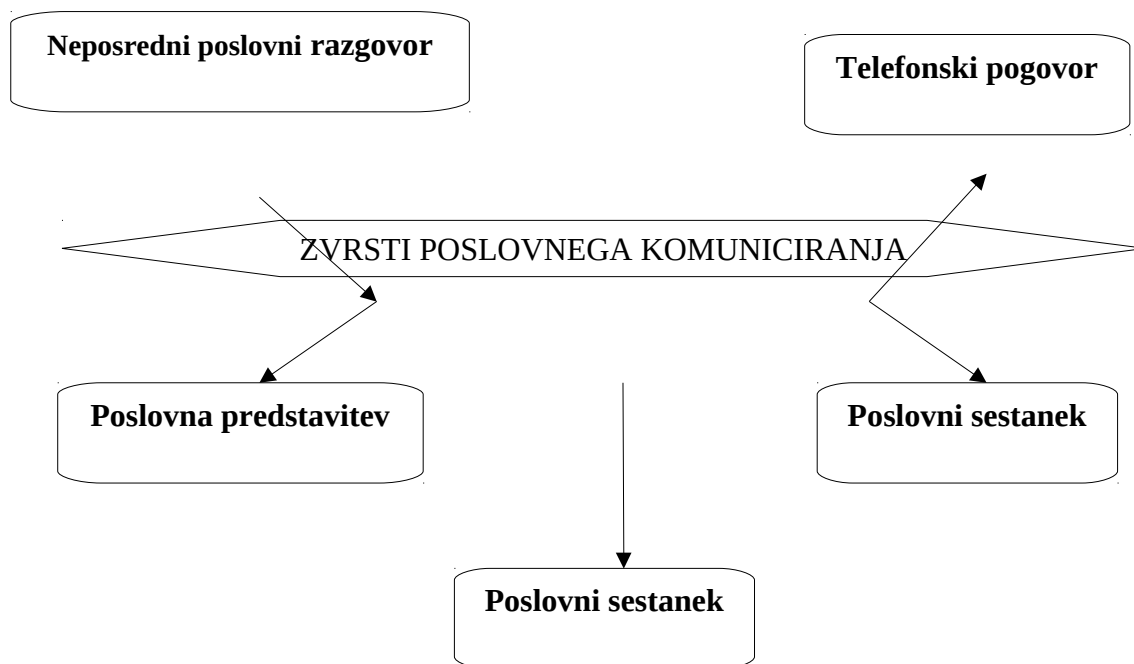
- **Sprejeti** pomeni, da sprejmemo neko ponudbo in se v nadaljevanju po njej ravnamo. Kadar ponudbo sprejmemo, moramo pokazati hvaležnost, ker smo priložnost dobili, da vzpodbudimo nadaljnjo sodelovanje. Pri sprejetju ponudbe pa moramo preučiti tisto deželo, ki nam je sodelovanje ponudila, da nebi kršili njihovih pravil in jih s tem privedli do tega, da nam projekt odzamejo.

- **Svetovati**

Svetovanje je definirano kot dajanje nasvetov za nekaj dobrega ali slabega. Pomeni tudi, da se svetovalci postavi v višji položaj kot tisti, ki svetovanje sprejema in ga s tem proučuje. To pomeni, da svetovalci na svetovanega psihično vpliva. Obstaja pa velika nevarnost, da tisti ki daje nasvet nenamerno prizadene tistega ki nasvet sprejema.

- **Zagovarjati** pomeni, da trdiš o nečem, da je resnično v kar pa drugi ne verjamejo. Je navajanje informacij o katerih smo popolnoma prepričani in želimo, da jih poslušalci sprejmejo kot resnične in jim verjamejo. Pri tem želimo dobiti tudi njihovo pritrditev. Kadar pa govorec neko stvar zagovarja vendar o tem nima nikakršnih dokazov lahko za prepričevanje uporabi svoj ugled, vendar samo takrat kadar je resnično na visokem položaju. S tem lahko tvega svoj ugled če se kasneje pokaže, da je tisto kar je zagovarjal neresnično.

## 5. ZVRSTI POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA



### 5.1. NEPOSREDNI POSLOVNI RAZGOVOR

V tem poslovnem razgovoru lahko sodeluje več strank, vendar se posel sklepa samo med dvema zaradi lažje ohranitve ravnotežja v pogovoru, kasneje pa se v posel lahko vključijo tudi podizvajalci. Prednost neposrednega poslovnega komuniciranja je, da se povratne informacije lahko izmenja takoj in pri podpisu pogodbe ne pride do nejasnosti. Razgovor obsega pripravo na določeno temo, sporočanje in poslušanje.

### 5.2. TELEFONSKI POGOVOR

Je priročno sredstvo v poslovnem razgovoru, saj omogoča pogovor na daljavo, kjer govorca nista v neposrednem stiku. Telefonski pogovor ima prednost, da poslušalec lahko sprejema tempo in glasnost glasu, ne sprejema pa vidnih signalov, ki so lahko še bolj pomembni. Njegove prednosti so še hitrost povratne informacije, večja neposrednost, relativna zasebnost, priročnost vzpostavljanja zveze ter nizka cena. Ima pa tudi pomanjkljivosti, kot je nedokumentiranost, omejenost na besedne in zvočne signale ter manjša zasebnost.

### 5.3. POSLOVNA PREDSTAVITEV

Na poslovno predstavitev se mora govorec dobro pripraviti in vedeti, kaj je cilj predstavitve. Npr.: predavatelj nam že na uvodni uri pove kakšne so njegove zahteve.

V predstavitvi lahko govorec na poslušalce vpliva, informira, poduči ali jih za kaj prepriča. Predstavitev mora biti jasna, razumljiva ter vabljiva. Saj nejasna predstavitev samo zmede poslušalce, kar na koncu privede do tega, da se poslušalec ne zna opredeliti za eno stvar.

#### 5.4. POSLOVNI SESTANEK

Kot nekoč so tudi sedaj poslovni sestanki zelo pomembni, saj imajo vse prednosti neposrednega komuniciranja in se na njih vedno piše zapisnik, kateri izniči še tiste pomanjkljivosti, ki bi lahko nastale. Za sestanek lahko štejemo, ko je prisotnih tri ali več oseb in uporabljajo besedno ali nebesedno komunikacijo za doseg svojega cilja. Na sestankih lahko samo informiramo poslušalce ali se odločamo o pomembnih zadevah.

Poslovni sestanek pa ima eno veliko pomanjkljivost, saj si ga zaradi visoke cene marsikatero podjetje ne more privoščiti. Za organizacijo sestanka moraš plačati stroške priprave, prostora, opreme, materiala, plače ter potne stroške udeležencev.

#### 5.5. INTERVJU

Je oblika poslovnega komuniciranja pri katerem je vsebina že v naprej točno določena in se izvaja med dvema ali več osebami. Pri intervjuju je vedno nekdo, ki sprašuje in nekdo, ki na vprašan ja odgovarja, vendar se ta vloga lahko zamenja (pri posojilih v banki ali na razgovorih za službo, itd.).

## 6. ZAKLJUČEK

Obdelali sva veliko načinov in oblik komuniciranja, ki se v poslovnem svetu vsakodnevno uporabljajo. Spoznali sva veliko novih stvari, ki nama bodo v življenju prav prišle tako v zasebnem kot tudi poslovnem svetu.

Nekatere načine sva velikokrat že uporabljali tako, da sva jih tudi že poznali. Ampak želeli sva se o tej temi še dodatno izobraziti in najino znanje poglobiti. Zato sva si tudi izbrali ta naslov saj zavzema veliko tematik iz sveta komunikacij.

## **7. VIRI IN LITERATURA**

Kavčič, B. (1999). Poslovno komuniciranje. Ljubljana, Ekonomska fakulteta. Ustno poslovno komuniciranje, strani 151 – 274.