



УДК 811,161.2'322,5:620,9

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК ВАГОМИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕНЕРГЕТИКІВ

*Курганський О.Д., студент ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
Науковий керівник – В.І. Хомич, к.ф.н., доцент кафедри соціально-гуманітарних
дисциплін ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»*

Проведено аналіз аспектів професійного спілкування для енергетиків. Узагальнена класифікація видів ділового спілкування. Розгляд основних видів та вимог до ділового спілкування енергетиків.

Спілкування, ділове спілкування, стратегія і тактика спілкування, види ділового спілкування.

Сфери професійних стосунків, спілкування, комунікації належать до фундаментальних вимірів людського світу. Особливої гостроти ці проблеми набувають в умовах глобалізаційних процесів, коли вельми поцінуються уміння спілкуватися, результативно вирішувати професійні проблеми, трансльовані в ту чи іншу «фахову справу», зокрема й для енергетиків. Тому питання про ділове спілкування стало об'єктом дослідження таких науковців, як Бондаренко [1], Кацавець [3] та інших. Проте ще залишаються невирішені аспекти цього питання. Тому питання про структуру ділового спілкування у сфері професійної діяльності енергетиків стало об'єктом нашої наукової розвідки. Мета й завдання роботи: дати об'єктивне визначення поняттю «ділове спілкування», упорядкувати класифікацію щодо видів ділового спілкування.

Ділове спілкування – це спілкування ділових людей [7, с.12]. Отже, ділове спілкування є специфічною формою контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації. Воно включає обмін інформацією, пропозицією, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

Завданням ділового спілкування є ефективна співпраця. Тому має базуватися на моральних цінностях, моральній культурі, на таких правилах і нормах поведінки, які сприяють розвитку співпраці (зміцнення взаємодовіри, поваги один до одного). Це постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. Організація, регулювання, оптимізація професійної, наукової, комерційної чи іншої діяльності. В основі ділового спілкування лежить рух суб'єктів до його успіху. Воно концентрує в собі все те, що сприяє згуртованості, комунікативному співробітництву учасників спілкування та прояву індивідуальної ініціативи.

Шляхом зіставлення ділового спілкування як специфічної форми взаємодії і спілкування в цілому – як загального – виявлено такі його особливості:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку стосунків між представниками взаємозацікавлених установ;
- регламентованість, тобто підпорядкованість загальноприйнятим правилам і обмеженням;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст, можливі наслідки;
- творчий характер взаємин, спрямованість їх на розв'язання конкретних ділових проблем, досягнення мети;
- взаємоузгодженість рішень та подальша організація співпраці партнерів;

СЕКЦІЯ 3

«Соціально-економічні аспекти управління якістю освіти і науки» «Освітні інновації з позицій доступності та неперервності освіти»



- взаємодія економічних інтересів і соціальне регулювання здійснюється у правових межах. Ідеальний результат таких взаємин - це партнерські стосунки, що ґрунтуються на обопільній повазі й довірі;

- значущість кожного партнера як особистості;

- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що хвилюють їх внутрішній світ.

Ділове спілкування (або просто «комунікація», у бізнес-контексті) включає в себе такі наступні теми: маркетинг, бренд-менеджмент, відносини з клієнтами, поведінка споживачів, реклама, зв'язки з громадськістю, корпоративне спілкування, залучення населення, управління репутацією, міжособистісне спілкування, залучення співробітників, та керування подіями. Це тісно пов'язане зі сферою професійної комунікації та технічної комунікації. Медіа-канали для бізнес-комунікацій включають: інтернет, друковані засоби масової інформації, радіо, телебачення, навколишнє середовище, і передача інформації «з уст в уста». Мовознавцями зазначено, що ділове спілкування – це складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми в службовій сфері [2, 3]. Специфічною особливістю названого процесу є регламентованість, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, що визначаються національними і культурними традиціями, професійними етичними принципами.

Мацько Л. І. виділяє такі види ділового спілкування, зокрема за способом обміну інформацією розрізняють усне і письмове ділове спілкування [6]. Усні види ділового спілкування, у свою чергу, поділяються на монологічні і діалогічні. Так, до монологічного виду зараховують: вітальну промову; торгову мову; інформаційну мову; доповідь (на засіданні, зборах).

До другого підвиду, тобто діалогічного, відносяться: ділова розмова (короткочасний контакт, переважно на одну тему), ділова бесіда (тривалий обмін інформацією, точками зору), переговори (обговорення з метою досягнення угоди з будь якого питання), інтерв'ю (розмова з журналістом), дискусію, нараду, пресс-конференцію, контактну ділову розмову, телефонну розмову (дистанційну розмову, що виключає невербальну комунікацію).

Другий, тобто письмовий, вид ділового спілкування – це численні службові документи: діловий лист, протокол, звіт, довідка, доповідна і пояснювальна записка, акт, заява, договір, статут, положення, інструкція, рішення, розпорядження, вказівка, наказ, доручення.

Науковці також зазначають, що спілкування може класифікуватися й за змістом на: матеріальне (обмін предметами і продуктами діяльності); когнітивне (обмін знаннями); мотиваційне (обмін мотивами, цілями, інтересами, мотивами, потребами); діяльнісне (обмін діями, операціями, уміннями, навичками) [8].

З урахуванням засобів називаємо наступну диференціацію ділового спілкування. Виокремимо чотири види: безпосереднє (здійснюване за допомогою природних органів, тобто: руки, голови, тулуба, голосових зв'язок і т.д.); опосередковане (пов'язане з використанням спеціальних засобів та знарядь); пряме (припускає особисті контакти і безпосереднє сприйняття один одним людей, що спілкуються між собою); непряме (здійснюється через посередників, якими можуть виступати інші люди).

З розглядом поняття „ділове спілкування” пов'язане питання про його види. Науковці радять вдатися до наступних:

- веб-комунікація – для кращого і більш досконалого спілкування, у будь-який час та будь-де;

- відеоконференція, яка дозволяє людям у різних місцях проводити інтерактивні наради;

- електронні повідомлення, які забезпечують миттєве письмове спілкування у всьому світі;

- звіти займають важливе місце в документуванні будь-якого відділу;



**Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
професорсько-викладацького складу, науковців, аспірантів і студентів
«Роль інститутів освіти та науки у формуванні інноваційної культури суспільства»**

– презентації нині дуже популярний спосіб спілкування для всіх типів організацій, як правило, за участю аудіовізуальних матеріалів, таких, як копії доповідей або матеріалів, підготовлених у Microsoft PowerPoint або Adobe Flash;

- телефонні наради, які дозволяють відбутися спілкуванню на відстані;
- форуми дають змогу миттєво розміщувати інформацію в централізованому місці.

Ділове спілкування дещо відрізняється і є унікальним у порівнянні з іншими видами комунікацій; мета якого бізнес, щоб заробити гроші. Таким чином, для розробки рентабельності комунікатор повинен розвивати гарні навички спілкування.

1. Складні повідомлення. Використання складних технічних термінів може призвести до відсутності спілкування. Щоб запобігти цьому, потрібно використовувати чіткі та короткі повідомлення, які легко зрозуміти.

2. Приховування інформації. В організаціях, більша частина інформації є конфіденційною у зв'язку з політикою компанії. Переконайтеся, що інформація, яка необхідна є легкодоступною.

3. Різні позиції. Управління повинне тримати співробітників у курсі та підтримувати зворотний зв'язок.

4. Неefективні процеси комунікації. Підтримка ієрархії в організації є необхідною, але це може зменшити потік комунікації, тому дуже важливо зменшувати ієрархічну структуру і підвищувати взаємодію та спілкування.

5. Відсутність довіри. Найбільш важливим фактором відсутності спілкування в організації є конкуренція, яка призводить до відсутності довіри між співробітниками. Обмінюйтеся інформацією, спілкуйтеся відкрито і чесно, залучайте інших під час прийняття рішень.

6. Мовний бар'єр. Мовний бар'єр є ще одним важливим фактором ділового спілкування. Якщо спілкування відбувається без розуміння мови одне одного, тоді воно того не варте.

Як зазначається у посібнику В. І. Хомич, у діловому спілкуванні, у тому числі і для енергетиків, можна виокремити певні зони, які визначаються за відстанню між людьми [7, с.12]. Наприклад:

- інтимна зона – спілкування з близькими, батьками;
- особиста зона – спілкування з друзями та однодумцями;
- зона соціального спілкування – це відстань, на якій проводиться бесіда між колегами по роботі;
- формальна зона – ділові переговори, візити до вищих чиновників;
- загальнодоступна або публічна зона – це спілкування, що проводиться з великою групою людей.

Також слід урахувати, що ділове спілкування як невід'ємний процес взаємодії людей має певні фази спілкування: початкову, основну та завершальну. Початкова фаза – це момент, коли встановлюються вихідні контакти, партнери настроюються на спілкування, йде орієнтація в ситуації. Головним завданням цієї фази є спонукати ділового партнера до спілкування, зацікавити, знайти максимально можливі теми для обговорення проблем.

Завдання основної фази: встановити проміжну та кінцеву мету спілкування, виконати безпосередньо мовні, немовні та документальні контакти.

І, нарешті, остання фаза – завершальна. Вона характеризується формуванням підсумків ділової взаємодії, виходом з контакту та перспектив розвитку подальшої взаємодії.

Важливими складовими ділового спілкування для енергетиків є стратегія і тактика. Стратегія передбачає постановку певної цілі, яка стимулює волю учасника спілкування, заставляє його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізувати свої здібності, знання, досвід, уміти підпорядковувати власні сили, досягнення цієї мети. Тактика ділового спілкування передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою в досягненні поставленої мети. Ґрунтується тактика спілкування на певних засадах, найважливішими з яких є:

СЕКЦІЯ 3

«Соціально-економічні аспекти управління якістю освіти і науки»
«Освітні інновації з позицій доступності та неперервності освіти»



- наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативно ними скористатись;
- недопущення конфронтації чи конфліктів з діловим партнером;
- уміле використання механізмів людської взаємодії, прихильності, симпатії, антипатії, довіри, поваги;
- уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд ідей, думок;
- освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках;
- вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, вловлювати найменші зміни в ситуації.

Отже, ділове спілкування енергетиків визначимо як мистецтво, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

Список літератури

1. Бондаренко А.І. Культура ділового мовлення вчителя: навчально-методичний посібник. – Ніжин: НДПУ, 2000. – 74 с.
2. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні: Навчальний посібник. – К.: Міжнародна агенція «BeeZone», 2004. – 336 с.
3. Кацавець Р. С. Українська мова: професійне спрямування. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – С. 6-23.
4. Климова К. Я. Основи культури і техніки мовлення: Навч. посібник. 2-е вид., випр. і доп. – К.: Ліра – К, 2007. – 240 с.
5. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: Навч. посібн. 2-е вид. – К.: Каравела, 2007. – 352 с.
6. Мацько Л.І., Мацько О.М., Сидоренко О.М. Українська мова: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1998. – С.6-13.
7. Хомич В.І. Кредитно-модульний курс «Українська мова (за професійним спрямуванням)»: Навчально-методичний посібник для студентів стаціонарної та заочної форми навчання економічних та технічних спеціальностей. – Ч.П. – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2013 – 164 с.
8. http://refs.co.ua/68394-Delovoe_obshenie_ego_osobennosti.html.
9. http://pidruchniki.ws/1263111340620/dokumentoznavstvo/tenderni_aspekti_spilkuvannya
10. http://posibnyky.vntu.edu.ua/et_/32.htm.
11. <http://uk.wikipedia.org>

Проведен анализ аспектов профессионального общения энергетиков. Обобщенная классификация видов делового общения. Рассмотрение основных видов и требований к деловому общению энергетиков.

Общениа, деловое общение, стратегия и тактика общениа, виды делового общениа.

The analysis of aspects of professional communication engineers. A global ranking of business communication. Consideration of the key species and requirements for business communication engineers.

Communication, business communication, strategy and tactics of communication, types of business communication.

**BUSINESS COMMUNICATION AS A SIGNIFICANT PART OF PROFESSIONAL OF
POWER ENGINEERING**

A.D. Kurganskyy, V.I. Khomich