

УДК 37.013.43:33

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ ФОРМ СПІЛКУВАННЯ

Будянська Вікторія Анатоліївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки та іноземної філології ХНЕУ ім. Семе́на Кузне́ця

Анотація: розглянуто проблему формування культури ділового спілкування менеджерів освіти, володіння ними різними формами ділового спілкування.

Ключові слова: менеджер освіти, культура ділового спілкування, засоби спілкування.

Соціально-економічні зміни, що відбулися в нашій країні за останні роки, висунули нові вимоги до професійної підготовки менеджерів освіти. Сучасний фахівець має вміння спілкуватися з людьми, швидко реагувати на будь-які зміни ситуації. Тому в освітньому процесі закладу вищої освіти потрібно багато уваги приділяти комунікативному аспекту діяльності майбутніх менеджерів освіти, що сприятиме формуванню їхньої культури ділового спілкування. Усе це свідчить про актуальність обраної теми дослідження.

Основна діяльність з ділового спілкування відбувається в межах типових форм. Розглянемо деякі з форм ділового спілкування з позиції досягнення поставленої мети нашого дослідження:

- «ділова бесіда – мовне спілкування між співрозмовниками, які мають необхідні повноваження від своїх організацій для встановлення ділових відносин, що сприяють вирішенню ділових проблем або пошуку конструктивного підходу до їх вирішення;

- ділові переговори – основний засіб узгодженого ухвалення рішень у процесі спілкування зацікавлених сторін;

- ділові наради – спосіб відкритого колективного обговорення проблем групою фахівців;

- публічні виступи – передача одним виступаючим інформації різного рівня широкій аудиторії з дотриманням правил і

принципів побудови мови і використанням ораторських прийомів» [85, с.12].

До вищеперерахованих віднесемо і такі форми спілкування, як прес-конференції, дебати, презентації, дискусії тощо.

При всьому різноманітті форм ділового спілкування ділова бесіда є найбільш поширеною і найчастіше вживаною. Поняття «ділова бесіда» вельми широке і достатньо невизначене: це і просто ділова розмова зацікавлених осіб, і усний контакт між партнерами, пов'язаними діловими відносинами. Її особливість полягає в тому, що вона є діалоговою формою спілкування, у якій міжособистісне спілкування ділових партнерів обмежене формально-рольовими і просторово-часовими межами. Ділова бесіда є найбільш сприятливою, часто єдиною можливістю переконати співрозмовника в обґрунтованості своєї позиції для того, щоб співрозмовник погодився і підтримав її. Таким чином, одне з головних завдань ділової бесіди – переконати партнера прийняти конкретні пропозиції.

Ділова бесіда виконує ряд найважливіших функцій. До них належать:

- взаємне спілкування працівників з однієї ділової сфери;

- сумісний пошук, висунення й оперативне розроблення робочих ідей і задумів;

- контроль і координування вже розпочатих ділових заходів;

- підтримування ділових контактів;

- стимулювання ділової активності.

Загальноприйнята структура ділової бесіди, запропонована М. Б. Ребус, складається з п'яти етапів: початок бесіди; передача інформації; аргументація; підведення підсумків; ухвалення рішень [238, с.119].

У сучасній діловій практиці як важлива форма ділового спілкування використовується ділова нарада. Вона є способом відкритого колективного обговорення тих або інших питань. Форми такого обговорення дуже різноманітні. Це – з'їзди, конференції, симпозіуми, збори, засідання, семінари. Вони класифікуються залежно від змісту і важливості, а також місця, часу, тривалості роботи і винесених на обговорення проблем. Суть ділової наради полягає в тому, щоб забезпечити вільну дискусію і запропонувати загальне рішення на основі широкого обміну думок, у тому числі і не відповідних рішенням адміністрації.

Порівняно з діловою бесідою чисельність суб'єктів спілкування в діловій нараді здебільшого зростає. Змінюються спрямованість спілкування і частота. Визначальний психологічний вплив у діловій нараді виходить від лідера спілкування, яким може бути офіційний керівник або провідний співробітник. Найчастіше ділові наради проводяться при необхідності ухвалення колективного рішення на основі рівного права кожного висловлювати і обґрунтовувати свою думку, якщо рішення питання зачіпає інтереси одночасно декількох структурних підрозділів організації, якщо для вирішення питання необхідно скористатися думками різних груп працівників.

Практика ділового спілкування показує, що ділові наради більш ефективні, ніж просто адміністративне вирішення деяких проблем вузьким колом управлінців. Розташування ділових партнерів повинне сприяти їхній якнайкращій вербальній і невербальній комунікації, а часові рамки бажано обмежити двома годинами. Потрібно завчасно оповіщати учасників наради про її проведення і знайомити з порядком денним, зі всіма потрібними матеріалами, щоб виступи бажаних були продумані заздалегідь.

Найважливішою формою ділового спілкування є ділові переговори. На відміну від інших форм ділового спілкування, ділові переговори мають більш жорсткі

формально-рольові і статусні рамки [170; 283]. Будь-яка стратегія ділових переговорів повинна відповідати трьом критеріям: 1) приводити до розумної угоди, якщо вона взагалі можлива; 2) бути ефективною; 3) поліпшити або принаймні не псувати стосунки між сторонами.

Ділові переговори можуть бути позиційні і принципові. При стандартній (позиційній) стратегії ведення ділових переговорів кожна зі сторін переважно відстоює власну позицію і ледве йде на поступки, щоб добитися компромісу. Принципові переговори можуть застосовуватися майже в будь-яких обставинах. Слід пам'ятати, що людине можна ототожнювати з комп'ютерами: люди володіють емоціями, у них часто радикально різне сприйняття, що сильно заважає процесу ділового спілкування. Якщо не прямо, то побічно учасники ділових переговорів повинні дійти до розуміння того, що їм необхідно працювати пліч-о-пліч і розв'язувати проблему, а не сперечатися один з одним. Дотримання ділового протоколу тут обов'язкове, повноваження учасників ділових переговорів визначені більш чітко, найчастіше конкретною спеціальною інструкцією. Важливою особливістю ведення ділових переговорів, на думку Дж. Ягер, є урахування національного стилю ухвалення рішень [307].

Особлива форма ділового спілкування – прес-конференція. Її проведення доречно тоді, коли необхідно ознайомити громадськість з поглядом організації, підприємства, фірми (або державних структур) на яку-небудь соціально значущу проблему або у цілях створення позитивного корпоративного іміджу. У цьому випадку вона стає одним із важливих напрямів діяльності PR- публіцистики зі створення сприятливого для успіху організації зовнішнього соціально-психологічного середовища.

У сучасній діловій практиці як спеціалізована форма ділового спілкування використовується презентація. Її особливість полягає в тому, що це перше офіційне представлення підприємства, організації,

фірми та її продукту (послуг, товарів) на внутрішньому або міжнародному ринку. Презентація загалом сприяє зміцненню позитивного іміджу підприємства, організації, фірми.

Отже, існує багато форм ділового спілкування: ділові бесіди, ділові переговори, ділові наради, публічні виступи, прес-конференції, презентації. Використання цих форм ділового спілкування під час професійної підготовки майбутніх менеджерів освіти сприятиме формуванню їхньої культури ділового спілкування.

Список використаної літератури

1. Гаськова Н. В. Этика делового общения / Н. В. Гаськова. – М. : СГУ, 2004. – 88 с.
2. Лебедева М. М. Вам предстоят переговоры / М. М. Лебедева. – М. : Экономика, 1993. – 195 с.
3. Ребус М. Б. Психология делового общения / М. Б. Ребус. – М. : Илекса, 2001. – 176 с.
4. Фишер Р. Путь к согласию или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. – М. : Наука, 1992. – 83 с.
5. Ягер Дж. Деловой протокол: стратегия личного успеха / Дж. Ягер ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина бизнес букс, 2004. – 343 с.

Автор

**Будянська Вікторія Анатоліївна, доцент
кафедри педагогіки та іноземної філології
vikkbud@i.ua**

Тези доповіді надійшли 08 січня 2018 року.
Опубліковано в авторській редакції.

