

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТІВ-МЕНЕДЖЕРІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ ФАХІВЦЯ

Спираючись на сучасні відкриття в області комунікативного менеджменту (роботи К.Брусо, М.Драйвера, Р. Ларсона, Г. Уріана) можна сказати, що колишній, ієрархічний, стиль рішення комунікативних задач у виробничій сфері (тобто стиль зверху - вниз) вичерпав себе. На зміну йому приходять демократичний стиль, в основі якого - поважні суб'єкт-суб'єктні відносини. Початком цих детермінуючих відносин, є володіння справжньою культурою спілкування, у тому числі й культурою мовного спілкування. А для того, щоб оволодіти цією культурою і стати справжнім професіоналом потрібно мати відповідні комунікативні якості [4: 58].

Отже метою статті є розглядання сутності поняття "комунікативні якості" в процесі професійного становлення фахівця. Визначена мета дає нам змогу сформулювати задачі статті, а саме: розкрити поняття "комунікативна якість"; визначити професійні навички та якості студентів-менеджерів; узагальнити інформацію про професію менеджмент.

Отже поняття "комунікативна якість" виражає професійні властивості людей окремих професій, а саме педагогів, керівників та менеджерів. Також це поняття виражає взаємодію людей у суспільстві та створює норми спілкування. Велику роль при формуванні такого поняття відіграє характерна для нашого часу взаємодія природних, технічних і соціальних наук, що створюють основні сфери наукового знання [7: 78].

Кожне поняття можна розглядати спираючись на різні аспекти, а саме: політичні, суспільні, філософські, педагогічні, психологічні та ін.

Отже щоб зрозуміти, сутність поняття "комунікативна якість", спочатку треба розглянути процес спілкування, в якому вони проявляються та виокремити головні його параметри. У науковій літературі спілкування розглядається як суспільне явище, як засіб передачі інформації, як психологічний процес, як засіб організації педагогічного процесу та як один із складників професійних навичок та якостей менеджерів.

Спілкування важливе для формування професійних навичок менеджерів. При вивченні особливостей менеджменту, професійних складових та специфіки роботи ми дійшли висновку, що загальна сфера виробництва менеджера пов'язана саме зі спілкуванням.

Інтерес до спілкування сьогодні виявляється в усіх сферах культури, спектр його простирається від повсякденного і політичного до наукового.

Цей інтерес викликаний у XX і XXI столітті дуже багатьма причинами. Найважливіша причина зв'язана з тим надзвичайним історичним станом, в якому виявилось людство до початку зазначеної епохи. Прогрес в області техніки, насамперед, засобів зв'язку і транспорту дозволив людям вперше в їх тисячолітній історії дійсно об'єднатися. Усе це стимулює ріст наукового інтересу до проблеми спілкування. Відкриття на початку XX століття як самостійна область науки, спілкування привернуло увагу багатьох учених, що працювали у різних сферах наукового знання. Психологія, філософія, лінгвістика, логіка, естетика, етика, антропологія, риторика, семіотика, теорія інформації, кібернетика, теорія комунікації, герменевтика, мистецтвознавство, культурологія запропонували до початку XXI століття велику кількість теорій спілкування. Нам відомо, принаймні, три концепції історії спілкування, що відповідають зазначеним вище характеристикам. Вони належать Ф.Розенцвейгу, О.Розенштоку-Хюсі і В.С.Біблеру. На жаль, жодна з них не може бути адекватно оцінена в силу проблематичності використовуваних ними методів і мови [1: 154-157].

Тож, до всього наша стаття покликана освітити ще й комунікативну сторону спілкування, а також комунікативні якості менеджерів, які є найважливішими у професійній підготовці професіонала і займають провідне місце серед головних професійно важливих якостей.

Перш ніж говорити про професійні якості студентів-менеджерів потрібно розкрити сутність професії менеджера. Менеджмент як наука, що виникла на базі практичного досвіду керування, спирається на всю суму знань накопичених людством про керування, і містить концепції, теорії, принципи, способи і форми керування. Її основні задачі: пояснення природи управлінської праці; установлення причинно-наслідкових зв'язків у цій області; виявлення факторів і умов ефективності спільної праці; розробка методів ефективного оперативного керування; прогнозування подій, розробка методів стратегічного керування і політики організації [8: 176].

Водночас є підстави розглядати менеджмент як мистецтво організації - це складні соціально-технічні системи; люди, що працюють у них, є головним фактором ефективності їхнього функціонування. Практично навчитися керування можна лише через досвід, яким досконало володіють люди, що мають відповідний талант. При прийнятті управлінських рішень менеджер, зазвичай, не має повного обсягу інформації, необхідної для цього; тому ніхто й ніколи не може гарантувати менеджеру правильність прийнятих рішень, що будуть реалізовуватися в майбутньому, оскільки передбачити це майбутнє "смертний" не в змозі.

Усе це робить одними з найважливіших факторів мистецтва менеджменту - уміння довіряти своїй інтуїції і сміливість при прийнятті рішень будь-якої складності в різних умовах, а також мистецтво користуватися власною мовою під час переговорів, спілкування з підлеглими та з клієнтами [9: 43].

Сформулюємо робоче визначення професії менеджменту. Менеджмент (керування) - вплив одної особи (а саме менеджера) чи групи осіб на інших осіб для виконання дій, які відповідають досягненню поставлених цілей за умови, що відповідальності за результативність бере на себе менеджер.

Згідно з цим сучасний фахівець повинен мати сформовані професійні якості та вміння правильно поводити себе в колективі. Мабуть, центральним компонентом ролі менеджера в керуванні є розуміння ним своєї загальної компетенції. Менеджер повинен мати ту суму знань, що дозволяє приймати йому оперативні і стратегічні рішення, тобто знати основи керування, їх значимість у бізнес-процесі, ключові обмеження і ризики, зв'язані з прийняттям рішень. Звісно, що менеджер, як ніхто інший зв'язаний з комунікативною діяльністю і саме вона є провідною в його професії [2: 98].

А.А. Вербицький під ПВК (професійно важливими якостями), розуміє здатності суб'єкта, які включені в процес діяльності і впливають на ефективність її виконання згідно з такими параметрами, як продуктивність, якість і надійність. Вони визначають можливості людини в професійній діяльності, придатність до неї. По рівнях оволодіння професійною, у нашому випадку - комунікативною, діяльністю виділяють: первісні уміння, що являють собою усвідомлення мети дії і пошук способів її виконання, коли яскраво виражений характер спроб і помилок; частково вмілу діяльність, що характеризується оволодінням уміннями при виконанні окремих прийомів, операцій, використання необхідної системи знань, сформованістю специфічних для даних дій навичок, появою творчих елементів діяльності; вмілу діяльність як творче використання знань і навичок з усвідомленням не тільки мети, але і мотивів вибору способів і засобів її досягнення (на рівні тактики діяльності); майстерність як оволодіння уміннями на рівні стратегії діяльності, творчого використання різних умінь (технологій) [2: 432].

Розрізнення вмінь по рівнях оволодіння ними є актуальним, тому що зміст роботи менеджера диференціюється в залежності від виявленого рівня сформованості комунікативних умінь та якостей. У професії менеджера найважливіше значення має комунікативна компетентність, тобто уміння в процесі спілкування встановлювати контакт, активно взаємодіяти, та одержувати зворотний зв'язок.

Поняття комунікація походить від латинського *communicatio*, (*communico* - роблю загальним, зв'язуюся, спілкуюся). Таким чином, комунікація - передача інформації каналом зв'язку [10: 54].

В управлінській практиці відомі наступні способи комунікативного впливу: переконування і навіювання.

Науковці виокремлюють чотири основні способи комунікативного впливу: навіювання, переконування, наслідування,

зараження свої настроєм. В управлінській діяльності найважливішими є переконування й навіювання. Вони різні за механізмами впливу на особистість [6: 65].

Отже, завдання цих способів комунікативного впливу різні — формування поглядів, переконань і створення установок. Механізми процесів переконування і навіювання також відмінні.

Ми підійшли до наступного поняття це комунікативність, яка є інтегральною характеристикою здатності менеджера здійснювати спілкування. Вона полягає в тому, що менеджер прагне до взаємодії з клієнтами, підлеглими (взагалі з людьми); їхня поведінка в цілому необтяжлива для нього, вони не дратують його, а спілкування з ними дає задоволення як самому менеджеру так і іншим людям.

Отже *комунікативність* — професійно-особистісна якість менеджера, що характеризується потребою у спілкуванні, здатністю легко вступати в контакт, викликати позитивні емоції у співрозмовників, отримувати задоволення від спілкування. За В. Кан-Каликом, комунікативність має три основні компоненти: комунікабельність, відчуття спорідненості, альтруїзм [7: 90].

Комунікабельність — здатність легко вступати в контакт і отримувати задоволення від процесу комунікації. Що заважає комунікабельній людині стати комунікативною? Дістаючи задоволення від спілкування, вона часом діє у власних інтересах, не збуджуючи позитивних емоцій у співрозмовника, що блокує контакт [7: 73].

Звісно, що перераховані якості менеджер проявляє під час професійної діяльності, яка, у свою чергу, пов'язана з керуванням. Керування включає три аспекти:

- "хто" керує "ким" (інституціональний аспект);
- "як" здійснюється керування і "як" воно впливає на керованих осіб (функціональний аспект);
- "завдяки чому" здійснюється керування (інструментальний аспект).

Згідно з цим можна виділити основні задачі керування будь-якою організацією:

- зіставлення існуючого стану з бажаним ("Де ми?" і "Куди йдемо?");
- формування керівних вимог до дій ("Що треба зробити?");
- формування критеріїв прийняття рішень ("Який шлях кращий?");
- визначення інструментів контролю ("Куди ми в дійсності прийшли і що з цього випливає?" §, 75]

Не всі організації в наш час керуються перерахованими принципами, але кожна організація має етику поведінки з якої випливає етика керування.

Під час професійного становлення студенту варто ознайомитися з цією етикою керування та проаналізувати, чи відповідає він поданим критеріям.

Пропонуємо проект "етики поведінки" менеджерів:

1. Професійна задача менеджера - служіння клієнтам, співробітникам, інвесторам і суспільству, приведення в рівновагу суперечних результатів.

2. Він повинен служити клієнтам, задовольняючи що якнайкраще їх потреби, забезпечуючи чесне змагання фірм, що дає максимальне зниження ціни, якість і розмаїтість шляхом реалізації досягнень НТП.

3. Він повинен служити співробітникам, тому що тільки тоді він буде сприйматися ними як керівник.

4. Він повинен служити інвесторам, забезпечувати максимальний дохід як винагороду за ризик.

5. Він повинен служити суспільству, пам'ятати про екологію, сприяти НТП.

6. Послуги менеджера клієнтам, співробітникам, інвесторам і суспільству можливі тільки у випадку забезпечення довгострокового існування підприємства, для чого необхідні достатні доходи. Тому вони є засобами, а не метою [2: 163].

У цілому область діяльності, яка є менеджментом фірми, може бути розділена на окремі функції, що зосереджені в трьох основних групах:

- загальне керування (установлення нормативних вимог і політики керування, політики інновацій, планування, організація роботи, мотивація, координація, контроль, відповідальність);

- керування структурою підприємства (його створення, предмет діяльності, правові форми, зв'язки з іншими підприємствами, територіальні питання, організація, реконструкція, ліквідація);

- конкретні області керування (маркетинг, виробництво, кадри, фінанси, основні фонди).

Зрозуміло, що кожен менеджер повинен мати поняття про кодекс ділового спілкування, яке побудовано на наступних принципах, а саме 1) принцип кооперативності: "твій внесок повинний бути таким, якого вимагає спільно прийнятий напрямок розмови"; 2) принцип достатності інформації - "говори не більше і не менше, ніж потрібно на даний момент"; 3) принцип якості інформації - "не бреш"; 4) принцип доцільності - "не відхиляйся від теми, зумій знайти рішення"; 5) "передавай думку ясно і переконливо для співрозмовника"; 6) "умій слухати і зрозуміти потрібну думку"; 7) "умій ураховувати індивідуальні особливості співрозмовника заради інтересів справи"[8: 123-125].

Під час спілкування фахівець обирає тактику та позицію спілкування.

Тактика спілкування – реалізація в конкретній ситуації комунікативної стратегії на основі володіння техніками і знання правил спілкування. Техніка спілкування – сукупність конкретних комунікативних умінь: говорити і слухати.

Зазвичай виділяють наступні позиції в спілкуванні: 1) доброзичлива позиція прийняття співрозмовника; 2) нейтральна позиція; 3) ворожа позиція неприйняття співрозмовника; 4) домінування чи "спілкування зверху"; 5) "спілкування на рівних"; 6) підпорядкування, чи позиція "знизу" [10: 109].

Комунікативні навички необхідні для того, щоб правильно розуміти інших людей і ефективно взаємодіяти з ними. Менеджери не можуть обійтися без цих навичок у більшості ситуацій, оскільки їхня діяльність зводиться саме до того, щоб досягти конкретної мети за допомогою інших людей. До комунікативних навичок, які мусять мати всі менеджери, належать навички спілкування, тобто навички обміну інформацією. Саме спілкування сприяє безперерйному веденню справ усередині компанії і встановленню сприятливих взаємовідносин фірми з зовнішнім середовищем. Успіх у спілкуванні – це, безсумнівно, вулиця з двостороннім рухом. Кваліфікований менеджер завжди точно сприймає реакцію людей на його слова і, що особливо важливо, прислухається до того, що вони кажуть у відповідь.

Кваліфікований менеджер знає, як вибрати найбільш підходящі інформаційні засоби або канали комунікацій. Він розуміє, що форма комунікації впливає на характер повідомлення, яке має бути передане. Наприклад, яку вибрати форму повідомлення: письмову чи усну, в якому середовищі й місці його зробити [8: 65-70].

Отже на сьогодні важливими комунікативними якостями менеджера організацій стають: правильність, точність, логічність, чистота, багатство, виразність, доречність, комунікативна доцільність, толерантність, уміння користуватися інформацією, уміння спілкуватися з діловими партнерами та вести переговори, знання національних особливостей спілкування.

Ми обрали наступні комунікативні якості, які, як на наш погляд, правомірно формувати в процесі професійного становлення фахівця, та які допоможуть їм у подальшому професійному розвитку. Їх 10.

1. *Толерантність* – ставлення до співрозмовника з терпінням та розумінням.

2. *Емоційність* – зацікавленість у співрозмовнику та власне у предметі розмови.

3. *Доброзичливість* – уміння правильно поводитися в конкретних ситуаціях.

4. *Впливовість* – знання прийомів впливу через розмову.

5. *Інформативність* – уміння використовувати одержану інформацію у власних інтересах та правильно донести її до співрозмовника.

6. *Жвавість та багатство мови* – використання підвищеної лексики, уміння вести розмову на належному рівні.

7. *Обумовленість* – уміння змінювати розмову при конкретних обставинах.

8. *Обгрунтованість* – розуміння "для чого відбувається розмова та навіщо?".

9. *Своєчасність* – уміння як розпочати, так і закінчити розмову спираючись на видо-часові норми.

10. *Уважність* – уважне ставлення до партнера спілкування та розуміння особливостей особистості співрозмовника. Отже, як бачимо комунікативні якості в процесі професійного становлення фахівця відіграють велику роль: вони сприяють веденню ефективного, цілеспрямованого, правильного спілкування; вони одночасно виступають і як джерело інформації, і як спосіб впливу на співрозмовника.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Албастова Л.Н.* Технология эффективного менеджмента / Л.Н. Албастова. – М.: ПРИОР, 1998. – 288 с.
2. *Основы предпринимательства. Словарь-справочник / Антановский Т.Р., Балдин Л.В. и др.* – М., 1993. – 678 с.
3. *Байденко В.И.* Компетентностный подход к проектированию государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (методологические и методические вопросы): Метод. пособие / В.И. Байденко. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2005. – 114 с.
4. *Будяньська М.Ф.* Модель спеціаліста з вищою освітою: Концепція гуманізму в становленні та розвитку професійної освіти / М.Ф. Будяньська // Матеріали Міжнародної науково – практичної конференції 1 – 2 жовтня 1997р. – Одеса, 1997. – 225с.
5. *Булыгина А.* Этика делового общения / А. Булыгина. – Новосибирск, 1995. – 146с.
6. *Варковський К.М.* Проблема професійного самовизначення молоді на сучасному етапі ринкових перетворень / К.М. Варковський // Педагогіка і психологія. – 2002. - №4
7. *Васькин А.А.* Оценка менеджеров: учеб.-практ. пособие / А.А. Васькин. – М.: Компания "Спутник", 2000. – 237с.
8. *Виханский О.С., Наумов А.И.* Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М., 1999. – 387с.
9. *Виханский О.С., Наумов А.И.* Практикум по курсу "Менеджмент" / О.С. Виханский, А.И. Наумов : под ред. А.И. Наумова. – М.: Гардарики, 1998. – 288с.
10. *Іванова І.В.* Менеджмент підприємства. Практикум: навч. посіб. / І.В. Іванова. – К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2001. – 247с.

Подано до редакції 21.08.09.

РЕЗЮМЕ

Стаття розкриває поняття професії "менеджмент", та покликана освітити комунікативну сторону спілкування, а також комунікативні якості менеджерів, які є найважливішими у професійній підготовці професіонала і займають провідне місце серед головних професійно важливих якостей.

Ключові слова: комунікативна якість, тактика спілкування, позиція спілкування, комунікативність, менеджмент, комунікабельність

В. П. Каткова
РОЛЬ КОММУНИКАТИВНЫХ КАЧЕСТВ СТУДЕНТОВ-МЕНЕДЖЕРОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА
РЕЗЮМЕ

Статья раскрывает понятие профессии "менеджмент", и призвана осветить коммуникативную сторону общения, а также коммуникативные качества менеджеров, которые являются важнейшими в профессиональной подготовке профессионала и занимают ведущее место среди главных профессионально важных качеств.

Ключевые слова: коммуникативное качество, тактика общения, позиция в общении, коммуникативность, менеджмент, коммуникабельность

V.P. Katkova
THE ROLE OF COMMUNICATIVE QUALITIES OF STUDENTS-MANAGERS IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL FORMATION OF A SPECIALIST
SUMMARY

The article ascertains the concept of "management"; highlights a communicative aspect of dialogue; describes managers' communicative qualities essential for professional training of a professional and take a leading place among the main professionally essential qualities.

Keywords: communicative quality, communicative tactics, position in communication, communicativeness, management, communicability.
