



УДК 378.147.382

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Танана С.М., к. пед. н., доцент,  
доцент кафедри професійної освіти

*ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний  
університет імені Григорія Сковороди»*

У статті зазначено, що готовність до ділового комунікації є інтегративною якістю особистості професіонала (менеджера туризму), яка полягає в активному формуванні необхідних теоретичних знань, практичних умінь і навичок і забезпечує результативність формування ділового комунікації. У структурі готовності майбутнього менеджера виділено мотиваційний (позитивне ставлення й інтерес до професійного спілкування), когнітивний (теоретичні знання про сутність та особливості ділового комунікації), комунікативний (володіння фахівцем комунікативною компетентністю, яка передбачає комунікативні, лінгвістичні, професійні уміння) компоненти, що слугували підґрунтям для визначення критеріїв, показників, рівнів сформованості готовності в майбутніх менеджерів туризму.

**Ключові слова:** ділове спілкування, менеджер туристичної діяльності, комунікативні вміння, професійні завдання, підготовка.

В статье указано, что готовность к деловой коммуникации является интегративным качеством личности професионала (менеджера туризма), которая заключается в активном формировании необходимых теоретических знаний, практических умений и навыков, обеспечивает результативность формирования бизнес-коммуникации. В структуре готовности будущего менеджера выделены мотивационный (положительное отношение и интерес к профессиональному общению), когнитивный (теоретические знания о сущности и особенностях бизнес-коммуникации), коммуникативный (обладание професионала коммуникативной компетентностью, которая предусматривает коммуникативные, лингвистические, профессиональные умение) компоненты, что послужили основой для определения критериев, показателей, уровней формирования готовности в будущих менеджеров туризма.

**Ключевые слова:** деловое общение, менеджер туристической деятельности, коммуникативные умения, профессиональные задачи, подготовка.

Tanana S.M. PECULIARITIES OF FORMING THE KNOWLEDGE OF BUSINESS COOMUNICATION OF FUTURE MANAGERS OF THE TOURIST ACTIVITIES

The professional activity of tourism's manager is lied requirements of the world market and is based on the aggregate of different kinds of activities that take place and completed each other. Tourist activity suggests the existence of special knowledge, skills and abilities necessary for implementation of all functions of the professional. The main content of the professional activities of the tourism's manager is an interaction with people. The leading branches of using of professional knowledge of tourism's manager are: tourist agencies and tour operator's companies, hotel's and restaurant business; advertisement agencies and companies; representations of foreign companies in Ukraine (international tourism); educational establishments: schools, colleges, institutes (organization of the health and rest).

The manager, who works in the sphere of tourism, may realize of purpose and tasks his professional activities, to be able to accept viable decisions. From his competence lies not only the success of the separate enterprise, but also the formation of a general national politics of state. The specialists of tourism industry must know to form of the tourism product: to explore of the tourist route; to provide excursion routes and objects of the archetype of the city; to feel the connection with the foreign and native tourist objects; to promote and realize a tourism product (a reclamation, participation in the special exhibitions, fairs, the organization of tourism informational centers, publication of catalogues, booklets. In the sphere of professional communication the communicative abilities are determined as the ability take of the effective participation in the communication, determined of purpose and tasks of professional communication; have of high level of the professional-communicative competence, which makes it possible to eliminate the true decision in the process of discussion the problems; in principle questions asking for a return to the end; to be able feel of personality of the partner, his mood and character; conduct of a conversation, talks, discussion; to use communicative strategies and tactics; listen and put of questions; to serve of etiquette means for achievement of communicative purpose; to adhere to the norms of Ukrainian literary language.

**Key words:** business communication, manager of tourism activity, communicative skills, professional tasks, preparation.

**Постановка проблеми.** Розширення діяльності, входження в європейський освітній простір та інтернаціоналізація міжнародних відносин України, евроінтеграція, глобалізація ринкової

ділових стосунків підвищують вимоги до



мової підготовки фахівців у сфері туризму. Висококваліфіковані професіонали з різnobічними та глибокими професійними знаннями й уміннями, готові до постійного оновлення та поглиблення знань, – кінцева мета вишівської освіти. Її основні завдання полягають у формуванні й розвитку глибоких мовних знань і високого інтелекту майбутніх фахівців, їхніх особистісних рис, здібностей і вмінь використовувати здобуті знання в повсякденному житті. Саме тому метою вищої освіти є створення сприятливих умов для повноцінного особистісного і професійного розвитку.

Туризм як один із пріоритетних напрямів розвитку економіки й культури нашої держави з ХХ ст. створює всі необхідні умови для вдосконалення міжнародної туристичної діяльності. Саме тому ця галузь потребує фахівців, здатних успішно поєднувати мовні знання та комунікативні вміння висококваліфікованого працівника. Одним із важливих завдань сьогодення є підготовка менеджера туризму з професійними мовно-комунікативними знаннями, уміннями та навичками, компетентного, комунікаційного фахівця, здатного до самостійного прийняття рішень, готового до творчого розв'язання типових і нетипових професійних завдань, спрямованих на задоволення потреб споживачів послуг. Тому вимоги до менеджера туризму постійно зростають.

Сучасний фахівець – це людина, яка не тільки отримала достатню спеціальну підготовку, а і є високорозвиненою мовою особистістю. Мовленнєва підготовка спеціаліста з урахуванням специфіки майбутньої фахової діяльності є неодмінною умовою його професійного й особистісного зростання, адже для ринкової економіки потрібні фахівці, які володіють комунікативними вміннями та навичками продуктивного спілкування в професійній сфері. Мова професійного спілкування – це той інструмент, що допомагає не тільки діяти, переконувати, приймати рішення, а й створювати сприятливу ділову атмосферу, формувати позитивний мікроклімат у колективі та налагоджувати продуктивні стосунки з клієнтами й із партнерами. Здатність якісно здійснювати професійне спілкування сприяє підвищенню конкурентоспроможності фахівців сфери туризму на ринку праці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У мовознавчій науці питання ділового мовлення досліджувалося низкою вчених, таких як Г. Баринова, Т. Винокур, Н. Володін, Т. Дученко, Ю. Ємельянов, Е. Палихата, М. Пентилюк, В. Скалкін, Н. Шведова, Л. Щерба. Сутності та змісту

«ділового спілкування» присвячені праці В. Андрієвської, М. Байматової, Г. Балла, В. Біблера, А. Волинця, І. Зязуна, М. Кагана, О. Киричука, С. Курганова, Л. Петровської, В. Роменця, І. Соломадіна та ін.

Віддавна й до сьогодні дослідження діалогу залишається дискусійним. Різні підходи до розгляду діалогу як наукового феномена продемонстрували відомі лінгвісти: Л. Якубінський, Л. Щерба, В. Виноградов, Г. Винокур та ін. Їхні ідеї продовжено в працях М. Бахтіна, В. Біблера, А. Величуга, М. Дем'яненко, І. Задорожної, М. Кагана, Ю. Mashbica.

Варто зазначити, що професійна підготовка фахівців досліджувалася в багатьох аспектах: професійно орієнтоване навчання української мови в системі вищої освіти України (О. Горошкіна, І. Дроздова, Л. Златів, С. Караман, Л. Овсієнко, Л. Паламар, М. Пентилюк, Т. Симоненко); теоретичні й методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму (М. Мальська, В. Федорченко); формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів туризму (І. Щоголєва); культура професійного спілкування фахівців у сфері туризму (Г. Бабій, М. Черезова); організація навчально-виховного процесу в закладах туристичного спрямування (І. Зорін, В. Квартальнов, Л. Поважна, Н. Фоменко).

Поняття «готовність» розглядається в психолого-педагогічних дослідженнях в основному як готовність до діяльності (М. Дьяченко, Л. Кандибович, І. Колесніков, Г. Костюк, Е. Кузьмін, В. Сластьонін та ін.). Однак питання про визначення поняття «готовність до комунікації» в педагогічній науці є сьогодні залишається актуальним.

Окремі аспекти готовності до різних видів комунікації в професійній діяльності перебували у сфері інтересів науковців, зокрема досліджувалася готовність до професійного й педагогічного спілкування (С. Бучацька, І. Міщук, Н. Логутіна, В. Чорній та ін.), міжкультурної комунікації (А. Козак).

**Постановка завдання.** Необхідність постановки та вирішення проблеми формування готовності майбутніх менеджерів туризму до ділової комунікації зумовлена тим, що вона не була предметом спеціального дослідження.

З погляду професійної комунікації ділове мовлення менеджера є формою соціально-мовного спілкування між людьми в процесі спільної діяльності, що передбачає безпосередній словесний контакт мовця і слухача, під час якого відбувається активна мовленнєва взаємодія [3, с. 191].

Використання ділового мовлення в професійній діяльності й побуті суттє-



во відрізняється, що спричиняє мету і тривалість спілкування. Тож професійне спілкування здійснюється в умовах конкретної діяльності й ураховує її специфічні особливості, характеризується застосуванням термінології, професіоналізмів, а також часовими обмеженнями та конкретно поставленою метою, досягнення якої в певний проміжок часу визначає результивність професійної комунікації.

Головним завданням такого спілкування є забезпечення професійної діяльності, що потребує обміну думками, обговорення проблем, прийняття рішень, налагодження співробітництва, яке відбувається в процесі діалогової взаємодії [6, с. 49].

**Виклад основного матеріалу до слідження.** У професійній діяльності менеджери туризму послуговуються діловим спілкуванням у формі ділової бесіди, телефонної розмови, обговорення, дискусії, переговорів тощо. Усі визначені форми комунікації мають діалоговий характер, а компонентами є вербальні й невербальні засоби.

Однією з найбільш уживаних форм професійного спілкування майбутнього менеджера туризму є ділова бесіда. Ділова бесіда допомагає встановити контакти, налагодити співпрацю, отримати певну інформацію; від майстерності її проведення залежить успіх справи й репутація фахівця. Характерною рисою бесіди є її неперебачуваність: ніколи не знаєш, як може повернутися розмова. Залежно від змісту ділові бесіди можуть виконувати різні функції: обмін інформацією; формування перспектививних заходів; взаємне спілкування під час вирішення актуальних проблем; підтримка ділових контактів на різних рівнях; висунення нових ідей і стимулювання виробничої діяльності [2, с. 217].

Можна виокремити п'ять етапів ділової бесіди менеджера туризму: *на початковому етапі* встановлюється контакт зі співрозмовником і створюється необхідна атмосфера для спілкування; *етап передавання інформації* передбачає детальне ознайомлення з можливостями й намірами клієнта стосовно обговорюваного питання; *на етапі аргументування* співрозмовники займають певну позицію з обговорюваної теми, що підкріплюється фактичними даними. Інформація має бути правдивою, висловлювання – точними, ясними й місткими, а високий рівень культури фахової мови посилює переконливість; *етап спростування* доводить переконливість викладу, розвіює сумніви співрозмовника. Основні застосовувані прийоми – посилання, цитати, схвалення, переформулювання, умовна згода, порів-

няння, опитування. На *підсумковому етапі* головним є стимулювання співрозмовника до обмірковування висловлених пропозицій і продовження ділових контактів.

За *характером* ділові бесіди бувають офіційними й неофіційними, так званими робочими; за *спрямованістю* – цільовими з конкретними завданнями й загальними; за *мірою* – регламентованими, що здійснюються відповідно до визначених правил і в запропонованій послідовності (наприклад, анкетування), і нерегламентованими, такими як дружня розмова.

За *призначенням* ділові бесіди поділяються на бесіду-знайомство керівника і майбутнього підлеглого під час ухвалення рішення про прийом на роботу; ділову бесіду між колегами для обговорення шляхів і методів реалізації поставлених цілей; ділову бесіду майбутніх партнерів для співпраці між фірмами; бесіду-встановлення ділових контактів; бесіду-обмін інформацією; бесіду з метою контролю або координації дій підлеглого з боку керівника; бесіду-ознайомлення з можливими сферами співпраці. Вид ділової бесіди залежить від цілей і її місця в напрямах професійної діяльності.

На нашу думку, ділова бесіда – це ціле-спрямоване спілкування з передбачуваним або попередньо запланованим результатом. Прикладами таких бесід у професійній діяльності менеджера туризму є обговорення нових проектів із партнерами по бізнесу, розмова зі споживачами туристичного продукту, надання інформації туристам.

Важливою формою комунікації в сучасній діловій сфері, як і в повсякденному житті, є телефонні розмови. Телефоном ведуться важливі переговори, вирішуються нагальні питання, узгоджуються ділові зустрічі. Мистецтво ведення телефонних розмов полягає в тому, щоб, дотримуючись правил мовленнєвого етикету, стисло повідомити необхідне й отримати відповідь. На відміну від безпосереднього спілкування, у телефонному немає візуального контакту, не залучені міміка, жести, вираз очей, постава, особливої ваги набувають слова, інтонація, тон, тембр, сила голосу.

Дієвим способом розв'язання проблеми є переговори, що є важливим елементом професійної комунікації майбутніх менеджерів туризму. Ділові переговори – процес поетапного досягнення згоди між партнерами за наявності різних, суперечливих інтересів [1, с. 21]. Основне їх завдання полягає в тому, щоб на основі взаємного обміну думками переконати протилежну сторону в необхідності й вигідності взаємного співробітництва.



До основних функцій переговорів належать інформаційно-комунікативна, досягнення домовленостей, урегулювання, контроль, координація дій, відволікання уваги, пропаганда. Переговори відбуваються в три стадії: підготовка до них (аналіз ситуації) – передбачає з'ясування сутності проблеми, оцінювання ситуації, визначення позицій під час переговорів і можливих варіантів розв'язання проблеми, установлення контакту зі співрозмовником. Наступну стадію – проведення переговорів – варто проводити, дотримуючись таких правил, як розмежування сутності проблеми і стосунків учасників перемовин; визначення інтересів сторін; розгляд взаємовигідних варіантів; застосування об'єктивних критеріїв [7, с. 89–90]. На завершальній стадії переговорів підсумовують основні положення, що розглядалися під час обговорення, характеризуються основні моменти, за якими досягнута згода сторін.

Отже, переговори є невід'ємним складником професійної діяльності менеджера туризму, а їх успішність визначається вмінням уникати «гострих кутів» під час взаємодії, проявляти терплячість, витримку, поважати думку партнерів і поділяти їхні інтереси. Переговори в галузі туризму відбуваються з метою налагодження контактів із вітчизняними і світовими туристичними операторами в рамках міжнародних туристичних ярмарок, виставок, салонів.

Ще однією формою ділової взаємодії в професійній туристичній діяльності є співбесіда з роботодавцем, що є спеціальною формою розмови, під час якої керівник оцінює кандидата на вакантну посаду. Успішність співбесіди визначається такими професійними якостями, як освіта, досвід, уміння спілкуватися. Вагомим чинником є також перше враження, яке спровале претендент на роботодавця. Кожна співбесіда потребує ретельної підготовки, яка передбачає володіння не тільки певними знаннями про установу, а й уміннями ставити запитання й відповідати на них. До основних видів співбесіди належать: *попередня співбесіда* – спілкування з роботодавцем телефоном із метою первинного виявлення відповідності претендента вимогам вакансії; *перша і друга співбесіди*. Перша – проходить із представником відділу кадрів або агентства з підбору персоналу, її мета така сама, як і попередньої співбесіди. Друга – безпосередньо з тим, хто приймає остаточне рішення про працевлаштування; *співбесіда з представниками рекрутингових агентств* для надання замовників списку кандидатів на співбесіду з роботодавцем; *співбесіда*,

що проводиться комісією, використовується корпораціями, державними органами влади; *групова співбесіда* практикується деякими компаніями для вибору одного або декількох працівників із групи претендентів.

Ефективність усіх форм професійного ділового спілкування залежить від доцільноті й відповідності використання технік діалогової комунікації, а саме: техніки формульовання запитань, слухання, дотримання мовленнєвого етикету, мовних норм, комунікативних ознак мовлення тощо.

Запитання – неодмінний компонент будь-якої розмови. Якщо опанувати мистецтво ставити питання, то можна навчитися за їх допомогою управляти перебігом бесіди й вести розмову в потрібному напрямі. Питання є важливими для процесу комунікації, оскільки дають змогу спрямовувати процес передачі інформації в потрібне русло; перехопити й утримувати ініціативу в розмові; активізувати співрозмовника до більш активного способу передачі інформації – діалогу; показати співрозмовнику, що він знає, і самому надати певну інформацію [3].

Запорукою ефективної ділової комунікації фахівця туристичного бізнесу є вміння дотримуватися загальноприйнятих норм спілкування, уживати мовленнєві засоби відповідно до комунікативних завдань.

Правильність усного й писемного мовлення визначають *лексичні норми* – правила вибору слова з низки одиниць, близьких йому за значенням. Відхилення від норм слововживання зумовлено незнанням точного лексичного знання слова або невмінням вибрати із синонімічного ряду найточніше слово; *орфоепічні норми* – регламентують правила вимови звуків і граматичних форм слів; *орфографічні норми* – установлюють однomanітність написання слів відповідно до усталених норм; *граматичні норми* – визначають правильне вживання граматичних форм слів та усталену побудову речень, словосполучень; *словотвірні* – правила поєднання частин слова і словотворення нового слова за певною моделлю; *морфологічні* – передбачають уживання повнозначних змінних слів, граматична оформленість яких відповідає нормам української мови; *синтаксичні* – правила побудови словосполучень і речень; *стилістичні норми* – правила вживання мовної одиниці відповідно до законів жанру, особливостей функціонального стилю та умов спілкування.

До основних якостей мовлення, що забезпечують ефективність комунікації,



належать правильність, точність, змістовність, логічність, виразність, доречність, доцільність, а також багатство мовлення.

Важливим чинником успішної професійної діалогічної діяльності є мовленнєвий етикет – специфічна форма регулювання мовленнєвої поведінки комунікантів [4, с. 281], що полягає в умінні чітко висловлюватися, уважно слухати співрозмовників, бути толерантним, тактовно долучатися до розмови, використовувати гречні слова. Дотримання етикету сприяє оптимізації спілкування та спрямоване на комунікативне співробітництво.

**Висновки з проведеного дослідження.** Для ефективного ділового спілкування майбутній менеджер туризму має розвивати вміння брати участь у діалогах, що передбачає розпізнавання важливої інформації під час детальних обговорень, дискусій, ділових бесід; чітку аргументацію своєї думки з актуальних тем у професійному житті; адекватні дії в типових професійних ситуаціях; уміння вибудовувати телефонні розмови з конкретними цілями професійного характеру й тими, що виходять за межі типового спілкування; пристосування до змін, які виникають під час бесіди і стосуються її напряму, стилю та основних акцентів.

Отже, ділова комунікація має важоме значення в професійній діяльності менеджера туризму; це не тільки спілкування, а й тип відносин, що ґрунтуються на принципах довіри і співпраці. Основними формами здійснення ділової комунікації менеджерами туризму є *ділова бесіда, телефонні розмови, дискусії, переговори*.

Дотримання правил їх ведення сприятиме успішній та ефективній професійній діяльності, а також підвищуватиме рівень професіоналізму менеджера туризму.

Перспективи подальшого вивчення вбачаємо в розробленні теоретико-практичного забезпечення навчального процесу з розвитку професійного діалогічного й монологічного мовлення із залученням комп’ютерних технологій зі студентами туристичної галузі.

#### ЛІТЕРАТУРА:

- Ігнатенко Л. Комунікативне уміння слухати як основа управлінської діяльності ефективного менеджера. Актуальні проблеми сучасної філології та методики викладання іноземних мов у навчальних закладах / ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2009. С. 21–23.
- Овсієнко Л. Дидактичні засади формування культури фахового спілкування майбутніх менеджерів із туризму. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». 2015. Випуск 57. С. 213–217.
- Пентилюк М., Марунич І., Гайдасенко І. Ділове спілкування та культура мовлення: навчальний посібник. Київ: Центр учебової літератури, 2011. 224 с.
- Федорченко В. Особливості професійної туристської освіти. Нові технології навчання. Київ, 2003. Випуск 33. С. 281–290.
- Федорченко В. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: монографія. Київ: Слово, 2004. 465 с.
- Хміль Ф. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Академвидав, 2004. 280 с.
- Ященкова О. Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Академія, 2010. 312 с.