УДК 81’373.612
DOI https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series5.2025.107.07

Максимець О. М.

КУЛЬТУРА ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОГО УСПІХУ

Динаміка суспільних трансформацій впливає сьогодні не лише на соціальні та економічні процеси, а й на спосіб нашого життя, сприйняття світу, особливості мислення та спілкування. Відповідно до цього потрібно зазначити, що в XXI ст. окрім точних умінь, що пов’язані з професійною діяльністю в певній сфері, будуть затребувані на ринку праці і м’які (soft skills), щільне місце серед яких посідають комунікативні навички. Адже в сучасних умовах ринкових відносин високий рівень професійного успіху неможливий без належного рівня культури спілкування. Успішне та ефективне ведення перемовин, ділових бесід, обговорення професійних питань, уміння виступати публічно, вдало використовувати професійні засоби впливу для формування переконань співрозмовників, аргументувати свої думки, знання особливостей писемної ділової комунікації – це все важливі компоненти навичок усної та писемної ділової комунікації. Недоліки в цій сфері можуть провокувати конфлікти, призводити до непорозумінь, емоційної напруженості, уповільненню процесів прийняття рішень, інформаційному перевантаженню, затримці в обміні певними відомостями (особливо у письмовій комунікації), труднощів у співпраці, перешкоджанню щодо впровадження нового та, як наслідок, до неефективної роботи будь-якого колективу. Саме тому формування навичок комунікативної культури як чинник досягнення професійного успіху набули сьогодні особливого значення.

Метою нашої наукової розвідки є визначення суті таких понять як «комунікація», «ділові комунікації» та дослідження особливостей формування навичок усної та писемної ділової комунікації як запоруки професійного успіху. В статті ми аналізуємо, які інтерактивні методи навчання допомагають залучити здобувачів вищої освіти до активної комунікативної діяльності та спрямувати їх на результативну взаємодію як з викладачем так і між собою.

Ключові слова: *ділові комунікації, комунікативна культура, ефективні комунікації, комунікативні здібності, комунікативні вміння, інтерактивні методи навчання.*

Динаміка суспільних трансформацій впливає сьогодні не лише на соціальні та економічні процеси, а й на спосіб нашого життя, сприйняття світу, особливості мислення та спілкування. Відповідно до цього потрібно зазначити, що в XXI ст. окрім точних умінь, що пов’язані з професійною діяльністю в певній сфері, будуть затребувані на ринку праці і м’які (soft skills), щільне місце серед яких посідають комунікативні навички. Адже в сучасних умовах ринкових відносин високий рівень професійного успіху неможливий без належного рівня культури спілкування. Успішне та ефективне ведення перемовин, ділових бесід, обговорення професійних питань, уміння вдало використовувати професійні засоби впливу для формування переконань співрозмовників, знання особливостей писемної ділової комунікації – це все важливий складник навичок усної та писемної ділової комунікації. Недоліки в цій сфері можуть провокувати конфлікти, призводити до непорозумінь, емоційної напруженості, уповільненню процесів прийняття рішень, інформаційному перевантаженню, затримці в обміні певними відомостями (особливо у письмовій комунікації), труднощів у співпраці та, як наслідок, до неефективної роботи будь-якого колективу. Саме тому формування навичок комунікативної культури як чинник досягнення професійного успіху набули сьогодні особливого значення.

Питання щодо культури спілкування особистості в сучасних умовах, проблематики ділових комунікацій висвітлені в працях українських та зарубіжних дослідників. Враховуючи багатоаспектний характер комунікації, це явище досліджувалось із позиції філології, психології, соціології, маркетингу. Проблеми щодо розуміння змісту поняття «комунікація» загалом та «ділові комунікації» зокрема розглядаються з позицій фахівців у певній галузі, наприклад, комунікації в педагогіці [2], лінгвістиці [1; 9; 10], менеджменті [7]. Разом з тим питання, пов’язані з розглядом ділових комунікацій як основи формування комунікативної культури майбутніх фахівців наразі в українському діловому мовленні недостатньо.

Метою нашої наукової розвідки є визначення суті поняття «ділові комунікації» та дослідження особливостей формування навичок усної та писемної ділової комунікації як запоруки професійного успіху.

Комунікація та спілкування є важливою частиною життя будь-якої людини, оскільки є основою людського існування, дозволяючи обмінюватися інформацією, висловлювати почуття, будувати та підтримувати стосунки, а також навчатися та розвиватися.

Основу загальної теорії комунікації складає теорія соціальної комунікації, що вивчає процеси обміну інформацією в суспільстві, яка реально існує лише у свідомості суб’єктів, в процесі сприйняття ними сигналів, що надходять із зовнішнього середовища або в результаті саморефлексії [9].

За етимологічною природою іменниковий термін «комунікація», відповідно до відомостей академічного словникового видання, походить від латинського commūnicātio («повідомлення, передача»), пов’язаного з дієсловом commūnico («роблю спільним; повідомляю; з’єдную»), що є похідним від commūnis («спільний») [4, с. 545].

І. Шавкун наголошує на тому, що поняття «комунікація» і «ділова комунікації» виступають як загальне й особливе, оскільки, останнє виступає вихідним стосовно першого; це – обмін інформацією в процесі

діяльності, спілкування, і шляхи сполучення. Ефективність комунікацій в організації часто визначає якість рішень і їхньої реалізації [11, с.68]. При цьому зазначаючи, що «ділова комунікація – складний багатоплановий процес, сутністю якого виступає встановлення й розбудова спілкування між людьми, що зумовлено потребами спільної діяльності й обміном інформацією, знаннями, інтелектуальною власністю. Своєю метою має вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини» [11, с. 72].

Щодо ділових комунікацій, то варто виокремити такі їх різновиди як усну ділову комунікацію, зокрема мистецтво ведення переговорів, ділових бесід, публічного виступу та писемну професійну комунікацію.

Важливим елементом опанування навичок ділових комунікацій є набуття досвіду спілкування через інтерактивні методи навчання, спрямовані на взаємодію здобувачів вищої освіти як з викладачем так і між собою.

Культура усного ділового спілкування включає такі важливі навички як вміння вести переговори, слухати та говорити, сприймати та розуміти партнера, досягати взаємодії на основі спільних інтересів, будувати ділові стосунки, бути дипломатичним, доходити компромісів та відстоювати свою позицію.

Щоб здобувачі опанували основні принципи та правила проведення результативних комунікацій нам необхідно передбачити проведення різних інтерактивних методів навчання, які б сприяли формуванню певних компетенцій щодо організації молодими фахівцями успішного процесу спілкування, проведенню ділових бесід, переговорів. Для розвитку таких умінь доцільно було б застосовувати такі інтерактивні методи як рольові ігри, мозковий штурм, групові дискусії, аналіз ситуацій, риторичний аналіз, тренінги. Ці методи дозволяють учасникам активно взаємодіяти, відпрацьовувати навички в реальних умовах, розвивати критичне мислення та знаходити рішення шляхом спільного обговорення та досвіду.

Рольові ігри та інсценування дають можливість учасникам пережити різні переговорні ситуації, проявити творчість та відпрацювати конкретні стратегії поведінки.

Рольова гра – це створена ситуація, що імітує життєву, у якій людина може зробити певні помилки, не нашкодивши собі в реальному житті й тим самим здобувши неоціненний досвід [5]. Студентам можна запропонувати змоделювати рольову ситуацію та провести комунікативну гру, окресливши такі завдання: «*Два бізнес-партнери вклали кошти у спільний проєкт. Один партнер вважає, що його внесок більший і він заслуговує на більшу частку прибутку, інший – що вони працювали однаково.* Завдання: домовитися про справедливий розподіл прибутків»; «*Новий проєкт, який потребує розподілу завдань. Керівник хоче максимально ефективно використати ресурси, а співробітник хоче збалансувати навантаження та отримати цікавіші завдання.* Завдання: розподілити обов'язки таким чином, щоб задовольнити потреби обох сторін».

Щоб відпрацювати навички протистояння тиску, маніпуляціям та недобросовісній тактиці студентам можна запропонувати таку ситуацію: «*Працівник просить підвищення, посилаючись на пропозицію від конкурента, навіть якщо її насправді немає (блеф). Керівник має розпізнати маніпуляцію і дати чесну оцінку*».

При формуванні культури мовлення здобувачів вищої освіти, що є основою комунікативної діяльності, досить ефективним видом роботи під час проведення практичних занять є застосування мозкового штурму. Завдання за зазначеним методом на тему переговорів можна запропонувати такі: *«Як знайти спільну мову з опонентом, який має протилежні інтереси?», «Уявіть, що ви ведете переговори про надзвичайно складний проєкт. Які несподівані рішення ви могли б запропонувати, щоб вийти з ситуації?»* або *«Які помилки найчастіше роблять під час переговорів і як їх уникнути?».* Ці завдання допомагають нам залучити всіх учасників до активної дискусії, де кожен має можливість висловити свою думку щодо певної теми, заохочують до вільного генерування ідей без критики, що є ключовим принципом мозкового штурму.

Щоб сформувати уміння працювати в команді, досить вдало можна застосовувати метод кооперативного навчання. Адже з умінням проводити ефективні комунікації тісно пов'язана навичка колаборації. У контексті таких умінь актуалізованою постає командна робота за різними схемами: робота в групах, мікрогрупах, парах [6, с. 342]. Наприклад на заняттях з «Ділових комунікацій» ми можемо запропонувати студентам, які поділені на невеличкі групи зробити порівняльний аналіз комунікаційних стилів двох відомих публічних осіб (менеджерів, політиків) під час ділового спілкування та визначити сильні та слабкі сторони кожного.

Досить перспективним є метод проєктів, що заохочує студентів до дослідницької діяльності. Адже в основі зазначеної освітньої технології лежить розвиток пізнавальних навичок студентів, практичне застосування знань для вирішення реальних проблем, уміння самостійно конструювати свої знання, орієнтуватися в інформаційному просторі, розвивати критичне та творче мислення (завдання: *проаналізувати можливості комбінування різних стилів переговорів у реальних переговорних ситуаціях; дослідити вплив цифрових інструментів на ефективність спілкування в бізнесі; обрати конкретний приклад переговорів (наприклад, бізнесових чи політичних*) *та проаналізувати їх з точки зору теорії переговорів; дослідити процес обміну інформацією в університеті та розробити рекомендацій щодо їх покращення; розробити сценарій переговорів для проведення презентації інноваційного продукту*).

Проєктна методика, як пише Т. Гарлицька, «є надзвичайно складною, оскільки вимагає багато часу для підготовки й мотивації; студентам необхідно самостійно мислити, знаходити й вирішувати проблеми, залучаючи при цьому знання з різних предметних галузей, виявити самостійність у способі викладання та презентації матеріалу» [3].

Формування навичок публічних виступів передбачає опанування вміння говорити зрозумілою мовою, структурувати виступ, використовувати потужне завершення для спонукання слухачів до дії, створювати позитивне перше враження через зовнішній вигляд та емоційно залучати авдиторію, щоб утримати її увагу та досягти поставленої мети.

З метою формування і покращення умінь монологічного мовлення студентам можна запропонувати підготувати промови на певні теми, що оцінюються за детальною шкалою (зміст, структура, техніка мовлення, невербальна комунікація).

Задля глибокого розуміння та оцінки того, як певний виступ може переконати, вплинути на авдиторію або досягти своєї комунікативної мети ми використовуємо на заняттях з «Ділових комунікацій» такий метод як риторичний аналіз. Здобувачам вищої освіти пропонується підібрати відео з виступами відомих українських політичних діячів, блогерів та проаналізувати їхню техніку мовлення, невербальну комунікацію, взаємодію з авдиторією, засоби переконання. Як свідчить практика, ретельне опрацювання чужих виступів на нарадах, ділових презентаціях, комунікація з клієнтами та партнерами через соціальні мережі тощо сприяє формуванню навички аналізувати власну поведінку в контексті ділового спілкування [8, с. 83].

Використовуючи елементи імпровізації студент отримує випадкову тему чи ситуацію (наприклад, «розкажи про свій улюблений об’єкт на столі» або «переконай нас у користі ранкового бігу») і повинен виступити 1–2 хвилини без підготовки.

Для розвитку навичок самопрезентації, ефективної комунікації та вміння стисло й чітко доносити ключову інформацію студентам можна запропонувати підготувати елеватор-пітч. Це допомагає їм стати більш привабливими кандидатами при пошуку роботи, налагодженні зв’язків, для представлення власних проєктів. Така практика корисна для всіх, хто має презентувати власні ідеї чи проєкти, адже вона вчить виділяти головне та передавати суть швидко і зрозуміло. І в сучасному світі, де люди перевантажені інформацією та мають обмежений час, елеватор-пітч є ефективним способом заволодіти увагою авдиторії та донести своє повідомлення.

Щоб стати успішним фахівцем необхідно також володіти й писемною професійною комунікацією, зокрема укладати різні документи за функціональним призначення.

Будь-яка комунікація має знаковий характер, адже не існує комунікації без певної системи знаків, як опредмеченої інформації, що використовується під час спілкування між людьми або обміні інформацією між тваринами чи машинами [9].

При вивченні навчальної дисципліни «Ділові комунікації» ми значну увагу приділяємо саме укладанню службових листів, виокремлюючи при цьому різні їх типи, зазначаючи переваги та недоліки. Для того, щоб поглибити свої знання про офіційно-діловий стиль та розвинути культуру писемної ділової комунікації здобувачам вищої освіти теж можна запропонувати різні творчі завдання. Студенти отримують набір реальних (або спеціально складених) електронних листів/ділових листів, які містять грубі порушення етикету (недоречний тон, відсутність структури, розмита тема, неналежне привітання/прощання, помилки в оформленні, використання сленгу тощо). Працюючи в парах або малих групах, вони повинні виявити всі порушення, класифікувати їх (наприклад, «помилка в структурі», «помилка в тоні», «недотримання субординації») і переписати листи відповідно до всіх правил ділового етикету. Після цього кожна група презентує свій «до/після» варіант, обґрунтовуючи свої виправлення.

Застосовуючи проєктні технології можна запропонувати дослідити відмінності в етикеті ділового листування між різними країнами або культурами (наприклад, Україна – Німеччина, США, Японія…) та підготувати міні-доповідь або інфографіку, де порівнюються: рівень формальності звертань, прийнятні вирази для початку/закінчення листа, використання титулів та звань, допустима швидкість відповіді та ін.

Отже, у сучасному діловому світі, крім наявності професійних умінь та знань, одним із головних чинників, що впливає на результативність спілкування між окремими фахівцями, різними структурами, в професійному колективі є комунікація ділового характеру. Від комунікативних навичок окремого фахівця залежить якість та успішність його професійної діяльності, рівень досягнення успіху. Ефективні ділові комунікації всього колективу – є основою для досягнення високих результатів будь-якої команди загалом. Комунікаційні потоки в колективі є ключовим фактором ефективності професійної діяльності, впливають на якість прийняття рішень, загальний стан корпоративної культури та передбачають як усне спілкування так і писемну професійну комунікацію.

Важливим елементом освоєння навичок ділових комунікацій є набуття досвіду спілкування через інтерактивні методи навчання, які допомагають залучити студентів до активної комунікативної діяльності та спрямовані на взаємодію здобувачів вищої освіти як з викладачем так і між собою.

Використана література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. 2-ге вид., доп. Київ : Академія, 2009. 376 с.
2. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. Київ : Академія, 2006. 256 с.
3. Гарлицька Т. Комунікативний підхід як спосіб формування творчих здібностей майбутніх учителів англійської мови URL: http://naub.oa.edu.ua/2013/komunikatyvnyj-pidhidyak-sposib-formuvannya-tvorchyh-zdibnostejmajbutnihuchyteliv-anglijskij-movie/
4. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / гол. ред. О. С. Мельничук. Київ : Наук. думка, 1985. Т. 2.
5. Козинець І. І. Застосування активних форм і методів навчання під час вивчення української мови за професійним спрямуванням. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=2676

6. Максимець О. М. Інтерактивні методи формування soft skills майбутніх фахівців при вивченні мовознавчих дисциплін. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 73. том 2. С. 340–344.
7. Мельник П. В., Філоненко М. М., Гацька Л. П. Менеджмент : навч. посіб. Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. 154 с.
8. Назаренко І. О. Організація викладання курсу «Ділові комунікації» у вищій школі на принципах функційно-діяльнісного підходу». *Професійно-прикладні дидактики*. 2025. Вип. 1. С. 81–85.
9. Палеха Ю. І. Документально-інформаційні комунікації як основа комунікативного менеджменту. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/11400/1/%D0%9F%D0%B0%D0%BB%D0%B5% D1%85%D0%B0.pdf.
10. Приблуда Л. М. Навички усної та писемної ділової комунікації як важлива складова професійної діяльності фахівця. *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет конференції. Переяслав, 2022. Вип. 89. С. 177–181.
11. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. Вип. 38. 2009. С. 67–94.

References:

1. Batsevych F. S. (2009). Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky. [Fundamentals of Communicative Linguistics] : pidruchnyk. 2-he vyd., dop. Kyiv : Akademiia, 2009. 376 s. [in Ukrainian].
2. Volkova N. P. (2006). Profesiino-pedahohichna komunikatsiia. [Professional and pedagogical communication] : navch. posib. dlia stud. vyshchykh navch. zakl. Kyiv : Akademiia, 256 s. [in Ukrainian].
3. Harlytska T. Komunikatyvnyi pidkhid yak sposib formuvannia tvorchykh zdibnostei maibutnikh uchyteliv anhliiskoi movy. [Communicative approach as a way of forming the creative abilities of future English teachers] URL : http://naub.oa.edu.ua/2013/komunikatyvnyj-pidhidyak-sposib-formuvannya-tvorchyh-zdibnostejmajbutnihuchyteliv-anglijskij-movie/ [in Ukrainian].
4. Etymolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy (1985). [Etymological dictionary of the Ukrainian language] : u 7 t. / hol. red. O. S. Melnychuk. Kyiv : Nauk. dumka. T. 2. [in Ukrainian].
5. Kozynets I. I. Zastosuvannia aktyvnykh form i metodiv navchannia pid chas vyvchennia ukrainskoi movy za profesiinym spriamuvanniam [The use of active forms and methods of learning when studying the Ukrainian language for professional purposes]. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_ id=2676 [in Ukrainian].
6. Maksymets O. M. (2024). Interaktyvni metody formuvannia soft skills maibutnikh fakhivtsiv pry vyvchenni movoznavchykh dystsyplin. [Interactive methods of forming soft skills of future specialists when studying linguistic disciplines] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. Vyp. 73. tom 2. S. 340–344 [in Ukrainian].
7. Melnyk P. V., Filonenko M. M., Hatska L. P. (2001). Menedzhment [Management] : Navch. posib. Irpin : Akademiia DPS Ukrainy. 154 c. [in Ukrainian].
8. Nazarenko I. O. (2025). Orhanizatsiia vykladannia kursu «Dilovi komunikatsii» u vyshchii shkoli na pryntsypakh funktsiino-diialnisnoho pidkhodu» [Organization of teaching the course “Business Communications” in higher education based on the principles of the functional-activity approach]. *Profesiino-prykladni dydaktyky*. Vyp. 1. S. 81–85 [in Ukrainian].
9. Palekha Yu. I. Dokumentalno-informatsiini komunikatsii yak osnova komunikatyvnoho menedzhmentu [Documentary and informational communications as the basis of communicative management]. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/11400/1/%D0%9F%D0%B0%D0%BB%D0%B5% D1%85%D0%B0.pdf [in Ukrainian].
10. Prybluda L. M. (2022). Navychky usnoi ta pysemnoi dilovoi komunikatsii yak vazhlyva skladova profesiinoi diialnosti fakhivtsia [Oral and written business communication skills as an important component of a specialist’s professional activity]. *Tendentsii ta perspektyvy rozvytku nauky i osvity v umovakh hlobalizatsii.* Materialy Mizhnarodnoi naukovo praktychnoi internet-konferentsii : zb. nauk. prats. Pereiaslav. Vyp. 89. 177–181 [in Ukrainian].
11. Shavkun I. H. (2009). Dilova komunikatsiia: sutnist ta typolohizatsiia [Business communication: essence and typology]. *Humanitarnyi visnyk ZDIA*. Vyp. 38. 2009. 67–94 [in Ukrainian].

O. Maksymets. Business communication culture as the basis of professional success

The dynamic development of modern society affects our way of life, perception of the world, peculiarities of thinking and communication. Accordingly, it should be noted that in the 21st century. in addition to exact skills related to professional activity in a certain field, soft skills will also be in demand on the labor market, among which communication skills occupy a prominent place. After all, in modern conditions of market relations, a high level of professional success is impossible without an appropriate level of communication culture. Successful and effective negotiations, business conversations, discussion of professional issues, the ability to speak publicly, successfully use professional means of influence to shape the beliefs of interlocutors, argue your opinions, knowledge of the features of written business communication – these are all important components of oral and written business communication skills. Deficiencies in this area can lead to increased conflicts, misunderstandings, emotional tension, slowing down decision-making processes, information overload, delays in the exchange of certain information (especially in written communication), difficulties in cooperation, obstacles to the implementation of new things and, as a result, to the ineffective work of any team. That is why the formation of communication culture skills as a factor in achieving professional success has acquired special significance today.

The purpose of our scientific research is to determine the essence of such concepts as «communication», «business communication» and to study the features of the formation of oral and written business communication skills as a guarantee of professional success. In the article, we analyze which interactive teaching methods help to involve higher education students in active communicative activities and direct them to effective interaction both with the teacher and among themselves.

Key words: *business communications, communicative culture, effective communications, communicative abilities, communicative skills, interactive learning methods.*

Дата першого надходження рукопису до видання: 27.10.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 28.11.2025
Дата публікації: 26.12.2025