МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій,

спорту та реабілітації

Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Готовність працівників сфери бізнесу до ефективної комунікації

Здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
групи ПСМ-23-1,
спеціальності 053 «Психологія»
ОПП «Психологія. Психологія
бізнесу» _____ **А. М. Бєлєй**
підпис здобувача вищої освіти

Науковий керівник _____ **Л.В. Чупрій**
підпис наукового керівника д. політ. н., проф.

Гарант освітньо-
професійної програми _____ **Т.А. Ткачук**
підпис керівника ОПП д. психол. н., проф.

Допущено до захисту за рішенням кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін протокол від «3» лютого 2025 р. №10

Завідувач кафедри _____ **І.О. Пєтухова,**
підпис к. пед. н., доцент

Ірпінь – 2025

Реєстрація № 4 03.02.25 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки *до захисту* 03.02.2025 _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 91 13.02.25 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ С.І. Корсун
(підпис) (ініціали, ПІБ)

Члени комісії: _____ Т.А. Ткачук
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ О.Г. Льовкіна
(підпис) (ініціали, ПІБ)

_____ Л. В. Романюк
(підпис) (ініціали, ПІБ)

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технології, спорту та реабілітації
Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін
Спеціальність 053 «Психологія»
Освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»

Затверджую:
Завідувач кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін
_____ І.О. Пєтухова

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти

Бєлєй Андрій Михайлович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: **Готовність працівників сфери бізнесу до ефективної комунікації**
Затверджена наказом ректора від 07.12.2023 № 1649
Термін подачі закінченої роботи: 15.01.2025

8.	Публікація тез у збірнику наукових матеріалів	25.01.2025	до 20.12.2024
9.	Отримання зовнішньої рецензії	30.01.2025	10.01.2025
10.	Допуск роботи зав. кафедри до захисту	12-13.02.2025	12.01.2025
11.	Захист роботи	01.05.2024 – 01.10.2024	12-13.02.2025

5. Дата видачі завдання «01» грудня 2023
6. Керівник кваліфікаційної роботи _____ Л.В. Чупрій
7. Керівник освітньо-професійної програми _____ О. О. Нежинська
8. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ А.М. Бєлєй

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи магістра на тему

"Готовність працівників сфери бізнесу до ефективної комунікації"

Актуальність дослідження: У сучасному світі, де інформація є ключовим ресурсом, ефективна комунікація відіграє вирішальну роль в успіху будь-якого бізнесу. Глобалізація, розвиток інформаційних технологій та зміни в соціально-економічних умовах вимагають від працівників сфери бізнесу високого рівня комунікативної компетентності. Дослідження готовності працівників до ефективної комунікації є актуальним та важливим для підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення їх сталого розвитку.

Метою даної роботи є теоретичний аналіз та дослідження готовності працівників сфери бізнесу до ефективної компетентності, а також розробка практичних рекомендацій щодо її підвищення.

Об’єктом дослідження виступає комунікація.

Предмет дослідження готовність до комунікації працівників сфери бізнесу.

Методи дослідження: У роботі використано комплекс методів дослідження, зокрема: теоретичний аналіз літератури з психології комунікації, соціології, менеджменту та інших суміжних дисциплін, метод опитування, метод спостереження, метод експертної оцінки, метод статистичної обробки даних.

Результати дослідження: У ході дослідження було виявлено наявний рівень розвитку комунікативної компетентності працівників бізнес сфери, а також ключові фактори, що впливають на готовність до ефективної комунікації, зокрема: комунікативні навички, особистісні якості та соціально-психологічний стан, професійні знання.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному підході до вивчення готовності працівників сфери бізнесу до ефективної комунікації, врахуванні специфіки сучасного бізнес-середовища та ідентифікації

ключових факторів, що впливають на комунікативну компетентність. Автором запропоновано власну модель комунікативної компетентності працівників сфери бізнесу, що є цінним внеском у розвиток теорії комунікації.

Результати дослідження мають безпосереднє практичне значення для керівників різного рівня, HR-менеджерів, бізнес-тренерів та консультантів. Результати дослідження можуть бути використані для розробки та впровадження ефективних навчальних програм та тренінгів з розвитку комунікативних навичок для працівників сфери бізнесу.

Висновки: Проведене дослідження дозволило поглибити та розширити існуючі знання про комунікативну компетентність працівників сфери бізнесу, виявити ключові фактори, що впливають на ефективність комунікації, та розробити практичні рекомендації щодо її підвищення. Отримані результати можуть бути використані для підвищення ефективності управління персоналом та досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: комунікація, ефективність, бізнес, працівники, компетентність, навички, особистість, професіоналізм, культура, технології.

ABSTRACT

to the master's thesis on the topic

"Readiness of business employees for effective communication"

Relevance of the study: In the modern world, where information is a key resource, effective communication plays a decisive role in the success of any business. Globalization, the development of information technologies and changes in socio-economic conditions require business employees to have a high level of communicative competence. Research on the readiness of employees for effective communication is relevant and important for increasing the competitiveness of enterprises and ensuring their sustainable development.

The purpose of this work is a theoretical analysis and study of the readiness of business employees for effective competence, as well as the development of practical recommendations for its improvement.

The object of the study is communication.

The subject of the study is the readiness of business employees for communication.

Research methods: The work used a set of research methods, in particular: theoretical analysis of the literature on the psychology of communication, sociology, management and other related disciplines, the survey method, the observation method, the expert assessment method, the statistical data processing method.

Research results: The study revealed the current level of development of communicative competence of business employees, as well as key factors that influence readiness for effective communication, in particular: communicative skills, personal qualities and socio-psychological state, professional knowledge.

The scientific novelty of the study lies in the comprehensive approach to studying the readiness of business employees for effective communication, taking into account the specifics of the modern business environment and identifying key factors that influence communicative competence. The author proposed his own

model of communicative competence of business employees, which is a valuable contribution to the development of communication theory.

The results of the study have direct practical significance for managers of various levels, HR managers, business trainers and consultants. The results of the study can be used to develop and implement effective training programs and trainings on the development of communication skills for business employees.

Conclusions: The study allowed to deepen and expand existing knowledge about the communicative competence of business employees, to identify key factors affecting the effectiveness of communication, and to develop practical recommendations for its improvement. The results obtained can be used to improve the effectiveness of personnel management and achieve success in the modern business environment.

Keywords: communication, efficiency, business, employees, competence, skills, personality, professionalism, culture, technology.

ЗМІСТ

ВСТУП……..5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ КОМУНІКАЦІЇ …….9
1.1. Поняття та сутність процесу комунікації ……9
1.2. Основоположні аспекти та етапи комунікаційного процесу…….13
1.3. Особливості вербального та невербального спілкування у бізнес сфері..19
Висновки до першого розділу……..24
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ БІЗНЕСУ……26
2.1 Організація і процедура дослідження аспектів комунікації…….……26
2.2 Аналіз та інтерпретація результатів дослідження……....33
2.3 Рекомендації щодо розвитку комунікативних навичок працівників сфери бізнесу……42
Висновки до другого розділу……...47
ВИСНОВКИ……...……49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….53
ДОДАТКИ……..56

ВСТУП

Умови сьогодення стали справжнім викликом для кожного з нас. Надважлива місія лягла на плечі підприємців, які мають підтримувати та розвивати економіку України в умовах війни. Саме тому гостро постає проблема вдосконалення системи комунікацій між працівниками бізнес сфери, оскільки на практиці саме ефективна комунікація між ланками підприємства є необхідною умовою досягнення успіху. Розповсюдженим є зниження ефективності управління та діяльності бізнесу. Це питання наразі є дуже актуальним, оскільки впливає на подальші перспективи розвитку та виходу бізнесу з кризового становища. Дослідження проблеми комунікації відбувались в розрізі теоретико-історичного, психологічного, соціального змісту.

Поняття комунікативної компетентності як узагальненої комунікативної характеристики особистості, що поєднує розвинену комунікативну компетенцію, сформовані навички міжособистісного спілкування та знання його основних законів і правил, вивчалося в працях багатьох дослідників (О. Бодальов,. Л. Долинська, Ю. Ємельянов, В. Кан-Калик, Є. Клімов, О. Коблянська, В. Куніцина, Я. Коломінський, О. Киричук, Л. Петровська, В. Семиченко, Л. Орбан Лембрик, Т. Титаренко, Ю. Швалб, Т. Яценко та інші). Більшість авторів називають комунікативну компетентність важливою складовою професійної компетентності та вказують на особливості комунікативної компетентності в професіях типу «людина-людина».

Методологічні проблеми спілкування аналізуються в роботах К. Абульханової-Славської, Г. Андрєєвої, О. Бодальова, С. Максименка, О. Леонтьєва, Б. Паригіна та інших. Проблема спілкування широко розглядається в рамках діяльнісного підходу до особистості (О. Леонтьєв, С. Максименко, С. Рубінштейн), а формування особистості, детерміноване характером взаємодії з навколишнім середовищем, обговорюється в роботах

Б. Ананьєва, Г. Балла, Г. Балла, Б. Паригіна та ін. Б. Ананьєв, Г. Балл, О. Бондаренко, Л. Виготський, В. Галузяк, О. Запорожець, В. Кан-Калік, О. Ковальов, Р. Павелків, В. Семиченко, В. Татенко, В. Ямницький, Т. Яценко). Професійне спілкування розглядається з точки зору професійної спрямованості особистості та професійного самовизначення (М. Захаров, Є. Клімов, В. Колінько).

В розрілі сфери економіки комунікація є інструментом, який допомагає удосконалити систему механізмів управління підприємством. В цілому користь комунікації як ефективного засобу, який здатен вплинути на розвиток бізнесу ототожнюється лише з просуванням продукції. Використання комунікаційних засобів ізольовано знижує обізнаність про маркетингові комунікації, ускладнює їх інтеграцію в систему управління компанією та призводить до операційної неефективності. Водночас якість обміну інформацією всередині компанії може безпосередньо впливати на формулювання цілей організації та ступінь їх реалізації.

Необхідною умовою існування будь-якої бізнес компанії є координація спільної діяльності її працівників для досягнення поставлених цілей. Для цього потрібна налагоджена система прийому, передачі та обробки інформації [12]. Щоб управлінська діяльність була ефективною, а результати діяльності відповідали очікуванням, необхідна розвинена система комунікацій, яка гарантує синхронність інформації, що передається, і точність розуміння [14].

Проте багато аспектів проблем професійної комунікації психологів залишаються поза межами наукових досліджень. Актуальність та недостатнє розкриття цієї проблеми у психологічній теорії та практиці зумовили вибір теми даного дослідження: **«Готовність працівників сфери бізнесу до ефективної комунікації».**

Об’єктом дослідження виступає комунікація.

Предмет дослідження готовність до комунікації працівників сфери бізнесу.

Мета дослідження – теоретично проаналізувати комунікативну компетентність та емпірично дослідити готовність до спілкування працівників бізнес сфери.

Згідно з поставленою метою дослідження визначено завдання дослідження:

1) здійснити теоретичний аналіз аспектів професійної комунікації;

2) охарактеризувати комунікативну компетентність як складову професійної комунікації та особливості її розвитку у процесі професійної діяльності працівників сфери бізнесу;

3) емпірично дослідити особливості розвитку комунікативної компетентності майбутніх психологів під час професійної підготовки.

У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи, які дозволяють системно вирішувати проблемні завдання обраного напряму дослідження. Для розв'язання поставлених завдань використано такі методи дослідження:

- теоретичні – аналіз, узагальнення, порівняння і систематизація наукових джерел;
- емпіричні:

  1) Методика «Оцінка комунікативних і організаторських схильностей – КОС» (В. Синявського, Б. Федоришина);

  2) Тест «Оцінка комунікативних вмінь» (Л. Міхельсон, переклад та адаптація Ю. Гильбуха);

  3) Методика на визначення здатності до самоуправління у спілкуванні.

  4) Опитувальник комунікативної толерантності В. В. Бойко;

  5) Методика діагностики полікомунікативної емпатії

База дослідження. Вибірка дослідження: 60 представників бізнес сфери. Теоретично-методологічною базою даної роботи є праці вітчизняних та зарубіжних вчених, Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних іджерел, додатків.

Наукова новизна. Розроблено науково-методичний підхід,структуру якого складають інструменти, необхідні для успішної управлінської діяльності керівників підприємств. До таких інструментів належать комунікативні, організаторські здібності, вербальні та невербальні навички спілкування з колегами та підлеглими, а також усвідомлення власних компетенцій та оточення, які впливають на досягнення позитивних результатів у бізнес-процесах та зростання прибутку компанії.

Практичне значення дослідження. Результати дослідження можуть бути використані для розробки та впровадження ефективних навчальних програм та тренінгів з розвитку комунікативних навичок для працівників сфери бізнесу.

Обсяг загального тексту становить 53 сторінки, основний текст викладено на 48 сторінках. Список використаних джерел налічує 40 найменувань, що викладені на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Поняття та сутність комунікацій

Термін «комунікація» походить від латинського «communis», що означає загальний, і спрямований на: встановлення, узагальнення, надсилання та отримання інформації.

Основна відмінність комунікації полягає в її структурно-процесуальних особливостях. Традиційно комунікацію розглядають в найширшому розумінні слова як процес соціальної взаємодії, що розглядається в символічному контексті [11]. Отже, комунікацію можна визначити як передачу сенсу та значення, а також інформаційне повідомлення висвітлене за допомогою символів.

Долинська Л.В. визначає комунікацію в соціальному контексті як процес обміну та передачі інформації між двома людьми або групами. Комунікація є найважливішою ланкою між керівниками та підлеглими, між керівниками одного рівня, а також між організацією та зовнішнім середовищем [29]. Спілкування є універсальним явищем, його зміст і форма входять до сфери багатьох наук соціогуманітарного, природничого, науково-технічного циклів [23]. Це необхідна й універсальна умова людської поведінки та одна з фундаментальних основ існування суспільства.

Завдяки обміну інформацією партнери по спілкуванню не тільки спілкуються один з одним, передають і отримують знання, думки, ідеї, емоції, настрої, а й впливають на поведінку один одного і здійснюють взаємні операції.

Комунікація – це процес обміну значущою інформацією між людьми (індивідами та групами) за допомогою знаків і символів, і незалежно від того, чи зрозумів комунікат (особа, яка сприймає інформацію) інформаційне

повідомлення, інформація передається певним чином відповідно до певних правил і сприймається вибірково [18].

У другій половині XX століття особливо помітно зріс інтерес до досліджень питань комунікації та інформації. Головним чином це було викликано швидким розвитком кібернетики та комп'ютерних технологій, математичного аналізу та теорії математичної комунікації,

Координація спільної діяльності працівників є базовою умовою для існування організації будь-якого типу. Добре налагоджена система прийому, обробки, передачі та переробки інформації забезпечує точність та розуміння переданого, що впливає на загальний результат [27]. Дуже важливо налагодити систему комунікації, щоб управлінські заходи були дійсно ефективними, а результат діяльності підприємства виправдовував очікування[8].

Наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених таких як Н. Вінера, К. Шеннона, У. Р. Ешбі, А. В. Берга, А. Н. Колмогорова та наступні поняття: «комунікація», «інформація», «інформаційний обмін» набули широкого поширення в різних нукових галузях та стали багатозначними [6]. Зарубіжна філософська, соціологічна та спеціальна наукова література до 1960-х років налічувала близько сотні визначень поняття «комунікація.

«Комунікація» як самостійний, термін увійшов у літературний обіг на початку XX ст., який має багато значень, серед яких можна виокремити наступні:

Універсальні - способи і засоби комунікації для всіх об'єктів матеріального і духовного світу

- Технологічні - способи передачі повідомлень, зв'язок між двома точками простору, комунікація як засіб передачі інформації або інших матеріальних чи абстрактних об'єктів з одного місця в інше

- Біологічні - тварини, птахи, комахи та інші організми комахи та інші організми - соціальна - широко використовується дослідниками при вивченні сигнальної комунікації - суспільна - використовується для представлення та

характеристики різноманітних зв'язків і відносин, які відбуваються в людських суспільствах.

Теорії комунікації природно поєднують результати досліджень різних наук, зокрема філософії, соціології, психології, політології, культурології, лінгвістики та економіки. У відповідь на сучасні потреби та реалії сучасна наукова спільнота запропонувала виокремити теорію комунікації з її «прикордонного» статусу в самостійну науку під загальною назвою «комунікативні студії» (англ. communication studies) [37].

Таким чином, об'єднуючи різні теорії, що інтерпретують систему взаємодії та спілкування між різними представниками суспільства, соціальна комунікація розуміється як рух знань, афективного досвіду та вольового впливу в соціальному часі та просторі. Прикладами такої комунікації є інтимні розмови, ділове спілкування, телевізійні програми та комп'ютерний пошук інформації [32].

У суспільстві існують три форми комунікативної діяльності:

1) спілкування - діалог між рівноправними партнерами (полілог у випадку колективної комунікації);

2) управління - цілеспрямований вплив комунікатора на одержувачів інформації;

3) наслідування - моделі поведінки деяких членів суспільства, стилі спілкування та способи життя, запозичені іншими членами суспільства; [28] Слід зазначити, що саме через наслідування з покоління в покоління передаються будівельні блоки людської культури - мова, звичаї, традиції, знання, навички та досвід - з покоління в покоління. Коли люди взаємодіють один з одним і вступають у процес комунікації, вони зазвичай переслідують певні цілі [19].

До основних цілей комунікації зазвичай відносять наступні:

- Забезпечення ефективного обміну інформацією (вхідною і вихідною) між керівництвом і суб'єктами управління;

- Поліпшення міжособистісних відносин в процесі обміну інформацією;

- Налагодження інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими працівниками і групами та координації їх завдань і дій;

- Координація і впорядкування потоків інформації всередині і за межами організації;

- Успішне проведення соціокультурних заходів розвитку навичок і компетенцій для - формування ставлення до себе, інших і суспільства в цілому - обміну діяльністю, інноваціями та новими ідеями.

Комунікація в організаціях і групах виконує кілька важливих функцій:

- інформаційна функція - передача даних і надання інформації, необхідної для прийняття рішень;

- мотиваційна функція - заохочення працівників до кращого виконання своїх завдань за допомогою переконання, пропозицій, вимог і наказів;

- контрольна функція - відстежує поведінку працівників різними способами, виходячи з ієрархічних та формальних відносин підпорядкування;

- експресивна функція - сприяє вираженню почуттів, емоцій, переживань, ставлення до подій, що відбуваються, а також можливості задоволення соціальних потреб.

Психологічна специфіка комунікації як функції управління багатозначна і розкривається з різних сторін:

- комунікативна поведінка керівника (менеджера);

- комунікативні явища в роботі керівника (менеджера);

- комунікативні процеси, пов'язані з діяльністю керівника [34].

Комунікація як дія (одноразовий акт) - це процес передачі повідомлення від джерела до одержувача та зміни поведінки одержувача. Вона зосереджена на виконанні низки операцій, які забезпечують передачу певної інформації від одного суб'єкта до іншого [23].

Професійне спілкування (комунікація) - це спеціально організований і науково керований процес обміну повідомленнями, організації взаєморозуміння, досягнення оптимальної взаємодії та взаємопізнання в різних видах діяльності учасників професійно спрямованого спілкування.

Отже, комунікація (комунікаційний процес) - це обмін інформацією між сторонами. Основною метою комунікаційного процесу є забезпечення розуміння споживачем інформації, отриманої через обмін та спілкування.

1.2. Основні елементи та етапи комунікаційного процесу

Процес спілкування — це процес обміну інформацією між двома або більше людьми. Його мета — забезпечити передачу та розуміння інформації, якою обмінюються. Якщо немає взаєморозуміння, то немає і комунікації, а це означає, що обидві сторони у процесі взаємодії відіграють активну роль [36]. Процес спілкування — це взаємодія багатьох елементів. Існує чотири основні елементи комунікаційного процесу.

1.Відправник – це той, хто генерує ідеї або систематизує та надсилає інформацію.

2.Повідомлення є прямою інформацією.

3.Канали – це засоби передачі інформації (усне спілкування, зустрічі, телефонні розмови, письмове спілкування, службові записки, звіти, електронна пошта, комп’ютерні мережі, невербальні форми) [28].

4.Реципієнт (адресат) — суб’єкт інформації та особа, яка інтерпретує інформацію.

У процесі спілкування відправник і одержувач проходять кілька взаємозалежних фаз. Ваше завдання — створити повідомлення та розповсюдити його між каналами, щоб обидві сторони однаково розуміли оригінальну ідею. Це важко, оскільки на будь-якому етапі сенс ідеї може бути спотворений або повністю втрачений.

Це фази:

1) Генерація ідеї.

2) Кодування та вибір каналу.

3) Надсилання.

4) Розшифровка.

5) Зворотній зв'язок.

6) Перешкода [].

Розглянемо ці етапи докладніше.

1.Генерація ідей. Спілкування починається з формулювання ідей та відбору інформації. Відправник вирішує, які важливі ідеї та повідомлення слід передати. На жаль, такі спроби часто зазнають невдачі на першому кроці, оскільки відправник не приділяє достатньо часу, щоб обдумати ідею. Тобто вся інформація, яка передається має бути обдумана, тобто в такому разі ідея ще не матеріалізована словами чи іншими формами спілкування[40].

Щоб зробити це ефективно, потрібно враховувати багато факторів. Наприклад, керівник, який хоче проінформувати своїх співробітників про результати перевірки ефективності, повинен чітко розуміти, що він повинен надавати своїм підлеглим конкретну інформацію про їхні сильні та слабкі сторони та про те, як покращити їхні результати. Факсимільні повідомлення не повинні складатися з нечіткої, загальної похвали чи критики. Цей приклад також відображає зв'язок між сприйняттям і спілкуванням [32]. Якщо керівник вірить, що його підлеглі можуть рости й удосконалюватися, тобто інформація про оцінку роботи підлеглих є для них корисною, він, швидше за все, знайде позитивні та конструктивні ідеї. Якщо керівники сприймають своїх співробітників як дітей, яким потрібно точно розповісти, що вони роблять неправильно, і показати правильний шлях, повідомлення, які вони отримують, швидше за все, будуть ґрунтуватися на негативній критиці, що є характерним для цього підходу.

2. Кодування та вибір каналу Перш ніж передати ідею, відправник повинен закодувати її в певні символи: слова, інтонацію, жести (мова тіла). Саме це кодування перетворює ідеї на повідомлення. Вам також потрібно

вибрати канал, сумісний із типом символів, що використовуються для кодування. Найвідомішими з них є звукові, письмові та електронні засоби (комп'ютери, електронна пошта, відеозапис, відеоконференції). Якщо канал не підходить для форми вибраного символу, передача буде неможлива. Ефективність комунікації також знизиться, якщо канали фактично не відповідають ідеям, створеним на першому кроці. Наприклад, якщо начальник хоче поговорити з підлеглим про серйозне порушення підлеглим заходів безпеки, яке не буде терпіти, він, звичайно, може зробити це в невимушеній бесіді за кавою або надіславши неформальне повідомлення. Однак ці канали навряд чи так ефективно передадуть, наскільки серйозна проблема, як офіційні зустрічі та спілкування.

Другий крок стає одразу зрозумілим, коли ви думаєте про це як про процес пакування. Часто чудові продукти продаються, лише якщо вони упаковані зрозуміло та привабливо для споживачів. Подібним чином люди з чудовими ідеями часто не вміють «упакувати» їх у символи та передати їх через канали, які є значущими та привабливими для аудиторії.У цьому випадку навіть найкращі ідеї можна «відкласти».

3. Надсилання. На третьому етапі відправник використовує канал для надсилання повідомлення (закодованої ідеї або набору ідей).Це передбачає фізичне надсилання повідомлення, і багато хто вважає це самим процесом спілкування. Проте зрозуміло, що комунікація – це лише один із важливих етапів, які має пройти людина, щоб донести думку до іншої людини [10]

4.Дешифрування Після отримання повідомлення одержувач розшифровує повідомлення. Під час декодування символи відправника трансформуються в голові одержувача. Якщо символи, вибрані відправником, мають однакове значення для одержувача, одержувач правильно зрозуміє, що мав на увазі відправник, формулюючи ідею. Якщо відповідь на ідею не потрібна, процес спілкування вважається завершеним. Однак з різних причин, пояснених пізніше, отримувач може не надати повідомленню того значення, яке надав йому відправник. процес комунікації

вважається ефективним, якщо одержувач може підтвердити, що ідея відправника була правильно зрозуміла через реальну поведінку, яку очікував відправник.

5. Зворотній зв'язок Під час надання зворотного зв'язку відправник і одержувач обмінюються комунікативними ролями. Одержувач стає відправником. Одержувач проходить усі етапи комунікаційного процесу та надсилає свою відповідь відправнику.У цьому випадку відправник виконує роль одержувача. Зворотний зв’язок – це основна реакція на те, що ви чуєте, читаєте чи бачите.

Інформація (у вербальній або невербальній формі) надсилається назад відправнику, надаючи інформацію про те, наскільки добре було зрозуміло повідомлення, чи повірив йому одержувач, чи він обробив повідомлення та чи погодився він на повідомлення. Зворотній зв'язок необхідний, щоб визначити, наскільки добре було сприйнято та зрозуміло повідомлення. Менеджери не можуть вірити, що все, що вони говорять або пишуть, буде відображатися як задумано. Менеджери ізольовані від реальності через ці помилкові переконання. Невстановлення зворотного зв'язку з одержувачами інформації істотно обмежить ефективність управлінської діяльності [2].

6. Перешкоди. Зворотній зв'язок значно підвищує ефективність спілкування, дозволяючи обом сторонам долати перешкоди. За термінологією теорії комунікації, розлад – це все, що спотворює значення. Можливі джерела перешкод включають мову (вербальну чи невербальну), когнітивні відмінності, які змінюють значення під час кодування та декодування, а також відмінності в позиціях начальників і підлеглих [26].

Проектування комунікаційних процесів, вибір засобів і каналів комунікації здійснюється на підприємстві після проектування організаційної структури відповідно до обраної сфери діяльності, прийнятої виробничої програми та структури управління [22].

Рішення про комунікацію слід приймати на кожному ієрархічному рівні управління та повідомляти відповідальним особам. Це рішення містить

положення про те, як має відбуватися спілкування. Мета – забезпечити взаєморозуміння між тими, хто бере участь в обміні інформацією [24].

Формулювання ідей. З цього завжди починається обмін інформацією та відбір інформації для повідомлення. Відправник вирішує, які саме ідеї він хоче донести до одержувача. Це надзвичайно важливо для швидкого вирішення проблем і переконання, що всі співробітники розуміють технологію їх вирішення.

Кодування інформації. Щоб ідея була зрозуміла, відправник повинен закодувати інформацію за допомогою спеціальних символів і надати їй певний формат. В якості таких символів можуть використовуватися різні слова, зображення, графіка, голосові інтонації або жести.

Вибір каналу зв'язку для надсилання повідомлення. Відправник вибирає відповідний тип символу та канал зв'язку, щоб зашифроване повідомлення було доставлено одержувачу. У деяких випадках відправник повинен вибрати кілька каналів зв'язку, щоб переконатися, що повідомлення буде доставлено одержувачу [23].

Декодування та розпізнавання інформації – це процес перекладу символів повідомлення у свідомості одержувача. Якщо символи, які використовує відправник, мають однакове значення для одержувача, одержувач зможе правильно зрозуміти зміст повідомлення та ідеї, що містяться в ньому.

Інтерпретація повідомлення. Під час цієї фази відправник і одержувач міняються місцями: Одержувач стає відправником і складає відповідь, що містить інтерпретацію отриманого повідомлення.

Підтвердження передачі. Створена відповідь надсилається одержувачу по обраному каналу зв'язку, завершуючи процес спілкування.

Ефективність комунікації в системі менеджменту визначає якість управлінських рішень. Метою спілкування є розуміння та осмислення переданої інформації, оскільки сам по собі факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування між людьми. Рівень організації та

ефективність процесів внутрішньої комунікації значною мірою залежать від досвіду, теоретичних знань і навичок керівників. Це допоможе знайти більш ефективні методи спілкування та здатність оволодіти процесами передачі, засвоєння та використання інформації

Раціонально систематизуйте інформацію. Коли комунікація втрачається, організація та управління стають неконтрольованими, а діяльність стає неорганізованою та нескоординованою. При управлінні інноваційною комунікацією в компанії важливо розуміти інформаційні потреби та здібності співробітників і оволодіти основними техніками комунікації [39]. Сучасні економічні умови вимагають нових підходів не лише в управлінні інноваційною комунікацією, а й у формуванні нових підходів до комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств. Ефективна система управління інноваційними комунікаціями в компанії сприяє, з одного боку, підвищенню продуктивності праці, а з іншого – досягненню задоволеності груповими взаємодіями. Щоб краще зрозуміти процес обміну інформацією та умови його ефективності, необхідно спроектувати ефективні комунікаційні моделі.

1.3. Особливості вербального та невербального спілкування у бізнес сфері

Всім відомо, що ділове спілкування - це складний, багатогранний процес, в якому є зацікавлені та неупереджені сторони і який характеризується вербальними та невербальними методами комунікації. Від звичайного спілкування ділову комунікацію відрізняє, перш за все, її чітка обумовленість і стриманість[1, 4]. Ця стриманість визначається діловою етикою, риторикою та чіткими стандартами корпоративної та організаційної культури. Вчені вважають, що в процесі міжособистісної комунікації невербальними засобами можна передати приблизно 65% інформації. За допомогою зміни пози, рухів верхньої частини тіла і мови передається 56%

інформації, 37% - за допомогою вокальних навичок і лише 7% - за допомогою словникового запасу. Це пояснюється тим, що жести верхньої частини тіла є несвідомими, а тому відтворюють всі види емоцій і мають сильніший вплив.

Невербальна комунікація включає в себе такі науки:

кінесику - науку про рухи рук;

проксеміку - науку про інтерактивні процеси в просторі;

окулістику - науку про рухи очей [23].

Мова - це, умовно кажучи, система, здатна репрезентувати символи та інтерсимволічні властивості, тобто вона є свідомою [15, 17]. Система невербальної комунікації символів є несвідомою і часто залишається непоміченою. Тому часто невербальна мова розходиться з вербальним обміном і виникають суперечки щодо головних ролей слів і дій. Різноманітні вербальні обміни в діловому дискурсі ґрунтуються на переконливих принципах, культурі та цілях. Тому можна стверджувати, що вміння аргументувати є якісним показником професійної компетентності в діловому дискурсі [23].

Слід зазначити, що неефективна комунікація є однією з основних сфер ділових відносин, де виникають проблеми. Забезпечення чіткого обміну діловою інформацією є складним питанням. Адже відсутність комунікації - це показник, який зазвичай дорого коштує, оскільки створює значний розрив між професійною підготовкою експерта та професіонала. Тому в сучасному світі нормальним явищем для ділових людей є вдосконалення своїх комунікативних навичок. Значна частина ділового спілкування передбачає публічні виступи перед аудиторією [13]. Залежно від тексту, дуже важливими факторами, що впливають на яскравість, правдивість і зрозумілість переданої інформації, є невербальні, які підвищують ефективність прямого повідомлення. У публічних виступах вплив на слухача створюється інтонацією слів і речень, мімікою і пантомімікою, і цей ефект посилюється особистою доглянутістю і приємною мовою тіла [27]. Щоб досягти

максимального впливу на слухача, необхідно використовувати імпровізацію. На жаль, мало хто володіє цим талантом. Саме тому промови потрібно вчити, практикувати, записувати на відео, аналізувати і змінювати на краще. Треба використовувати знання, щоб вміло висловлювати свої погляди, використовувати логічне мислення, контролювати мову тіла і бути добре вихованим в етиці ділового спілкування [20].

У будь-якому публічному виступі необхідно підготувати аргументи відомого вченого або визнаного у світі бізнесмена, навести точні цифри, додати яскравості у вигляді творчих підходів, чіткого формулювання проблем і завдань, кількох варіантів їх вирішення, обґрунтувати можливі запитання з аудиторії та підготувати відповіді на ці питання. Красномовство, презентація наочного матеріалу, переключення уваги з одного на інше та кілька жартів допоможуть контролювати аудиторію, привернути її увагу до важливих аспектів та зацікавити виступом.

Першим етапом промови є вступ, який є головою всієї промови і провідним аспектом, який вимагає назви, чітко сформульованих питань та аргументів, що ґрунтуються на фактах. Контрастні протиріччя можуть загострити увагу слухача. Більшість відомих ораторів використовують історії зі свого особистого життя, які трапилися нещодавно і є цікавими фактами або думками. Важливо розуміти, що ніколи не слід використовувати особисті епізоди, оскільки вони свідчать про некомпетентність оратора[31].

Друга частина - основна частина. Це основна частина промови, наприклад, серія запитань до аудиторії, різноманітні метафори, конфліктні теми тощо [33]. Наприклад, це серія запитань до аудиторії, різні метафори, конфліктні теми тощо. Існує також психологічний термін «магічне число Міллера», який визначає кількість тез і висновків, з яких мають складатися всі елементи, що використовуються у промові. Це пов'язано з тим, що короткочасна пам'ять працює таким чином, що людині достатньо кількох секунд, щоб пригадати подію, яку вона намагається запам'ятати. Вона також має невеликий обсяг пам'яті. Джордж Міллер був вченим, який проводив

експерименти, щоб показати, скільки інформації може зберігатися в секторі короткочасної пам'яті. Він виявив, що близько 7 ± 2 об'єктів. (в наш час ємність короткочасної пам'яті оцінюється нижче - 4-5 об'єктів, на відміну від результатів дослідження Міллера).

Отже, повертаючись до мовлення, активність мозку для розуміння і запам'ятовування слухачем можна розуміти як максимум від п'яти до дев'яти нових одиниць інформації, тому ораторам варто використовувати лише близько п'яти таких одиниць у промові [21].

Візуальна підтримка під час публічного виступу сприяє досягненню кращих результатів. Важливо пам'ятати, що в той момент, коли оратор ділиться інформацією, яку він хоче донести до аудиторії, необхідно враховувати фокус уваги аудиторії на презентації, який зосереджений на вступі доповіді та її заключній частині. У візуальній презентації найважливіший фокус уваги - на початку та в кінці, оскільки немає жодної частини презентації, яка б не була важливою. Слід також зазначити, що блоки, які містять вступ і висновок, не є великими і становлять від 10% до 30% від загального обсягу. [6].

Інформація у вигляді слайдів, а також порядок демонстрації слайдів має доповнюватися усним виступом доповідача. Таким чином, слухач може заповнити інформацію, якої не вистачало на слайдах або під час слухання доповідача. Комунікація - це складний, багатогранний процес, в якому люди обмінюються інформацією один з одним не тільки за допомогою слів, але й за допомогою різноманітних інших засобів, таких як поза тіла, жести, міміка, інтонація голосу і навіть зоровий контакт. На просторове положення іншої людини впливає те, як вона вдягається. Усі ці засоби передачі інформації належать до невербальної комунікації [29].

Послідовність обміну інформацією, тобто передача повідомлень не за допомогою слів, а за допомогою інших засобів комунікації, називається невербальною комунікацією. У психології виділяють чотири форми невербальної комунікації: кінесику, паралінгвістику, проксеміку та

окулістику (візуальну комунікацію). Кожна з цих форм спілкування використовує власну знакову систему для покращення комунікації [23].

Науковець Г. Крейдлін виділив такі галузі:

- паралінгвістика - наука, що відповідає за звуковий код невербальної комунікації;

- окуломоторика, як наука, знає про рухи очей людини та візуальну поведінку в процесі комунікації;

- аудіологія вивчає, як звук сприймається вухом і досліджує слухову поведінку людей у процесі комунікації;

- тактика (тактильна наука) вивчає мову дотиків і тактильну комунікацію;

- кінесика - це наука про жест, жестову поведінку, жестикуляційні процеси та жестову систему людини;

проксеміка - це також наука про комунікативний простір, його структуру та функціонування.

Засоби невербальної комунікації можна поділити на:

- Паралінгвістичні - це засоби, пов'язані з мовленням. Інтонація, інтенсивність голосу, тембр, висота, ритмічна швидкість, темп, паузи в мовленні, структура голосу, тобто якість голосу, регістр і тембр - все це в сукупності називається просодія.

- Тактильні та кінематичні засоби - це засоби фізичного впливу (тримання за руку незрячої людини, танець пари, в якому партнери обіймають один одного.

Більшість невербальних виразів і засобів комунікації людини є вродженими і, як наслідок, дозволяють людині певним чином взаємодіяти з іншими та досягати взаєморозуміння нарівні емоцій і поведінки [2].Спілкування за допомогою невербальних каналів потрібне для того, щоб:

-задати хід комунікації так, щоб створити контакт на психологічному рівні з іншою людиною;

- розширити зміст, переданий словами, і спрямувати напрямок свідомого вербального письма;

- виразити почуття, можуть відображати розуміння ситуації.

Невербальна комунікація, на відміну від слів,розуміється мовцем і слухачем, але не повністю.Ніхто не має повного контролю над власною невербальною поведінкою, і це часто призводить до часткового непорозуміння між комунікантами, особливо між людьми з різних культур [21].

Комунікатори є відправниками інформації, а реципієнти - її одержувачами. Ця навичка дозволяє їм однаково розуміти значення і зміст слів. Ефективна ділова комунікація - це обмін ідеями та пошук спільних рішень.

Висновки до першого розділу

Аналіз психолого-педагогічної літератури показує, що поняття «комунікативна компетентність» охоплює комплекс знань, умінь і навичок, необхідних для ефективної комунікації. Комунікативна компетентність включає розуміння процесу комунікації, вміння використовувати низку вербальних і невербальних засобів передачі інформації, вміння слухати, розуміти і підлаштовуватися під співрозмовників. Комунікативна компетентність також включає в себе навички встановлення ефективного контакту, здатність розпізнавати та вирішувати комунікативні бар'єри, а також вміння взаємодіяти та будувати стосунки з іншими людьми.

Комунікативні навички є більш специфічними компетенціями і полягають у здатності застосовувати комунікативні знання та навички у практичній діяльності. Сюди входить здатність ефективно використовувати мову тіла, жести, міміку, тон голосу та інші невербальні сигнали, вміння адаптуватися до різних ситуацій спілкування та швидко змінювати свій підхід до інших. Комунікативні навички є невід'ємною частиною цієї компетентності і визначають здатність застосовувати ці знання та вміння у практичному спілкуванні.

Дослідження показують,що комунікативні навички можна розвивати та вдосконалювати шляхом систематичної практики та тренувань. Психологічні особливості розвитку комунікативних навичок включають емоційний інтелект, емпатію, активне слухання та вирішення конфліктів, адаптивність, вміння використовувати мову тіла та невербальну комунікацію. Ці характеристики допомагають ефективно спілкуватися з клієнтами та колегами, створюючи сприятливе середовище для досягнення та розвитку професійних цілей.

РОЗДІЛ ІІ. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ БІЗНЕСУ

2.1. Організація емпіричного дослідження

В нашому емпіричному дослідженні взяли участь 60 працівників бізнес сфери (а саме 28 жінок та 32 чоловіки). Респондетів було поділено на експериментальну та контрольну вибірку з метою визначити та порівняти результати дослідження різних аспектів комунікації менеджерів та працівників інших відділів компанії.

В основу емпіричного дослідження покладені теоретичні положення, викладені в першому розділі, а також пошук шляхів системної діагностики готовності до ефективної комунікації працівників сфери бізнесу. Для оптимальної реалізації програми емпіричного дослідження психологічних особливостей розвитку комунікативних здібностей нами були вирішені такі завдання:

- відбір методик, що спрямовані на вивчення психологічних особливостей комунікативних здібностей;
- здійснення аналізу розвитку комунікативних здібностей студентів;
- розробка практичних рекомендацій щодо розвитку комунікативних здібностей.

Емпіричне дослідження психологічних особливостей розвитку комунікативної компетентності у співробітників підприємства передбачає використання певного комплексу методів, які дають змогу визначити загальний рівень розвитку та розвиток таких рис, як комунікативна емпатія, толерантність. Для емпіричного вивчення досліджуваного феномену було обрано такі методи, що апробовані в соціологічних та психологічних дослідженнях:

1) Методика «Оцінка комунікативних і організаторських схильностей – КОС» (В. Синявського, Б. Федоришина);

2) Тест «Оцінка комунікативних вмінь» (Л. Міхельсон, переклад та адаптація Ю. Гильбуха);

3) Методика на визначення здатності до самоуправління у спілкуванні.

4) Опитувальник комунікативної толерантності В. В. Бойко;

5) Методика діагностики полікомунікативної емпатії

Методика на визначення рівня комунікативної та організаторської компетентності (KOS) авторства В.В.Синявський та Б.А.Федришин ґрунтується на принципі відображення та оцінки специфічних особливостей поведінки в різних ситуаціях, відомих з досвіду. Ця методика запитує про комунікативну компетентність і виявляє такі поведінкові особливості:чи бажає людина спілкуватися, чи швидко звикає до нових людей у новому колективі, чи легко встановлює контакти з незнайомими людьми, чи легко заручитися підтримкою аудиторії чи відгукується на прохання, чи проявляє інтерес до громадських завдань. Методика визначення організаторської компетентності також включає 20 запитань, які допомагають оцінити такі характеристики, як швидкість орієнтації в складних ситуаціях, винахідливість, спонтанність, наполегливість, вимогливість, організаторські нахили, самостійність, самокритичність, витримка, ставлення до громадської роботита комунікабельність.

Максимальна оцінка за кожним параметром – 20 балів. Бали підраховуються окремо для комунікаційної та організаційної тенденцій за допомогою ключа обробки даних КОС-2.За кожну відповідь «так» або «ні» на твердження, що збігається із зазначеним у ключі, нараховується один бал окремо для кожної тенденції. Експериментально було встановлено п'ять рівнів комунікативних та організаційних тенденцій. Розподіл балів для кожного з цих рівнів наведено нижче. Рівні комунікативних та організаторських здібностей

- сума від 1 до 4 балів вказує на дуже низький рівень;

- сума від 5 до 8 балів вказує на низький рівень;

- сума від 9 до 12 балів вказує на середній рівень;

- сума від 13 до 16 балів вказує на високий рівень;

- сума від 17 до 20 балів вказує на найвищий рівень; сума від 1 до 4 балів вказує на дуже високий рівень.

Сума 5-8 балів свідчить про нижчий за середній рівень комунікативних та організаторських схильностей. Такі люди не намагаються спілкуватися і надають перевагу самостійності. Відчувають себе некомфортно в новій компанії або колективі. Труднощі у встановленні контакту з іншими людьми. Не відстоюють свою думку і не люблять, коли на них нападають. Рідко проявляє ініціативу і уникає прийняття самостійних рішень

Бали від 9 до 12 свідчать про середні комунікативні навички та організаторські здібності. Такі люди шукають контакту з іншими та намагаються відстоювати власні інтереси, але їхній потенціал не дуже стабільний. Для формування та розвитку цих якостей особистості необхідні подальші виховні зусилля: сума 13-16 балів свідчить про високий рівень прояву комунікативних та організаторських схильностей досліджуваного. Вони не губляться в новій обстановці, швидко знаходять друзів, намагаються розширити коло знайомств, допомагають рідним і близьким, проявляють ініціативу в спілкуванні, здатні приймати рішення в складних і нестандартних ситуаціях

Бали від 17 до 20 свідчать про високий рівень комунікативних та організаторських схильностей. Це свідчить про те, що у цих людей є потреба в комунікативній та організаторській діяльності. Вони швидко орієнтуються в складних ситуаціях. Комфортно почуваються в нових колективах. Вони ініціативні. Самостійно приймають рішення. Відстоюють свою думку і готові приймати свої рішення. Любить організовувати ігри та заходи.

Опитувальник комунікативної толерантності В. В. Бойко (Тест Бойко).

Толерантність у спілкуванні сприяє розумінню інших, проте її відсутність в міжособистісних стосунках часто призводить до конфліктів.

Тому, достатня толерантність є важливим фактором запобігання та вирішення конфліктів. Тест на визначення рівня комунікативної толерантності В.В.Бойко дозволяє оцінити, в яких аспектах Ваших стосунків Ви найбільш схильні до конфліктів, а знаючи причини конфліктів, легше уникнути їх взагалі або знайти шляхи їх вирішення.

Інструкція. Вам необхідно відповісти на 45 запитань, розділених на дев'ять блоків. Кожен блок відображає особливості Вашої поведінки за певних умов спілкування; за шкалою від 0 до 3 балів, будь ласка, вкажіть, наскільки вірними є наведені нижче судження про Вас. Будь ласка, відповідайте чесно: 0 балів - не стосується, 1 бал - дещо стосується, 2 бали - цілком стосується, 3 бали - цілком стосується.

Ключ до тесту Бойко. Підраховується сума балів, отриманих за всіма дев'ятьма ознаками. Максимальне число балів - 135, по кожному з блоків - 15.

Інтерпретація тесту Бойка. Вищі бали свідчать про нижчий рівень комунікативної толерантності, абсолютну нетерпимість до інших і вищий потенціал конфліктності. Основна увага приділяється тому, який поведінковий блок має найвищий загальний бал. Чим вищий бал за певною характеристикою, тим менш толерантним є суб'єкт у цьому аспекті по відношенню до інших і тим складніше йому налагодити ефективний комунікативний процес. І навпаки, чим нижчий бал за певною поведінковою рисою, тим вищий загальний рівень комунікативної толерантності в цьому аспекті взаємовідносин. Розшифровка блоків

1. заперечення або нерозуміння індивідуальності іншої людини: ви не здатні зрозуміти або прийняти індивідуальність іншої людини;

2. орієнтація на себе при оцінці інших: ви орієнтуєтеся на себе при оцінці поведінки, ідей або певних характеристик людей;

3. орієнтація на себе при оцінці інших.

4. оцінюючи інших, ви виходите з себе: ви не можете приховати або згладити неприємні почуття: ви не можете приховати або хоча б згладити

неприємні почуття, які виникають при зіткненні з некомунікабельними якостями партнера;

5. ви не можете спілкуватися з партнером: ви не можете спілкуватися з партнером, коли зіштовхуєтеся з його некомунікабельними якостями

6. Бажання переробити або перевиховати партнера по спілкуванню: ви хочете переробити, перевиховати або змінити партнера під свої потреби;

7. невміння прощати помилки партнера по спілкуванню Невміння прощати: невміння прощати помилки, роздратування або ненавмисні проблеми іншої людини, які завдають вам клопоту;

8. нетерпимість до дискомфорту партнера по спілкуванню (хвороба, втома, відсутність настрою): нетерпимість до фізичного або психічного дискомфорту іншої людини;

9. невміння пристосовуватися до інших учасників спілкування Невміння пристосовуватися: погано пристосовується до особистості, звичок і бажань іншої людини.

Тест «Оцінка комунікативних вмінь» (Л. Міхельсон, переклад та адаптація Ю. Гильбуха).

Всі шкали оцінюються за трьома параметрами: компетентність, залежність та агресивність. При роботі з цією методикою слід враховувати, що тест має як правильні, так і неправильні відповіді. Типи відповідей, близькі до компетентності, називаються правильними, тоді як залежні та агресивні відповіді називаються неправильними. Для визначення, до якого типу належить обраний варіант відповіді, та підрахунку кількості правильних і неправильних відповідей можна використовувати ключ. За кількістю правильних відповідей можна визначити близькість до стандарту. В опитувальнику описано 27 ситуацій спілкування. Для кожної ситуації представлено п'ять можливих дій. Ви повинні вибрати одну дію, яка підходить для Вас у цій ситуації; не можна вибрати більше двох варіантів або вибрати варіант, який не вказаний в анкеті. Усі запитання розділені авторами на п'ять типів комунікативних ситуацій: ситуації, в яких потрібно

відреагувати на позитивне висловлювання співрозмовника, ситуації, в яких потрібно відреагувати на негативне висловлювання, ситуації, в яких доводиться висувати вимоги, розмовні ситуації та ситуації, в яких потрібно проявити емпатію.

Методика «Діагностика рівня полікомунікативної емпатії» (І. Юсупова)

Опитувальник ґрунтуєтьсяна діагностиці факторів, щовизначають розвиток емпатійної здатності суб'єкта: 1) здатність до прийняття ролі; 2) чутливість; 3) її переживання в емоційній пам'яті суб'єкта. Методика може бути використана як діагностичний інструмент для експрес-аналізу при підборі кадрів для комунікативних професій, а також при формуванні студентів психологічних та юридичних спеціальностей у вищих навчальних закладах, медичних, театральних та педагогічних установах.

Методика також допомагає визначити загальний рівень емпатії та її рівень у різних сферах життєдіяльності людини, який можна виявити за допомогою шести діагностичних шкал:

1. Шкала «Емпатія до батьків» виявляє здатність співпереживати своїм батькам, співчувати їм, цікавитися їхнім життям, почуттями та настроями. Ця шкала демонструє розуміння сім'ї та схильність прощати образи.

2. Шкала «емпатія до тварин» вимірює здатність співпереживати тваринам, цікавитися ними та допомагати постраждалим, беручи безпритульних тварин до себе додому.

3. Шкала «емпатія до людей похилого віку» вимірює співчуття, співпереживання та участь до людей похилого віку, іноді надмірну турботу про них. Окреслена шкала вимірює здатність до розуміння та терпіння, дратівливість та здатність до розуміння і терпіння, дратівливість і можливість безпідставного звинувачення під час хвороби.

4. Шкала «Емпатія до дітей» дозволяє визначити ступінь емпатії до дітей, здатність співпереживати дітям, розуміти природу їхнього настрою і смутку, вміння знаходити з ними спільну мову, взаємодіяти і любити їх.

5. Шкала «Емпатія до вигаданих персонажів» виявляє схильність до співпереживання героям фільмів та книг, здатність входити в їхні ролі, здатність глибоко розуміти сюжет та суть історії, здатність зосереджуватися на власних почуттях героїв, а не на їхніх вчинках.

6. Шкала «Емпатія до незнайомих та малознайомих людей діагностує здатність співпереживати іншим, здатність залишатися небайдужим до проблем і долі інших, вміння вислухати інших і допомогти їм у разі потреби.

У процесі обробки цих результатів були додані показники нечесності, довірливості та психологічної надійності.

Діагностика рівня комунікативного самоконтролю (М. Шнайдер)

Надумку М.Шнайдера, люди з високим комунікативним контролем завжди володіють собою і точно знають, де і як вони повинні себе поводити. Вони контролюють свою емоційну експресію. Водночас їм дуже важко виражати себе спонтанно і вони не люблять непередбачуваних ситуацій. Люди з низьким комунікативним контролем відверті та відкриті, але можуть сприйматися оточуючими як надмірно відверті та нав'язливі.

Обробка та інтерпретація результатів тесту. По одному балу нараховується за відповіді «Н» на запитання 1, 5 і 7 та «В» на решту запитань. Підрахуйте загальну кількість балів.

- 0-3 бали - низький комунікативний контроль; висока імпульсивність у спілкуванні, відкритий, розкутий, поведінка не змінюється залежно від ситуації спілкування, не обов'язково співвідноситься з поведінкою інших.

- 4-6 балів - помірний комунікативний контроль; відкритий, розкутий, не змінює поведінку в залежності від ситуації спілкування, не завжди корелює з поведінкою інших. Однак стримана у вираженні емоцій і співвідносить свої реакції з поведінкою інших.

- 7-10 балів - високий комунікативний контроль; постійно стежить за собою та контролює емоційні прояви;.

2.2. Аналіз та інтерпретация отриманих результатів аспектів комунікації

За методикою «Діагностика комунікативних і організаторських здібностей» (КОС – 2), авторами якої виступають В. В. Синявський, В. А. Федоришин було отримано наступні результати, які наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Розподіл респондентів за рівнем комунікативних та організаторських здібностей за методикою В. В. Синявського, В. А. Федоришина (у %)

Комунікативні здібності					
	Низький	Нижче середнього	Середній	Високий	Дуже високий
ЕГ	3,3%	16,6%	41,6%	25%	13,3%
КГ	6,6%	13,3%	40%	23,3%	11,6%
Організаторські здібності					
	Низький	Нижче середнього	Середній	Високий	Дуже високий
ЕГ	6,6%	13,3%	46,6%	23,3%	11,6%
КГ	10%	15%	45%	20%	10%

Аналіз методики дозволив з’ясувати, що серед опитаних респондентів низький рівень комунікативних здібностей спостерігається у 3,3% респондентів експериментальної групи та у 6,6% контрольної. Особи з окресленим рівнем почувають себе дискомфортно перебуваючи у колективі, можуть уникати нових знайомств, не здатні відстоювати власну думку, чи мають труднощі якщо виникає потреба виступити перед аудиторією.

У 16,6% опитаних експериментальної групи та у 13,3% контрольної рівень комунікативних тенденцій нижче середнього. Середній рівень

виявлено у 41,6% опитаних експериментальної групи та 40% контрольної.. Високий рівень було виявлено у 25% опитаних експериментальної групи та 23,3% контрольної, що свідчить про активний інтерес до комутативної діяльності, здатність підтримати будь-яку розмову та адаптуватися до складних ситуацій. 13,3% респондентів першої вибірки та 11,6% контрольної демонструють дуже високий рівень розвитку комунікативних тенденцій, з впевненою поведінкою в нових колективах, проактивною поведінкою та схильністю до самостійних дій. Такі особи здатні створювати позитивну атмосферу та вносити життєву енергію в незнайому компанію, а також шукати заняття для задоволення комунікативних потреб.

За результатами дослідження рівня розвитку організаторських схильностей 6,6% реципієнтів експериментальної групи та 10% контрольної мають низький рівень розвитку організаторських схильностей, тобто не здатні приймати рішення, проявляти ініціативу та брати на себе відповідальність. 13,3% експериментальної групи та 15% контрольної груп опитаних демонструють рівень розвитку організаторських схильностей нижче середнього, Вони відчувають образу, доволі низький рівень прояву ініціативи в соціальній діяльності та вважають себе нездатними до прояву ініціативи в соціальній діяльності. Ці ознаки свідчать про низьку впевненість у собі та рішучість. Такі особи відчувають тривогу і збентеження, коли стикаються з критикою або образливими подіями, мають труднощі з проявом позитивної ініціативи або керівництвом проектами в соціальній діяльності, оскільки не мають достатньої впевненості у власних здібностях і компетентності, відмовляються приймати самостійні рішення і вважають за краще слідувати думці інших або уникати відповідальності.

Респонденти з рівнем організаторських здібностей вище середнього 23,3% (перша вибірка) та 20% (друга вибірка) й дуже високим 11,6% (експериментальна група) та 10% (контрольна) проявляють ініціативу у спілкуванні, охоче беруть участь в організації громадських заходів, здатні приймати самостійні рішення у складних ситуаціях, активні та ініціативні у

стосунках з іншими, готові брати на себе відповідальність за власні вчинки, зацікавлені у спілкуванні та спільній діяльності, здатні брати на себе відповідальність та приймати самостійні рішення у складних ситуаціях, проявляють впевненість та рішучість. Усі ці характеристики свідчать про внутрішню мотивацію, активну участь та прагнення до самореалізації.

Порівняння результатів дослідження комунікативних та організаторських схильностей у працівників сфери бізнеу свідчить про те, що деякі реципієнти мають певні проблеми з їх розвитком (див. рис. 2.1). Низький рівень комунікативних та організаторських схильностей респондентів першої вибірки (3,3% та 6,6% відповідно) та рівень нижче середнього (16,6% та 13,3% відповідно) свідчить про те, що цим особам бракує мотивації до спілкування, вони не вливаються в нову компанію чи групу, надають перевагу проведенню часу на самоті, обмежують коло своїх знайомств та мають труднощі у встановленні контактів з іншими людьми.

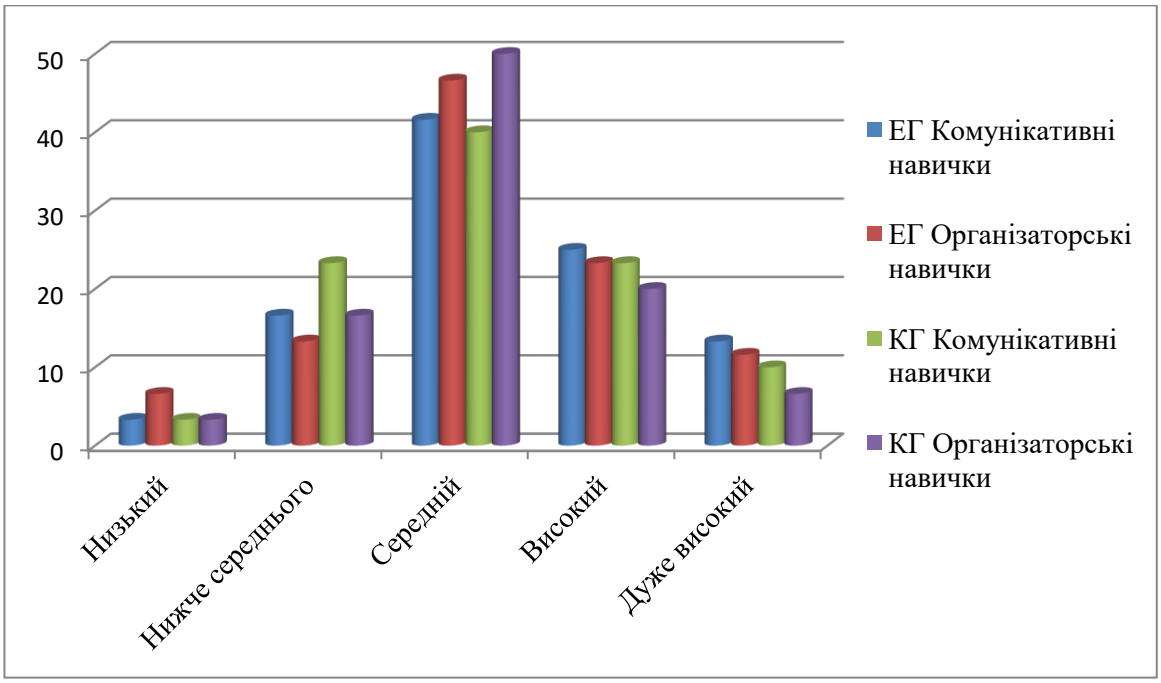


Рис.2.1. Порівняльний аналіз комунікативних та організаторських навичок

Це свідчить про те, що у професійній діяльності їм важно комунікувати з клієнтами та колегами, також вони мають низьку ініціативність у громадській діяльності та воліють уникати самостійного прийняття рішень. Такі особи можуть відчувати труднощі у встановленні та підтримці ефективної комунікації з оточуючими, мати проблеми з передачею та розумінням інформації, управлінням груповими проектами, розв'язанням конфліктів та самоорганізацією. Недостатньо розвинені комунікативні та організаторські навички також можуть обмежувати працівників бізнес сфери у професійній діяльності, де важливо вміти ефективно спілкуватися з клієнтами, колегами та керівниками, організовувати свою роботу та досягати поставлених цілей.

Для щоб виявити рівень комунікативної компетентності та рівня сформованості основних комунікативних вмінь ми застосували тест «Оцінка комунікативних умінь» (Рисунок 2.2).

Аналіз результатів дослідження продемонстрував, що у 20% респондентів експериментальної групи переважає невпевнена (залежна) позиція спікування. У представників контрольної групи цей показник дорівниє 25%.

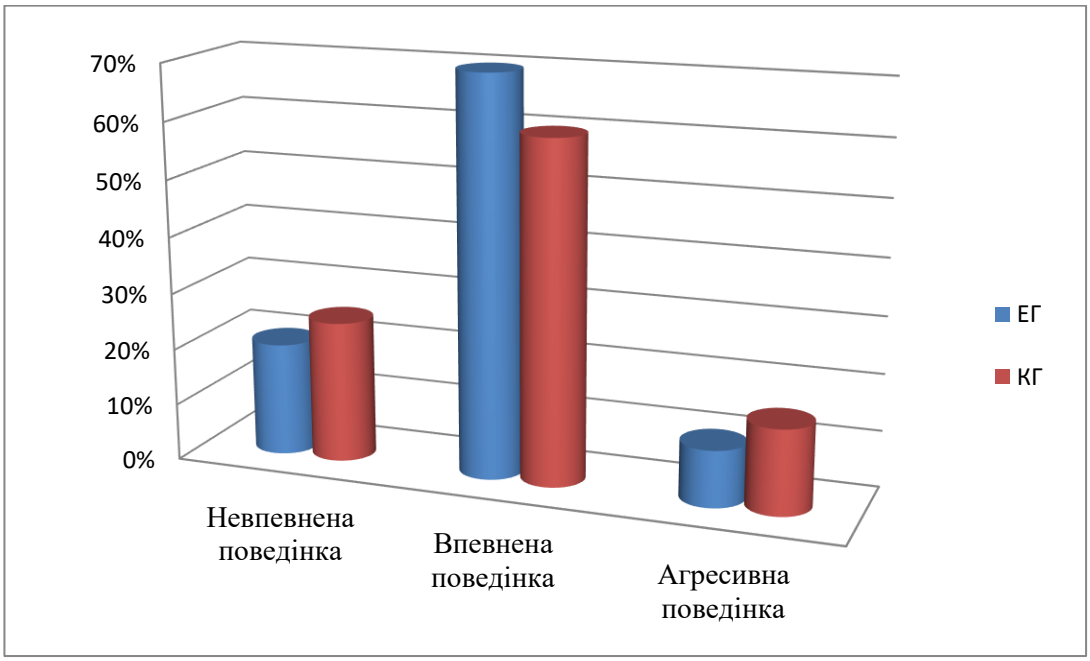


Рис.2.2. Результати дослідження позиції спілкування

Така позиція проявляється в безініціативності, прагненні уникати висловлення власної думки, очікуванні вказівок чи дозволу від інших, перекладанні відповідальності за прийняття рішень, постійній згоді з думкою інших. Прагнення контролювати інших і відповідати їхнім очікуванням, навіть якщо вони суперечать власним переконанням, невпевненість у собі, низька самооцінка і сумніви у власних силах: такі учні постійно шукають підтримки і схвалення з боку інших, навіть у дрібницях, надмірно покладаються на думку інших, втрачають самостійність і незалежність, можуть заперечувати свої потреби.

Проте, більшість опитаних першої вибірки, а саме 70% виявляють доволі компетентну позицію у процесі комунікації, що є виявом здатності вільно виражати власну думку, не боячись осуду та критики відчувати себе комфортно під час демонстрації своїх поглядів, чи відстоюванні певних позицій. Стосовно респондентів другої вибірки помітним є те, що показник на 10% менший.

Такі особи не лише висловлюють власну думку, а й активно прислухаються до думок інших, виявляють інтерес до ідей та досвіду інших, проявляють емпатію та розуміння, впевнені у власних силах,готові брати на себе відповідальність за наслідки своїх вчинків, цінують власні успіхи, вміють впевнено долати труднощі та перешкоди, мають навички самоконтролю та навички емоційної стабільності.

Агресивну позицію в спілкуванні (поведінку пригнічення) продемонстрували 10% реципієнтів експериментальної групи. У 15% респондентів контрольної групи було виявлено окреслену позицію. Така позиція у спілкуванні може проявлятися у прагненні домінувати та підпорядковувати собі інших, неповазі та пригніченні інших, спробах занизити самооцінку інших, не дозволяти іншим висловлювати свою думку, не прислухатися до чужих аргументів, прагненні зайняти домінуючу позицію та контролювати розмову.

Такі особи можуть критикувати або засуджувати інших,висловлювати власні потреби і бажання, не беручи до уваги потреби і бажання інших, або ігнорувати інтереси і почуття інших. Агресивна поведінка у спілкуванні є негативною і шкідливою для всіх учасників. Вона порушує взаємоповагу, створює конфлікт і завдає шкоди стосункам.

Здорова комунікація ґрунтується на взаєморозумінні, повазі та толерантності. Розвиток навичок ефективної комунікації, які сприяють конструктивним стосункам, допомагає уникнути агресивної поведінки та забезпечити позитивну взаємодію з іншими людьми.

Для визначення соціально-психологічного клімату на робочому місці було використовували методику Методика здатності до самоуправління Н. М. Пейсахова. Окреслена методика допомагає визначити суб'єктивну думку кожного про загальні показники психологічного благополуччя в колективі. Результати опитування графічно подані на рис. 2.3

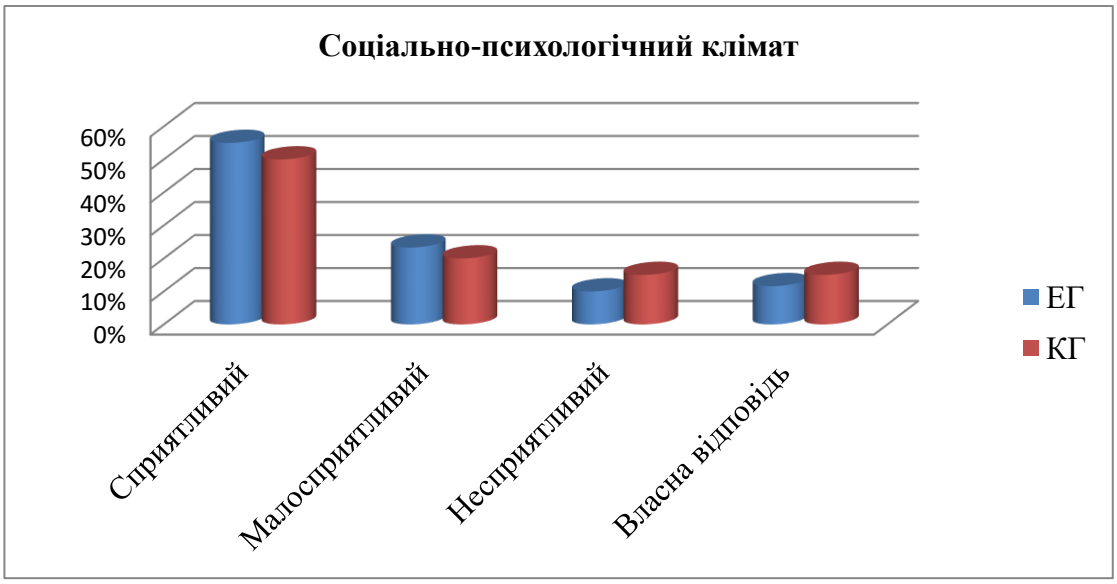


Рис.2.3 Рівень соціально-психологічного клімату як чинника роботи працівників бізнес сфери.

Опитування серед респондентів експериментальної групи щодо соціально-психологічного клімату в середовищі колег працівників бізнес ланки виявило такі результати: загалом 55% респондентів вважають, що в їх

колективі панує сприятливий соціально-психологічний клімат та дружні стосунки між колегами, включаючи здорові форми конкуренції; 23,3% опитаних вважають, що в їхній групі панує несприятлива для ефективної роботи кліматична ситуація ситуація: 10% реципієнтів вважають, що соціально-психологічний клімат у їхній групі несприятливий і не сприяє організації робочого процесу в цілому.

Результати респондентів контрольної групи розподілилися наступним чином: 50% опитаних зазначили про те, що рівень соціально-психологічного клімату сприятливий , 20% вважають його малосприятливим, однакова кількість реципієнтів, а саме 15% зазначили, що він малосприятливий та вказали васну відповідь.

За результатами діагностики комунікативної толерантності за В.В. Бойко

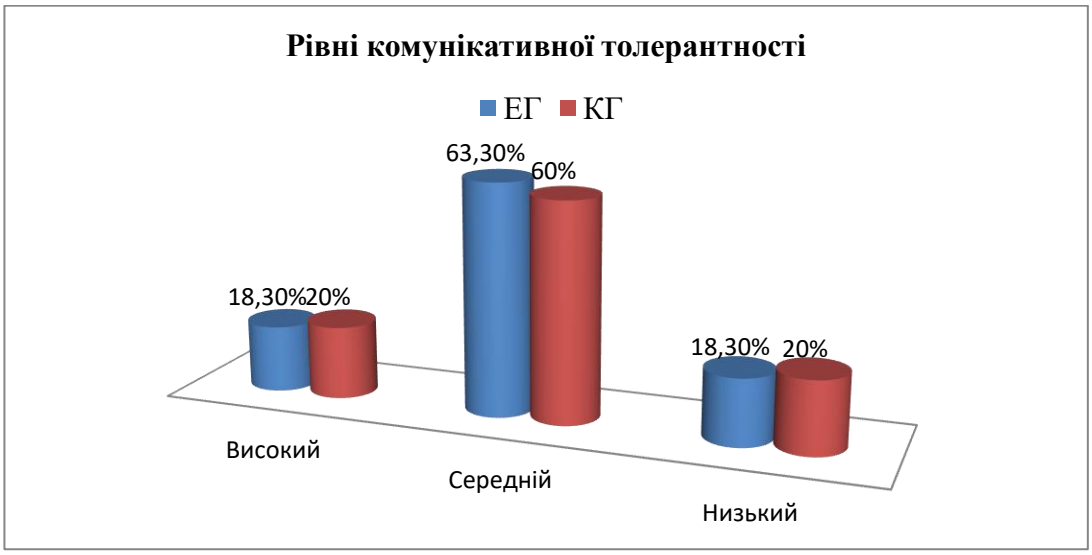


Рис. 2.4. Результати діагностики комунікативної толерантності за В.В. Бойко

Методика діагностики комунікативної емпатії

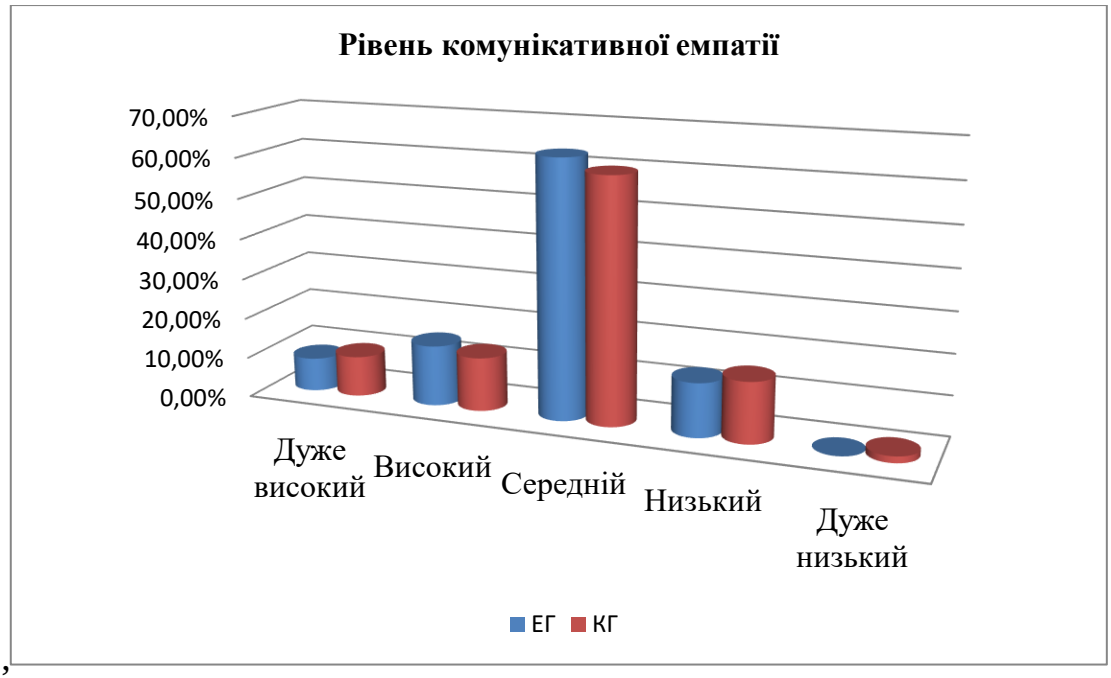


Рисунок 2.5. результати діагностики комунікативної емпатії

Аналіз рисунку 2.5 дозволив виявити, що у респондентів першої вибірки дуже високий рівень виявлено у 8,3% реципієнтів, високий притаманний 15% опитаних, більшість респондентів, а саме 63,3% має середній рівень прояву емпатії. Низький рівень комунікативної емпатії було виявлено у 13,3% опитаних, а дуже низький не було виявлено.

Щодо другої вибірки спостерігається трохи інша тенденція: дуже високий притаманний 10% опитаних, високий виявлено 13,3%, середній наявнй у 60%. Низьий отримали 15% реципієнтів і лише 1,6% отримали дуже низький рівень комунікативної емпатії.

Респонденти з високим і середнім рівнями емпатії мають добре розвинену здатність співпереживати і розуміти емоції, почуття і переживання інших людей. Емпатія проявляється у здатності ставитися до інших з розумінням, турботою та увагою. Особи з високим або помірним рівнем емпатії зазвичай мають глибоке розуміння емоційних станів і потреб інших людей. Вони легко сприймають емоції, які відчувають інші, і схильні до співчуття та співпраці. Це робить їх ефективними слухачами та відповідальними комунікаторами. Високий рівень емпатії корисний для працівників бізнес сфери, у професійній діяльності, де їм потрібно виявляти

розуміння і турботу про клієнтів та вести активну комунікацію з колегами та керівництвом, також допоможе покращити стосунки, зменшити кількість конфліктів і сприяти співпраці та близькості між людьми.

На завершення наведемо дані обробки результатів за допомогою Uкритерію Манна-Уїтні, який застосовувався при порівнянні результатів контрольної та експериментальної груп:

1. При порівнянні показників рівня комунікативної компетентності (Тест Л.Міхельсона) не встановлено достовірних відмінностей: Uемп=18 >Uкр=7, при p> 0,05, що означає допустимість порівняння результатів діагностики.

2. При порівнянні показників груп за методикою Діагностика полікомунікативної емпатії встановлено достовірні відмінності в рівні комунікативної компетентності: Uемп=5 < Uкр, при P <0,01.

3. При порівнянні показників за методикою «Діагностики рівня комунікативної толерантності» В. В. Бойко виявлені достовірні відмінності за шкалами емоційний канал емпатії та ідентифікація: Uемп=7 < Uкр=12,5, при P <0,05

Таблиця

Значимі відмінності в показниках комунікативної сфери працівників бізнес індустрії

Шкали	**Середні показники**		**Sig. (2tailed)**
	Експериментальна група	**Контрольна група**	
1.Комунікативна компетентність	14,8	10,8	0,01
2. Полікомунікативна емпатія	17,2	23,9	0,05
3 Комунікативна толерантність	21,8	16,1	0,05

Значимі відмінності між групами зображено в табл. 2.2.4. Статистичний аналіз показав, що для підлітків, які захоплюються

соціальними мережами, властивий менший рівень розвитку комунікативної компетентності та емоційного каналу емпатії, проте ідентифікація розвинена краще.

Можемо зробити висновок, що спілкування в соціальних мережах тісно повязане з особливостями емпатійних здібностей та комунікативної компетентності в підлітковому віці.

2.3 Рекомендації щодо розвитку комунікативних навичок працівників сфери бізнесу

Комунікативні навички можна розвинути за допомогою спеціально організованих соціально-психологічних тренінгів. Тренінги допомагають підвищити рівень комунікативних, організаторських навичок та особистісного потенціалу [25]. Загальна мета тренінгу - вдосконалення комунікативних та організаторських навичок - може бути конкретизована у по-різному сформульованих завданнях, але завжди полягає в набутті знань, формуванні вмінь і навичок, розвитку установок, що визначають поведінку в спілкуванні, перцептивних здібностей,модифікації та розвитку системи особистих взаємовідносин.

Програма тренінгу включає:

1) вправи, які в першу чергу впливають на особистісний стан групи в цілому та/або кожного учасника (вправи на підвищення ефективності);

2) вправи, спрямовані в першу чергу на змістовний аспект роботи (вправи на планування змісту);

3) вправи на отриманняособистісногозворотного зв'язку. Розділи 1 і 2 далі поділені та структуровані, містять вправи, класифіковані відповідно до конкретних цілей.

Для реалізації програми тренінгу рекомендується провести 10 зустрічей тривалістю 2-3 години кожна. Частота проведення визначається фасилітатором (психологом) та учасниками тренінгу (персоналом закладу).

Заняття проводяться в окремому приміщенні, зазвичай це кімната психологічного розвантаження. Приміщення має бути достатньо просторим, щоб учасники групи могли стати в коло і виконувати вправи (деякі вправи на згуртованість групи вимагають переміщення учасників). Найкраще для тренінгу підходять групи з 8-10 осіб (парна кількість учасників).

Пам'ятайте, що опір і психологічний захист працівників можуть бути дуже потужними. Заздалегідь слід провести бесіди з учасниками тренінгу. Ефективно поінформувати їх про основні цілі та завдання, форми спільної роботи та можливі результати. Слід підкреслити, що результати можуть бути досягнуті лише за умови активної та цілеспрямованої участі учасників. Про психологічний тренінг як форму взаємодії також слід розповідати. Його метою є спільний досвід, отриманий в результаті певного типу спілкування між членами групи. Членам групи слід пояснити, як працювати, і попередити, що від них очікується дотримання правил (зачитуються основні правила). Ідея тренінгу полягає в тому, щоб «перетворити» групу на тривимірне дзеркало, в якому відображається кожен учасник так, як він конкретно з'являється в житті групи. Робота групи має бути зосереджена на отриманні зворотного зв'язку від кожного учасника. Кожному учаснику надається можливість поглиблено дослідити конкретний індивідуальний випадок свого перебування в групі в конкретній реальності, яка розгортається навколо нього як конкретний прояв учасників тренінгу.

У процесі групової роботи дотримуються кількох принципів:

1) принцип «тут і зараз». Це обмежує групову дискусію подіями, що відбуваються в групі в даний момент;

2) принцип персоніфікації висловлювань. Вирази «прийнято вважати» і «деякі люди вважають» замінюються на «я вважаю» і «я думаю»;

3) принцип підкреслення емоційності висловлювань. Під час надання зворотного зв'язку підкреслюйте емоційні стани та прояви (свої та партнера). Використовуйте мову, яка фіксує ці стани.

5) Принципи активності, довірливого спілкування і конфіденційності також є необхідними.

Форми мови в тренінгу: мова образів, мова асоціацій, мова метафор. Мова широко використовується на вербальному і невербальному рівнях.

Ритуал є важливим елементом групової діяльності для підтримки почуття приналежності. Ритуали в групах можна розуміти як звичну поведінку, спільний досвід, який набуває додаткового значення через почуття спільності та розуміння своєї винятковості. Ритуали створюють відчуття визнання серед учасників і сприяють зростанню довіри до того, що відбувається. Однак для того, щоб дія стала ритуалом, вона повинна повторюватися у всіх відповідних випадках і бути прийнятою групою [16, 18].

Ритуали можуть включати початкові ритуали. Це може бути нова метафора, яку розповідає ведучий на початку заняття, або опитування учасників тренінгу про те, що нового і позитивного сталося під час заняття і чого вони очікують від сьогоднішнього дня. Також можна використовувати метафори. Крім того, рекомендується завершувати кожну зустріч оплесками. Оплески є ознакою успіху і передають позитивний заряд учасникам тренінгу

Програма розвитку комунікативнихнавичокспрямована напідвищення ефективності комунікації та розвиток ключових навичок, необхідних для успішної взаємодії з іншими людьми.

Основними етапами програми є: оцінка поточного рівня комунікативних навичок: перед початком програми проводиться оцінка комунікативних навичок учасника. Це допомагає визначити відправну точку, а згодом провести порівняльний аналіз для визначення прогресу.

Вивчення теоретичних аспектів: учасники програми отримують теоретичні знання про основні принципи ефективної комунікації, дізнаються про різні види комунікації та їхній вплив на взаємодію з іншими людьми.

Практичні вправи та рольові ігри: учасники беруть участь у різноманітних практичних вправах, рольових іграх та ситуаційних тренінгах, щоб покращити свої навички спілкування в реальному житті.

Зворотній зв'язок і корекція: під час програми учасники отримують зворотний зв'язок і поради, як покращити свої комунікативні навички. Це дозволяє їм виправляти помилки та постійно вдосконалювати свої навички.

Самооцінка та саморозвиток: учасники вчаться аналізувати власну комунікативну взаємодію, визначати сильні та слабкі сторони та розробляти стратегії для подальшого особистого розвитку.

Програма спрямована на покращення комунікативних навичок та підвищення впевненості в різних соціальних ситуаціях. Вона ґрунтується на психологічних принципах, спрямована на усунення першопричин комунікативної тривожності та дає практичні інструменти для ефективної взаємодії.

Програма складається з чотирьох модулів, кожен з яких присвячений важливому аспекту комунікації:

Модуль 1: Розуміння комунікації Психологія комунікації: основні елементи комунікації (вербальні, невербальні та активне слухання) і як вони впливають на вивчення того, як вони впливають на передачу та інтерпретацію повідомлень.

Визначення стилів спілкування: розпізнавання власного стилю спілкування (напористий, пасивний чи агресивний) та його вплив на взаємодію. Навчіться адаптувати свій стиль до різних ситуацій. Розвиток впевненості в собі: вирішення комунікативних проблем за допомогою технік релаксації, стратегій самонавіювання та позитивних афірмацій.

Модуль 2: Опанування вербальної комунікації.

Чітка та лаконічна мова: збільшуємо словниковий запас, практикуємо чітку побудову речень та відмовляємося від наповнювачів («що», «як»).

Навички ведення розмови: вивчаємо техніки, як розпочати розмову, викликати інтерес до теми та ставити вдумливі запитання. Основи публічних

виступів: вивчіть стратегії подолання страху сцени, ефективного структурування презентацій та донесення змісту з чіткістю та впливом.

Модуль 3: Потужна невербальна комунікація.

Мова тіла: зрозуміємо важливість невербальних сигналів (вираз обличчя, поза, контакт очей) та навчимося демонструвати впевненість і справжність.

Навички активного слухання: розвиваємо вміння уважно слухати, ефективно перефразовувати та виявляти щиру зацікавленість у співрозмовнику.

Емоційний інтелект: уникати емоційних спалахів та непорозумінь, розпізнаючи та керуючи своїми емоціями під час спілкування.

Модуль 4: Збираємо все воєдино

Рольові ігри та симуляції: практикуйте набуті навички в симуляційних сценаріях, пов'язаних з вашим особистим та професійним середовищем. Отримайте конструктивний зворотній зв'язок та вдосконалюйте свій підхід до комунікації.

Міжкультурна комунікація: дізнайтеся про культурні відмінності в стилях спілкування та розробіть стратегії ефективної взаємодії в різних умовах.

Підтримка позитивної комунікації: вивчаємо способи підтримки здорової комунікації у довготривалих стосунках та конструктивного вирішення конфліктів.

Як проводиться. Ця програма може проводитися в різних форматах відповідно до ваших потреб: групові семінари: інтерактивні заняття під керівництвом психолога з комунікації з можливостями для групових дискусій, рольових ігор та зворотного зв'язку.

Індивідуальний коучинг: індивідуальні заняття з психологом для вирішення конкретних комунікативних проблем та розробки індивідуальних стратегій.

Онлайн-модулі: модулі для самонавчання, що включають відеолекції, інтерактивні вправи та ресурси для завантаження.

Інструменти самооцінки: використовуйте тест на визначення стилю спілкування та особистісний тест, щоб дізнатися про свої сильні сторони та сфери, які потребують вдосконалення.

Практика та рефлексія: регулярно практикуйте комунікативні навички у повсякденній взаємодії та рефлексуйте свій прогрес.

Позитивне підкріплення: визнавайте і святкуйте успіхи в спілкуванні, щоб зміцнити впевненість і підтримати мотивацію.

Використовуючи ці психологічні принципи та практики, ця програма допоможе вам стати більш впевненим, чітким та ефективним комунікатором у всіх аспектах вашого життя. Пам'ятайте, що комунікація - це навичка, якої можна навчитися і відточити завдяки цілеспрямованості та практиці.

Висновки до другого розділу

Аналіз результатів дослідження психологічних особливостей розвитку комунікативних здібностей у працівників бізнес сфери свідчить про наявність певних проблем їх розвитку у частини респондентів.

Зокрема, виявлено низький рівень комунікативних та організаторських схильностей респондентів першої вибірки (3,3% та 6,6% відповідно) та рівень нижче середнього (16,6% та 13,3% відповідно).

Дослідження, яка позиція спілкування переважає, продемонструвало, що у що у 20% респондентів експериментальної групи переважає невпевнена (залежна) позиція спікування, у представників контрольної групи цей показник дорівниє 25%. Більшість опитаних першої вибірки, а саме 70% виявляють доволі компетентну позицію, У респондентів другої вибірки він становить 60%.Агресивну позицію в спілкуванні . продемонстрували 10% експериментальної та 15% контроль групи реципієнтів.

У респондентів першої вибірки дуже високий рівень полікомунікативної виявлено у 8,3% реципієнтів, високий притаманний 15% опитаних, більшість респондентів, а саме 63,3% має середній рівень прояву

емпатії. Низький рівень комунікативної емпатії було виявлено у 13,3% опитаних, а дуже низький не було виявлено. Щодо другої вибірки спостерігається трохи інша тенденція: дуже високий притаманний 10% опитаних, високий виявлено 13,3%, середній наявнй у 60%. Низьий отримали 15% реципієнтів і лише 1,6% отримали дуже низький рівень комунікативної емпатії.

Отже, дослідження психологічних особливостей розвитку комунікативних здібностей у працівників бізнес індустрії виявило недостатній рівень їх розвитку у певної частини колективу, тому необхідно здійснювати активну роботу над розвитком комунікативних здібностей, оскільки це впливає на їхню професійну діяльність та можливість ефективно спілкуватися, працювати в команді та досягати успіху в своїй професії. Розвиток комунікативних здібностей є важливим аспектом їх професійної підготовки. Саме тому співробітникам рекомендується активно працювати над своїми навичками комунікації, використовуючи різноманітні методики та техніки, такі як ведення щоденника, медитація, самоспостереження, саморегуляція та розширення словника емоцій.

Використання різноманітних методів, таких як рольові ігри, групова робота, використання невербальної комунікації та розвиток емпатії, може сприяти успішному розвитку комунікативних здібностей. Основними висновками є те, що розвиток комунікативних здібностей вимагає постійної практики та самовдосконалення. Як для рядових співробітників, так і для ідейних лідерів та вищої керівної ланки підприємства, важливо розуміти значення комунікації в їхній професійній діяльності та приділяти достатню увагу йому у процесі трудової діяльності.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено теоретичний аналіз проблеми комунікативної компетентності та емпіричне дослідження готовності до комунікації працівників бізнес індустрії, що дозволило зробити натупні висновки:

1. З'ясовано, що в науковій літературі є чимало досліджень, присвячених тлумаченню понять «спілкування», «професійне спілкування», «комунікація», «ділове спілкування», «професійна комунікація». Більшість науковців розглядають поняття «комунікація» як поняття, близьке до поняття «спілкування», але більш широке, ніж «комунікація». У вузькому розумінні комунікація - це передача інформації від однієї системи до іншої, опосередкована спеціальним матеріальним носієм - сигналом. У ширшому розумінні поняття «комунікація» означає, що в людському спілкуванні можуть виникати певні комунікаційні бар'єри. Ці бар'єри не мають нічого спільного з поломками каналів зв'язку або неоднозначністю кодування і декодування. Вони мають соціальну або психологічну природу. Залежно від характеру та змісту спілкування можна поділити на формальне (професійне, ділове) та неформальне (світське, повсякденне, побутове). При цьому більшість науковців ототожнюють поняття професійного спілкування та ділового спілкування. Професійне спілкування (комунікація) - це спеціально організований і науково керований процес обміну повідомленнями, організації взаєморозуміння, досягнення оптимальної взаємодії та взаємопізнання в різних видах діяльності учасників професійно спрямованого спілкування. Ми проаналізували сутність, структуру та зміст комунікативної компетентності працівників бізнесу. У психолого-педагогічній літературі компетентність визначається як підготовленість і реалізована здатність суб'єкта діяльності до виконання завдань і обов'язків повсякденної діяльності. До її структури традиційно включають знання, уміння, навички, цінності, ставлення та поведінковий досвід. Комунікативна компетентність завжди набувається в соціальному контексті. Це вимагає

усвідомлення мотивацій, поведінкових стратегій, фрустрацій як своїх, так і партнерів по спілкуванню, вміння розуміти соціальні та психологічні проблеми групи, усвідомлення перешкод, які можуть заважати взаєморозумінню, знання комунікативних технік і психологічних технологій.

Виявлено низький рівень комунікативних та організаторських схильностей респондентів першої вибірки (3,3% та 6,6% відповідно) та рівень нижче середнього (16,6% та 13,3% відповідно).

Дослідження, яка позиція спілкування переважає, продемонструвало, що у що у 20% респондентів експериментальної групи переважає невпевнена (залежна) позиція спікування, у представників контрольної групи цей показник дорівниє 25%. Більшість опитаних першої вибірки, а саме 70% виявляють доволі компетентну позицію, У респондентів другої вибірки він становить 60%. Агресивну позицію в спілкуванні (поведінку пригнічення). продемонстрували 10% експериментальної та 15% контроль групи реципієнтів.

У респондентів першої вибірки дуже високий рівень полікомунікативної виявлено у 8,3% реципієнтів, високий притаманний 15% опитаних, більшість респондентів, а саме 63,3% має середній рівень прояву емпатії. Низький рівень комунікативної емпатії було виявлено у 13,3% опитаних, а дуже низький не було виявлено. Щодо другої вибірки спостерігається трохи інша тенденція: дуже високий притаманний 10% опитаних, високий виявлено 13,3%, середній наявнй у 60%. Низьий отримали 15% реципієнтів і лише 1,6% отримали дуже низький рівень комунікативної емпатії.

Отже, дослідження психологічних особливостей розвитку комунікативних здібностей у працівників бізнес індустрії виявило недостатній рівень їх розвитку у певної частини колективу, тому необхідно здійснювати активну роботу над розвитком комунікативних здібностей, оскільки це впливає на їхню професійну діяльність та можливість ефективно спілкуватися, працювати в команді та досягати успіху в своїй професії.

Керівникам відділів слід створювати сприятливу робочу атмосферу і надавати можливості для розвитку комунікативних здібностей та проводити заходи щодо попередження та запобігання професійного вигорання (особливо стосується віддів , які активно комуні кують з клієнтами

Використання різноманітних методів, таких як рольові ігри, групова робота, використання невербальної комунікації та розвиток емпатії, може сприяти успішному розвитку комунікативних здібностей. Основними висновками є те, що розвиток комунікативних здібностей вимагає постійної практики та самовдосконалення. Як для рядових співробітників, так і для ідейних лідерів та вищої керівної ланки підприємства, важливо розуміти значення комунікації в їхній професійній діяльності та приділяти достатню увагу йому у процесі трудової діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я. Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Лілея НВ, 2015. 160 с.

2. Барабанова Н. Р., Грушевська Ю. А. Види та засоби соціальних комунікацій у професійній діяльності. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. № 6. Том 33 (72). Ч. 2. С. 170–176.

3. Богомаз К. Ю. Соціальні комунікації в управлінні: навчальний посібник. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 186 с.

4. Бондаренко Л. Ю., Вершков О. О., Бондаренко І. Ю. Комунікативні навички як основа soft skills компетентностей. Режим доступу: http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/14630/1/%d0%91%d0%be%d0%bd%d0%b4%d0%b0%d1%80%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20358-362.pdf

5. Гавриш О.А., Довгань Л.Є., Крейдич І.М., Семенченко Н.В. Технології управління персоналом: монографія. Київ: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. 528 с.

6. Гамова Г. І. Публічний виступ як реалізація ораторської майстерності.Лінгвістичні дослідження. 2019. Вип. 50. С. 156-165.

7. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л. , Мохонько Г.А. Технології управління людськими ресурсами: навч. посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с.

8. Дороніна м. С. Культура спілкування ділових людей: навч. Посіб. / Дороніна м. С. —к. : км Academia, 1998. – 192 с.

9. Зеліч В.В. Етика бізнесу: навч.метод. комплекс з дисципліни. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2015. 108 с.

10. Іванова І. Ф. Вплив рівня розвитку комунікативних здібностей на формування професійної спрямованості. Психологічні науки : збірник наукових праць. 2013. Т. 2. Вип. 10 (91). С. 121-125

11. Кіслов Д. В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток». 2013. № 3. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551 (дата звернення: 10.12.2024).

12. Книш П.В. Сутнісні характеристики поняття «управлінська технологія». Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. 340 2014. Вип. 1. С. 255-264.

13. Комунікативні навички – що це. Режим доступу: https://zhyvoedelo.com/ua/news/kommunikativnye-navyki

14. Криворучко О. М., Водолажська Т.О. Управління персоналом підприємства: навч. посібник. Харків: ХНАДУ, 2016. 200 с.

15. Куньч З. Й. Образність мовлення як ознака культури мови (на прикладі метафори). Український смисл. 2018. № 2018. С. 14-22.

16. Лизунова О.М., Іщенко Я.Г., Кондрашова Г.В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С.448-456.

17. Макович Х. Я. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. 140 с.

18. Носик О. А. Розвиток служби управління персоналом державного органу на засадах компетентнісного підходу: дис. … канд. наук з держ. упр. : 25.00.03. Харків, 2018. 264 с.

19. Олешко А.А., Гороховець Є. В. Інформаційно-комунікаційні технології та людський розвиток. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 16. С.16-19.

20. Онуфрієнко Г.С. Термін комунікація в понятєвому вимірі й лінгвістичному контексті / Г.С. Онуфрієнко, А.О. Черневич// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми

української термінології. Львів: НУ «Львівська політехніка». 2010. №675. С.154-160.

21. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації: навч. посіб. Чернівці. 2010. 528 с.

22. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій : навчальний посібник / Г. В. Осовська. – Київ : Кондор, 2003. – 218 с.

23. Піз, Аллан, Піз, Барбара. Мова рухів тіла. Киів: КМ-БУКС, 2021. 416 с.

24. Потій В.З., Куліш Г.П. Система управління ефективністю діяльності підприємств, її особливості та проблеми застосування в Україні. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2017. № 1-2. С. 54- 59.

25. Приходько В. Соціально-психологічний тренінг як засіб формування комунікативної компетенції. Київський національний економічний університет. Режим доступу: https://pedagogy.lnu.edu.ua/departments/pedagogika/periodic/visnyk/19_1/23_prychodko.pdf

26. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Етика та психологія ділових відносин: навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2016. 151 с.

27. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Вінниця, 2016. 150 с.

28. Прокопчук Л. В. Риторика. Модульний курс : навчальний посібник. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. 206 с.

29. Прус Л.Р. Комунікаційний менеджмент. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 1. С. 38–41. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_1/zmist.files/_09.pdf (дата звернення: 14.12.2024).

30. Пуховська Л. П., Ворначев А. О., Леу С. О. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах Європейського Союзу: посібник. Київ: ІПТО НАПНУ, 2015. 176 с.

31. Середа Н. В. Основи риторики для бізнес-лідерів: ефективний публічний виступ : навчальний посібник. К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.

32. Синиченко А. В. Компетентний підхід як сучасна парадигма управління персоналом. Фінанси, облік, банки. № 1 (21). 2016. С. 288–294.

33. Скворцова А. Комунікативна компетентність експерта: зміст і структура поняття. 2016. Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського. Одеса. Режим доступу: 41 https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Expertscommunicative-competency-concept-contents-and-structure-S.-A.- Skvortsova-Yu.-S.-Vtornikova.pdf

34. Черевко В.П. Формування комунікативної компетентності майбутнього менеджера у процесі професійної підготовки / Автореф. К.психол.н.. – К., 2011. – 18 с.

35. Чорнобай О. Феномен Цицерона: теорія і практика риторичної аргументації. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Юридичні науки. 2017. № 865. С. 147-154

36. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навчальний 71 посібник. Київ: 2021. 235 с.

37. Якимчук Ю.В. Розвиток когнітивного компонента комунікативних здібностей у студентів вищих навчальних закладів // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Психологічні науки. – 2010. - № 4.

38. Coman, Alina: Communication techniques, C.H.Beck Publishing House, Bucharest, 2008

39. Dimitriu, Odette: Therapeutic Communication: Techniques and Models of Change, Herald Publishing House, Bucharest, 2014.

40. Robles Lorena, Zárraga-Rodríguez Marta. Key Competencies for Entrepreneurship. Procedia Economics and Finance. 2015. Vol. 23, p. 828-832.