m_educ_2025_139

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи

Кафедра практичної психології

Особливості комунікативної компетентності у представників бізнесу

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконав:
студент 2 курсу, 622 групи
Воронюк Віталій Васильович
***Керівник*:**
док.псих.н.,
проф. **Коваленко А.Б.**

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри № ___
Від «___»_____2024р.
Зав кафедри _____доц. Радчук В.М.

Чернівці - 2024

АНОТАЦІЯ

Воронюк В. В. **Особливості комунікативної компетентності у представників бізнесу.**

Магістерська робота присвячена теоретичному та емпіричному дослідженню особливостей прояву комунікативної компетентності у представників бізнесу та розробці програми розвитку комунікативної компетентності у представників бізнесу. За результатами емпіричного дослідження встановлено прямий кореляційний зв'язок між шкалою «Самоконтроль у спілкуванні» та «Комунікативною схильністю» ($r = 0{,}253$; $p \leq 0{,}05$), «Організаційна схильність» ($r = 0{,}335$; $p \leq 0{,}05$) та негативний зв'язок з показниками комунікативної толерантності ($r = -0{,}304$; $p \leq 0{,}05$). У ході дослідження підтверджено, що вміння слухати є однією важливих компонентів розвитку комунікативних компетентностей серед представників бізнесу. Встановлено, що комунікативний бар'єр (негнучкість/невиразність емоцій у комунікації) статистично вищий у чоловіків, аніж жінок представників бізнесу. У останніх спостерігається статистично вищі показники компромісу як способу вирішення конфліктних ситуацій, аніж серед чоловіків представників бізнесу.

Ключові слова. *комунікація, комунікативна компетентність, представники бізнесу.*

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ В.В. Воронюк

(підпис)

ABSTRACT

Voroniuk V. ***Peculiarities of Communicative Competence in Business Representatives.***

The master's thesis is devoted to the theoretical and empirical study of the manifestations of communicative competence in business representatives and the development of a program for its enhancement. The study involved business representatives holding various positions and possessing different levels of entrepreneurial experience.

The statistical analysis revealed:

• A positive correlation between the "Self-control in Communication" scale and the "Communicative Inclination" ($r = 0.253$; $p \leq 0.05$) and "Organizational Inclination" ($r = 0.335$; $p \leq 0.05$) scales.

• A negative correlation between the "Self-control in Communication" scale and indicators of communicative tolerance ($r = -0.304$; $p \leq 0.05$).

The study confirmed that listening skills are a key component in the development of communicative competence among business representatives. It identified:

• A positive correlation between the "Listening Skills" and "Collaboration" scales ($r = 0.286$; $p \leq 0.05$).

• Negative correlations between the "Listening Skills" scale and the "Emotional Communication Barriers" ($r = -0.431$; $p \leq 0.01$), "Communicative Tolerance" ($r = -0.421$; $p \leq 0.01$), and "Competition" ($r = -0.358$; $p \leq 0.01$) scales.

It was found that communicative barriers (rigidity/lack of emotional expression in communication) are statistically more pronounced among men than women in

business. Women, on the other hand, showed statistically higher levels of compromise as a way to resolve conflict situations compared to men.

Keywords: *communication, communicative competence, business representatives.*

ЗМІСТ

ВСТУП……6

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ……7

1.1. Головні підходи до визначення поняття «комунікативна компетентність»…… ……7

1.2. Особливості комунікативної компетентності у представників бізнесу. ……...13

РОЗДІЛ ІІ. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ЕМПРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ……...20

2.1. Організація, методика та вибірка дослідження……...20

2.2. Аналіз результатів……..23

РОЗДІЛ ІІІ. РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ……..36

3.1. Програма розвитку комунікативної компетентності у представників бізнесу……36

ВИСНОВКИ……..48

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ……51

ВСТУП

Актуальність дослідження: Сучасні умови розвитку українського суспільства висувають підвищені вимоги до ефективності та якості професійної діяльності представників бізнесу. У непростих соціально-економічних умовах: досвіду пандемії COVID-19, війни росії проти України, високого рівня загрози для підприємств, втрата персоналу та ринків збуту, руйнування економічної зв'язності через порушення логістики, бомбардування виробництв тощо, однією із важливих складових організаційної ефективності стає підтримка та створення цілісної комунікаційної системи в організаціях та підприємствах. Цілісна система комунікаційної системи в середині організацій взаємопов'язана з грамотною побудовою зовнішніх та внутрішніх каналів комунікації ефективність яких залежить від рівня комунікативних компетентностей підприємців.

Комунікативний напрямок підходу до становлення комунікативно-компетентної особистості передбачає вироблення вмінь і навичок міжособистісної взаємодії, розвиток культури спілкування, комунікативну творчість. Здобутий особистістю у навчальній та міжособистісній взаємодії психологічний інструмент комунікації забезпечує її зв'язок із соціумом і виконання професійних завдань.

Актуальність визначена тим, що сектор підприємців має потребу в покращенні комунікативного процесу у корпоративному середовищі. Потреба у розвитку комунікативної компетентності серед представників бізнесу визначена бажанням вміло та ефективно організовувати процес спілкування для розвитку власної справи, вмінням вести виграшні перемовини, управляти проблемами та конфліктами з командою працівників застосовуючи конструктивні комунікативні прийоми.

Проблему комунікативної компетентності в психологічній науці досліджували М. Айзенберг, Г. Бондар, Т. Вольфовська, Г. Дегтярьова, Т. Хома, О. Янжула та інш. Особливості комунікативної компетентності у

представників бізнесу вивчали Р. Загнибіда, Д. Гоулман, К. Антоненко, Д. Бегека, М. Ковбатюк, В. Шевчук, Л. Шульгіна та інші..

Об'єкт дослідження: комунікативна компетентність особистості.

Предмет дослідження: психологічні особливості прояву комунікативної компетентності у представників бізнесу.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити особливості прояву комунікативної компетентності у представників бізнесу; розробити та апробувати програму розвитку комунікативної компетентності у представників бізнесу.

Гіпотеза дослідження:

- Існують особливості прояву комунікативної компетентності у представників бізнесу залежно від статі.
- Впровадження психокорекційних програм з елементами риторики сприятиме розвитку комунікативної компетентності представників бізнесу.

Згідно з поставленою метою та для перевірки гіпотези було визначено такі **завдання дослідження:**

1. Узагальнити теоретичні дані щодо розуміння феномену «комунікативна компетентність».
2. Визначити та емпірично дослідити специфіку комунікативної компетентності представників бізнесу залежно від статі.
3. Розробити психокорекційну програму розвитку комунікативної компетентності представників бізнесу.
4. Апробувати та дослідити ефективність впровадження психокорекційної програми розвитку комунікативної компетентності.

Методи дослідження: У дослідженні застосовано такі ***методи***:

- *теоретичні:* аналіз, синтез та узагальнення наукової літератури з досліджуваної проблеми;
- *психодіагностичні методики:*

1. Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС – 1) (за Б.Федоришиним і В. Синівським).

2. Методика «Визначення рівня комунікативної толерантності (В. В. Бойко)».

3. Методика «Діагностика емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» (за В.В.Бойко).

4. Методика «Визначення ступеня вираженості вміння слухати іншу людину».

5. Тест рівень самоконтролю (за методикою М. Снайдера)

6. Діагностика типових способів поведінки в конфліктних ситуаціях (за методикою К.Томаса).

- *статистичні методи:* описові статистики, кореляційний аналіз, статистичний критерій U-Манна-Уітні для порівняння незалежних вибірок з наступною їх якісною інтерпретацією та змістовим узагальненням.

Вибірка дослідження. Вибірку склали 26 чоловіків та 25 жінок віком від 25 до 45 років, які є представниками бізнесу.

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, першого (теоретичного) розділу, другого методико-емпіричного розділу, третього (практичного) розділу, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ

1.1. Головні підходи до визначення поняття «комунікативна компетентність»

У сучасному суспільстві інформаційних технологій та прискорених глобальних цивілізаційних змін комунікативна компетентність стає одним із ключових елементів високого професійного рівня особистості. Проблеми комунікативної компетентності стосуються всіх галузей професійної діяльності, що підтверджує досвід розвинених країн, де професійний успіх стає неможливим без уміння ефективно спілкуватися.

Оволодіння молодою людиною навичками спілкування є основою її комунікативної компетентності. У більш загальному розумінні комунікативну компетентність можна визначити як рівень сформованості досвіду міжособистісної взаємодії, необхідного для успішного функціонування в суспільстві з урахуванням власних можливостей і соціального статусу [51].

Поняття «комунікативна компетентність» є міждисциплінарною, оскільки відображає досягнення в різних галузях науки - лінгвістика, педагогіка, психологія, філософія та ін.

Терміни «комунікативність» і «комунікація» як взаємопов’язані терміни вперше використав американський лінгвіст Дель Хайамс. Комунікативна компетентність розглядалася ним як альтернатива існуючій на той час концепції ідеального учасника комунікації, ідеального комунікатора, в теорії структурної лінгвістики, яка була запропонована Н. Хомським. Сьогодні комунікативна компетентність розуміється як система внутрішніх ресурсів людини, необхідних для побудова ефективної комунікативної дії в ситуаціях міжособистісної взаємодії [22].

Термін «комунікативна компетентність» вперше з’явився в соціальній психології і позначає здатність встановлювати та підтримувати ефективні контакти з іншими людьми, володіючи відповідними знаннями та навичками.

Вчені визначають комунікативну компетентність як сукупність знань, умінь і компетенцій, необхідних для ефективного спілкування, які формуються в процесі навчання та в результаті практичного досвіду взаємодії з іншими людьми.

Поняття «комунікативна компетентність» було введено М. Аргайлом, який також визначив її складові. Основними елементами комунікативної компетентності він вважав особисті якості (рішучість, екстравертність, емоційна стійкість) і здібності (знання правил, двостороннє міжособистісне спілкування, уміння слухати, говорити, винагороджувати, етична поведінка, здатність бути гнучким у спілкуванні).

Поряд з поняттям «компетентність» використовується поняття «комунікація». С. Холліфорд під компетентністю зазначав здатність, необхідну для вирішення завдань і досягнення необхідних результатів діяльності. Е. Зеєр – описує комунікацію як функціональні знання, навички, досвід, тобто об'єднання в єдину сукупність окремих дій, способів і прийомів, освоєних людиною для розв'язування комунікативних задач; за Дж. Равеном, компетентність це інтегрована цілісність знань, навичок і вмінь, які забезпечують професійну діяльність, здатність особи здійснювати на практиці, його компетентність та здатність до мотивації; на думку Г. Ларіонової, комунікація це критерій для визначення наскільки особистість готова до комунікативної діяльності [34].

Вивчення наукової літератури показало, що певна кількість авторів трактують комунікативну компетентність як «комунікативну здатність». Серед них Д. і Ж. Джері, Д. Крістель, С. Савіньон та ін.

Девід і Джулія Джеррі визначають комунікативну здатність, як способи та правила, за якими люди здійснюють комунікативні обміни та взаємодію з іншими членами спільноти.

Науковці зазначають, що існують різні підходи до розуміння сутності та змісту комунікативної компетентності: аксіологічний, операційний та системний. Відповідно до аксіологічного підходу науковці розуміють

компетентність насамперед як особистісну якість, здатність до взаємодії (С. Бондар, В. Бондар, А. Хуторський).

З точки зору діяльнісного підходу компетентність визначається як сукупність умінь і навичок, що забезпечують можливість самореалізації особистості або готовність до осмисленого виконання певного виду діяльності (Г. Костюк, Н. Кузьміна, М. Лук'янова та ін.).

Прихильники системного підходу вважають, що компетентність – це прагнення розв'язувати завдання, яке ґрунтується на сукупності набутих знань, умінь і компетенцій (С. Мартиненко, О. Савченко, Л. Хоружа) [26].

Вагомий внесок у вивчення цієї теми зробили українські дослідники, зокрема С. Абрамович, Л. Варзацька, М. Вашуленко, С. Дорошенко та ін.

Українські вчені по-різному визначають поняття комунікативна компетентність. На думку І. Гуменної, компетентність – це особливий тип організації дисциплінарних знань, що дозволяє ефективно засвоєння рішення у відповідній сфері діяльності [12].

Як базову основу комунікативної компетентності Л. П'янківська виділяє загальну здатність одночасно спостерігати й фіксувати вербальну та невербальну комунікацію в процесі спілкування [31].

І. Черезова аналізуючи роботи С. Савіньон розглядає комунікативну компетентність як здатність особистості функціонувати в умовах реального спілкування, тобто в динамічному обміні інформацією, де комунікаційна компетенція має відповідати засвоєнню інформації, як лінгвістичного, так і паралінгвістичного характеру. Та наголошує на успіху спілкування іноземною мовою, який залежить як від бажання взаємодіяти, ризикувати висловлювати власні думки іноземною мовою, так і від винахідливості у використанні лексики та граматичних структур для передачі повідомлення. Невербальні засоби (жести, міміка, інтонації) відіграють важливу роль в іншомовному спілкуванні, а мовна правильність вважається одним із компонентів комунікативного обміну іноземною мовою.

На думку О. Янжула, комунікативну компетентність слід розглядати як сукупність відповідних знань і умінь, які гарантують ефективний процес спілкування. Він підкреслює, що це вміння не обмежується вмінням підтримувати контакт з іншими, а передбачає вміння знаходити спільну мову та володіти необхідними навичками для ефективного спілкування з учасниками процесу спілкування [51].

Л. П`янківська у своєму дослідженні визначає комунікативну компетентність як складне та внутрішньо суперечливе поєднання знань і комунікативних умінь, що відображають цілі та результати комунікативної діяльності суб'єкта [31].

Т. Вольфовська визначає комунікативну компетентність як готовність до певної діяльності та включає в її структуру такі елементи: когнітивний, мотиваційно-оцінний та конативний (операційний). Вона також виділяє три основні рівні сформованості компетентного спілкування молоді:

- особистісний рівень - що включає формування комунікативних установок;
- соціально-перцептивний рівень - який передбачає орієнтацію людини у власних психологічних можливостях і здатність розуміти партнера;
- технологічний рівень - який охоплює можливість вибору стратегії взаємодії та комунікаційних засобів [7].

І. Ляшенко розглядає комунікативну компетентність як інтегративне утворення, що складається з когнітивного, поведінкового та емоційного компонентів. Він включає когнітивний компонент орієнтування, психологічні знання та перцептивні здібності фахівця, а також самопізнання особистості та розуміння партнерів у процесі спілкування. Поведінковий компонент комунікативної компетентності включає вміння ефективно використовувати різноманітні засоби вербальної та невербальної комунікації. Стосовно емоційної складової науковець, наголошує на важливості досвіду різноманітного спілкування, позитивного ставлення та адаптації до партнера в процесі взаємодії [24].

Л. Орбан-Лембрик визначає комунікативну компетентність як невід'ємну якість особистості, яка пронизує всю її професійну та особистісну підготовку. Це сукупність знань у сфері взаємодії, поведінки, обміну інформацією та сприйняття інших. Комунікативна компетентність включає також розробку індивідуальної програми поведінки в системі суспільних відносин, мотиваційне прагнення належати до певного соціального середовища, акцент на розвиток комунікативних здібностей і прагнення зберегти і розвивати соціально-психологічний традиції конкретного соціального інституту або групи, в якій відбувається соціалізація. Загалом це формування комунікативного способу життя особистості [29].

Л. Мамчур визначає такі структурні компоненти комунікативної компетентності:

- мовний компонент: включає набуття базових мовних знань;
- мовленнєвий компонент: означає ознайомлення з функціонуванням мовних засобів, вивчення стилів, типів і жанрів мовлення;
- комунікативний компонент: передбачає усвідомлення ролі комунікативного процесу, його поетапну підготовку та проведення;
- соціокультурний компонент: включає оволодіння особливостями національного спілкування та вивчення національної культури;
- операційний компонент: включає стратегічне планування комунікаційної діяльності.

Ці компоненти відображають різноманітні аспекти, які сприяють розвитку та збагаченню комунікативної компетентності особистостості [25].

О. Павленко характеризує такі складові комунікативної компетентності:

- когнітивна: включає знання, уміння та навички, які можуть бути використані в будь-якій діяльності;
- лінгвістична: включає фонологічні, орфографічні, граматичні, лексичні, прагматичні та соціолінгвістичні навички;
- мовленнєва: охоплює навички говоріння, аудіювання, читання та письма;

- особистісна (поведінкова): включає здатність кодувати та декодувати повідомлення через вербальні та невербальні канали спілкування, володіння технікою спілкування [32].

Відповідно, як бачимо з праць науковців, існують дуже різні, часто полярні, погляди на сутність, зміст і компоненти комунікативної компетентності. Однак ми можемо відзначити що комунікативна компетентність є ключовою якістю сучасної особистості, особливо в умовах інформаційного суспільства. Вона містить набір знань, навичок і компетенцій, необхідних для успішного спілкування та взаємодії в різних соціальних, професійних і культурних контекстах. Комунікативна компетентність ґрунтується на розумінні мовних і позамовних аспектів спілкування, здатності адаптувати своє спілкування до різних ситуацій і аудиторій, ефективно вирішувати конфліктні ситуації та досягати поставлених цілей через взаємодію з іншими людьми. Важливим елементом комунікативної компетентності є культурна, уміння враховувати та поважати культурні нюанси та різноманітність у спілкуванні.

1.2. Особливості комунікативної компетентності у представників бізнесу.

Комунікація є ключовим елементом системи управління та є центральним фактором інтелектуального капіталу. Розвиток економічних систем неможливий без відтворення інтелектуального капіталу, який включає освітній, культурний і науковий потенціал. Комунікабельність стає необхідною умовою економічного прогресу та сталого зростання бізнесу. Від чіткості та відкритості міжособистісних відносин багато в чому залежить якість відносин всередині організації. Комунікативні навички та здібності відіграють важливу роль у взаємодії керівників зі своїми підлеглими та колегами, що впливає на загальну ефективність організації.

Комунікативна компетентність вважається важливою складовою професійної підготовки в країнах з розвинутою ринковою економікою. Володіння навичками вербального та міжособистісного спілкування визнано ключовим фактором для успішного працевлаштування та кар'єрного зростання в різних секторах, включаючи бізнес, послуги, виробництво, управління та освіту. Комунікативна компетентність є необхідним елементом високого професійного рівня спеціалістів та їх професійної адаптованості.

Т. Бурмака зазначає, що наближається ера «економіки уваги», коли бізнес-взаємодія все більше стає нормою спільної діяльності, спрямованої на створення інтелектуальних послуг і продуктів. Адже інформаційні потреби людини, які зростають і урізноманітнюються небаченими темпами, обмежені фізичними та розумовими можливостями людини. Тому постачальники послуг повинні докладати багато зусиль, щоб їхню рекламу помітили, або шукати інші способи спілкування з клієнтами [6].

К. Великих описує, що комунікативне спілкування можна класифікувати за двома видами діяльності: творчою (продуктивною) і рутинною (репродуктивною). У ситуаціях, що вимагають подолання стереотипів, установок і ролей, спілкування завжди вимагає творчого підходу. Репродуктивне спілкування відбувається за нормами чи сценаріями.

Крім того, розрізняють види спілкування: зовнішнє, поведінкове, операційно-технічне та індивідуально-значуще. Кожен із цих типів має свої особливості та вимоги до учасників комунікації залежно від контексту та мети взаємодії [6].

І. Писаревський зазначає, що в сучасному світі представники будь-якої сфери діяльності повинні володіти загальною компетенцією, необхідною для функціонування в суспільстві та вирішення проблем у будь-яких ситуаціях, навіть тих, що не стосуються їхньої конкретної професійної діяльності. Ця загальна навичка охоплює здатність аналізувати, синтезувати, загальні знання, самостійне навчання, співпрацю та спілкування, цілеспрямованість, лідерські якості, організаційні здібності та здібності до планування [33].

Поряд із загальною компетентністю визначається професійна компетентність, яка відповідає певній сфері діяльності та спеціальності. Кожен вид професійної діяльності має свої особливості, які вимагають певних знань, досвіду та особистих якостей. В основі професійної діяльності працівників підприємств лежать стосунки в системі «людина-людина», які висувають до них певні комунікаційні вимоги. Серед них важливість спілкування, вміння легко вступати в контакт з новими людьми, стабільне самопочуття при спілкуванні, дружелюбність, чуйність, витривалість і вміння контролювати емоції. Також важливими є здатність аналізувати поведінку інших і розуміти їхні наміри та настрої, уміння розуміти міжособистісні стосунки та організовувати взаємодію. Володіння мовою, мімікою і жестами, вміння переконувати людей, акуратність, пунктуальність, зібраність і знання психології міжособистісних стосунків також є важливими аспектами професійної комунікативної компетентності [33].

Н. Фроленкова визначила, що успішна участь бізнес-лідера в процесах управління командою, задоволення особистих і колективних потреб і досягнення спільних цілей значною мірою залежить від його здатності до ефективної комунікації. Тому основною проблемою є формування

комунікативних умінь як основного елемента системи побудови ефективної команди.

Комунікативні здібності визначаються як здатність особистості здійснювати комунікативні дії відповідно до умов спілкування та мети спілкування. Вони відображають рівень сформованості комунікативних дій і є ключовим критерієм розвиненого мовлення особистості. Комунікативні вміння охоплюють сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на сприйняття, відтворення та створення висловлювань як в усній (діалогічній, монологічній), так і в письмовій формі.

Комунікативна компетентність охоплює різноманітні комунікативні властивості особистості, включаючи розвинуті комунікативні здібності, розвинені навички та навички міжособистісного спілкування, а також знання основних моделей і правил спілкування. Це означає розуміти та вміти використовувати комунікаційні технології для досягнення ефективного взаєморозуміння з іншими людьми. Комунікативна компетентність виявляється вмінням використовувати всі сторони комунікативного потенціалу для досягнення мети в різноманітних комунікативних контекстах і ситуаціях [45].

Н. Приходько підкреслює, що розвинена міжкультурна комунікативна компетентність дозволяє індивідам ефективно взаємодіяти в міжкультурних контекстах, розуміти, цінувати та адаптуватися до культурного розмаїття. Це вміння передбачає здатність до міжсуб'єктної взаємодії, яка спрямована на успішне виконання професійних завдань [36].

У своїй роботі Н. Бондар виокремила ключові елементи міжкультурної комунікативної компетентності, важливі для успішного спілкування та співпраці у професійному середовищі. Основні компоненти включають:

- цікавість і відкритість: це бажання припинити недовіру до інших культур і повірити у власну здатність до розуміння та співпраці;

- знання соціальних груп: розуміння соціальних груп як у своїй країні, так і в країні співрозмовника, а також процесів соціальної та індивідуальної взаємодії;
- інтерпретаційні навички: здатність розуміти та інтерпретувати культурні прояви та значення в контексті міжкультурної комунікації;
- навички взаємодії: це здатність здобувати нові знання про культуру та культурні практики, а також здатність ефективно використовувати ці знання та навички під час спілкування в реальному часі;
- критична культурна обізнаність: здатність критично оцінювати та на основі чітких критеріїв оцінювати перспективи та продукти в різних культурних контекстах.

Міжкультурне спілкування в професійному середовищі є важливим для ефективного вирішення проблем, прийняття обґрунтованих рішень, підвищення продуктивності, зміцнення ділових стосунків і покращення професійного іміджу. Однак взаємодія між представниками різних культур може призвести до труднощів, пов'язаних з неправильним тлумаченням вербальних і невербальних повідомлень. Тому важливо, щоб учасники ділових зустрічей розуміли та враховували культурні правила та особливості своїх ділових партнерів, таким чином сприяючи побудові конструктивного міжкультурного діалогу [5].

О. Гринчук розглядає професійно-комунікативну компетентність як сукупність комунікативно значущих і важливих для успішної професійної діяльності знань, умінь і якостей особистості. Вона розрізняє кілька ключових типів комунікативних навичок, необхідних для ефективного спілкування:

- усне висловлювання: це вміння використовувати професійну та національну мову в професійному спілкуванні як в усній, так і в письмовій формі. Важливо володіти навичками усного та письмового оформлення з урахуванням професійних стандартів;

- інформаційно-інструментальні навички: це вміння моделювати та прогнозувати процеси професійної комунікації, підтримувати зворотній

зв’язок зі співрозмовниками, справляти на них враження та впливати на них, а також організовувати процес передачі та сприйняття інформації;

- організаційно-технологічні навички: це вміння розуміти позицію співрозмовника, толерантно ставитися до нього, уникати маніпуляцій і дезінформації, залучати партнерів до діалогу, активізувати їх і стимулювати слухати і розуміти. Важливо вміти запобігати конфліктам і ефективно їх вирішувати;

- невербальні навички: це стосується здатності використовувати невербальні засоби спілкування залежно від ситуації, такі як міміка, жести, тон голосу тощо;

- інформаційно-дослідницькі вміння: це вміння ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні ресурси комп’ютерних технологій, працювати з різними джерелами інформації [11].

А. Молчанова визначає якості самодостатності, які суттєво впливають на рівень комунікативної компетентності особистості, серед яких такі аспекти:

- емпатія: це здатність сприймати емоційний стан інших, реагувати на їхні переживання та реагувати належним чином. Емпатія є важливим чинником у побудові позитивних стосунків та ефективної комунікації, оскільки дозволяє зрозуміти іншу точку зору та адаптувати свої висловлювання та дії відповідно до потреб співрозмовника;

- толерантність: це здатність приймати інші погляди, поведінку та переконання інших. У процесі спілкування це може проявлятися у використанні позитивного тону мовлення, застосуванні тактовності та уникненні конфліктних ситуацій. Толерантність сприяє формуванню взаємної поваги та сприяє прийняттю різноманітності точок зору;

- мораль: повага до моральних норм у взаємодії з іншими. Високі моральні якості, такі як доброзичливість, увага до співрозмовника і тактовність, сприяють побудові довірливих стосунків і гуманного спілкування, що є запорукою ефективного спілкування;

- комунікабельність: це здатність легко і приємно встановлювати контакт з іншими людьми. Комунікабельність сприяє активній участі в комунікаційних процесах і забезпечує задоволення від взаємодії для обох сторін, що сприяє ефективності спілкування;
- емоційна стійкість і стресостійкість: ці якості важливі в умовах, коли взаємодія передбачає значні емоційні навантаження або стресові ситуації. Емоційна стійкість дозволяє керувати власними емоціями, не дозволяючи їм негативно впливати на процес спілкування, що сприяє підвищенню ефективності взаємодії.
- фізичні якості: які можуть бути важливими для певних професій, включають, наприклад, витривалість, фізичну спритність або координацію рухів, які підтримують високий рівень професійної діяльності та сприяють загальному успіху в обраній сфері [28].

О. Лавренко визначає, що в процесі поєднання окремих комунікативних дій учасників управлінської взаємодії можуть виникати різні ситуації взаємодії, а саме:

- ситуація партнерства (взаємодія на основі діалогу): це ситуація, в якій учасники взаємодії сприймають себе як партнерів і беруть участь у спільному пошуку оптимальних рішень через відкритий діалог і взаєморозуміння;

- ситуація співпраці (взаємодія на основі розподілу дій): у цьому випадку учасники взаємодії розподіляють функції та завдання для досягнення спільних цілей або результатів;

- традиційна ситуація обміну інформацією: це ситуація, в якій учасники обмінюються інформацією без активного пошуку спільних рішень чи розподілу завдань, а з метою обміну даними або взаємного ознайомлення з певними аспектами справи [23].

Під час такої взаємодії О. Лавренко виділяє декілька фаз:

- визначення спільних «координат» між учасниками взаємодії: учасники співпрацюють, щоб узгодити спільну мету чи напрямок діяльності;

- організація функцій спілкування між учасниками: визначення ролей і завдань кожного учасника в процесі спілкування та взаємодії;
- визначення загальної стратегії групової поведінки учасників: розробка плану дій або стратегії досягнення спільних цілей;
- синхронізація розумової діяльності учасників для формування «спільного фонду» знань, умінь і компетенцій: обмін досвідом, навчання один в одного, адаптація до стилю спілкування та роботи інших учасників.

Ці фази дають змогу ефективно організувати комунікаційні процеси в групову або колективну діяльність для досягнення спільних цілей і задоволення потреб усіх учасників взаємодії. Результатом цього спілкування є вироблення спільних позицій у учасників або з'ясування суперечностей між ними за конкретними ознаками [23].

Таким чином, комунікативна компетентність в представників бізнесу має визначальне значення для управління організаціями і командами зокрема. Саме від ступеня її розвитку залежить насамперед продуктивність команди, її скоординованість, націленість на спільний результат та згуртованість. Набір окремих якостей, які формують загальну комунікативну компетентність, не є універсальними і підбираються, виходячи з умов зовнішнього та внутрішнього середовища особистості.

РОЗДІЛ ІІ. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ

2.1. Організація, методика та вибірка дослідження

Емпірична частина присвячена вивченню особливостей комунікативної компетентності у представників бізнесу. Дослідження проводилось у квітні-серпні 2024 року. Взяти участь у дослідженні були запрошені представники бізнесу, які обіймають різні посади, з різним досвідом ведення підприємницької діяльності. Вибірка представлена двома групами досліджуваних: перша група – жінки дорослого віку, які є представниками бізнесу – 25 осіб; друга група – чоловіки дорослого віку, які є представниками бізнесу – 26 осіб. Загальна вибірка дослідження складається з 51 респондента. 74% досліджуваних складали власники бізнесу, 25% - наймані працівники та 1% - інвестор. Середній вік досліджуваних становить 36 років. Процедура дослідження передбачала проходження психодіагностичних методик у електронному форматі за допомогою платформи Google Forms.

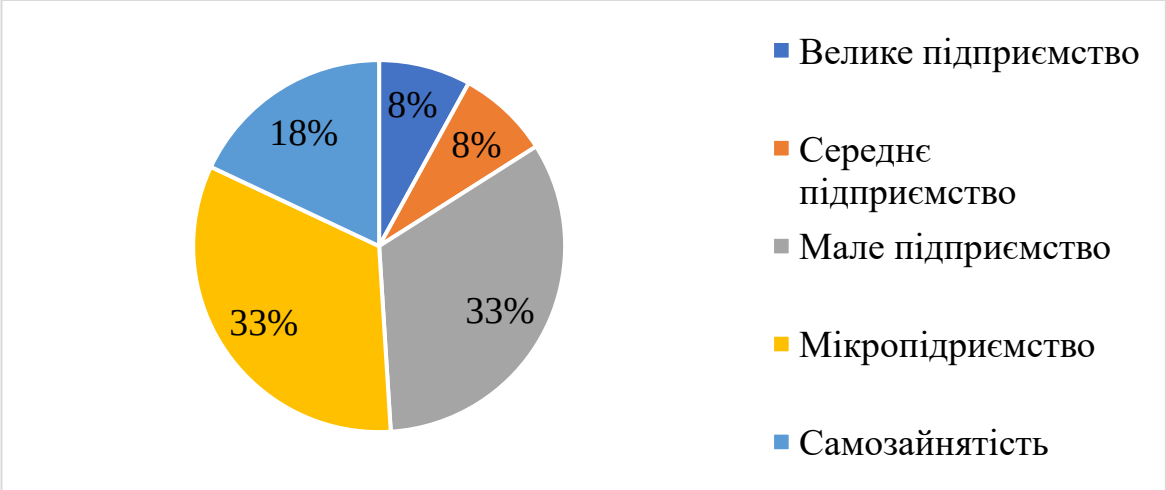


Рис. 2.1. **Розподіл досліджуваних за сектором бізнесу, до якого належить бізнес (у %)**

З метою якісного розуміння характеристик вибірки представників бізнесу, нами було здійснено аналіз, до якого сектору бізнесу належить підприємство, де досліджувані здійснюють власну діяльність.

На основі отриманих даних (див. рис. 2.1.) виявлено, що 33% досліджуваних є представниками малих підприємств, 33% мікропідприємств, 18% досліджуваних організовують самостійно власний бізнес, є фізичними особами підприємцями, працюють «самі на себе» та не мають співробітників у штаті підприємства, 8% організовують роботу середнього та великого підприємств.

На наступному етапі вивчення вибірки, ми цікавились, який вид діяльності здійснює підприємство [20], до якого відноситься досліджуваний представник бізнесу.

Таблиця 2.1.

Розподіл представників бізнесу за видом діяльності згідно класифікатору видів економічної діяльності

Вид діяльності згідно КВЕДу	Кількість представників бізнесу (n=51)
надання послуг – O	18 (35%)
торгівля – G	15 (29%)
угоди з нерухомим майном – K	3 (6%)
будівництво – F	3 (6%)
освіта – M	3 (6%)
IT та програмне забезпечення	3 (6%)
охорона здоров'я – N	2 (4%)
сфера транспорту та зв'язку – I.	2 (4%)
фінансова діяльність – J	1 (2%)
готельно-ресторанна діяльність – H	1 (2%)

Спираючись на отримані результати, які представлені у таблиці 2.1., 35% досліджуваних надають послуги різного характеру, 29% здійснюють торгівельну діяльність, решта досліджуваних реалізують іншу економічну діяльність.

Також досліджуваним представникам бізнесу було поставлено питання щодо досвіду здійснення підприємницької діяльності. На рис.2.2. спостерігається, що 47% представників бізнесу здійснюють підприємницьку діяльність більше 5 років, 16% осіб мають досвід від 3 до 5 років, 27% від 1 до 3 років та решта (10% досліджуваних) мають досвід роботи до 1 року.

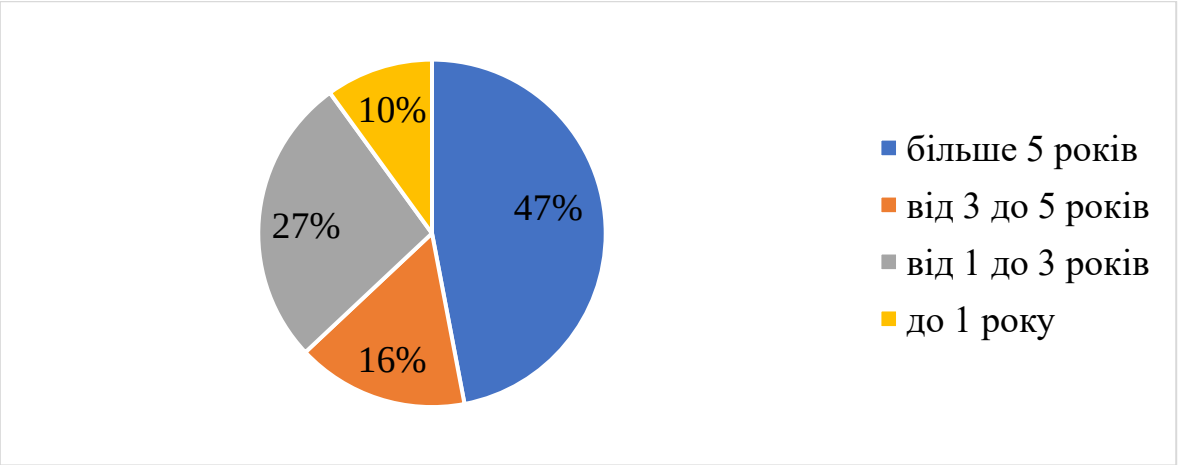


Рис. 2.2. **Розподіл досліджуваних за досвідом здійснення підприємницької діяльності (у %)**

Для реалізації мети та завдань емпіричного дослідження особливостей прояву комунікативної компетентності у представників бізнесу, нами використовувались психодіагностичні методики: Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС – 2) (за Б. Федоришиним і В. Синявським) [17], Методика «Визначення рівня комунікативної толерантності (за В. Бойком)» [44], Методика «Діагностика емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» (за В. Бойком) [44], Тест рівеня самоконтролю (за М. Снайдером), Методика «Діагностика типових способів поведінки в конфліктних ситуаціях» (за К.Томасом) [17], Методика з визначення ступеня вираженості вміння слухати іншу людину [32].

Для обробки та інтерпретації результатів застосовувалися описові статистики, кореляційний аналіз та статистичний критерій U-Манна-Уітні для порівняння незалежних вибірок. Обробка емпіричних даних здійснювалися за допомогою пакету статистичних програм SPSS, 21.

На основі викладеного опису вибірки, методів та організації дослідження, ми можемо стверджувати, що вибірка є репрезентативною, що дозволяє здійснити порівняльно-діагностичний та статистичний аналіз емпіричного дослідження комунікативних компетентностей у представників бізнесу.

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

На першому етапі емпіричного дослідження ми вивчали особливості прояву комунікативних та організаторських здібностей у представників бізнесу залежно від статі. Задля реалізації поставленого завдання ми використовували діагностичну **методику виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС – 2) (за Б. Федоришиним і В. Синявським).**

Відповідно до отриманих результатів, які наведені на рис. 2.3., ми спостерігаємо, що у групах жінок та чоловіків представників бізнесу рівні комунікативних схильностей виявляються на одному рівні. Згідно отриманим даним, комунікативні схильності проявляються у 31% досліджуваних на дуже високому рівні, 12% демонструють високий рівень, 23% - середній рівень, 15% - нижче середнього та решта 19% - низький рівень.

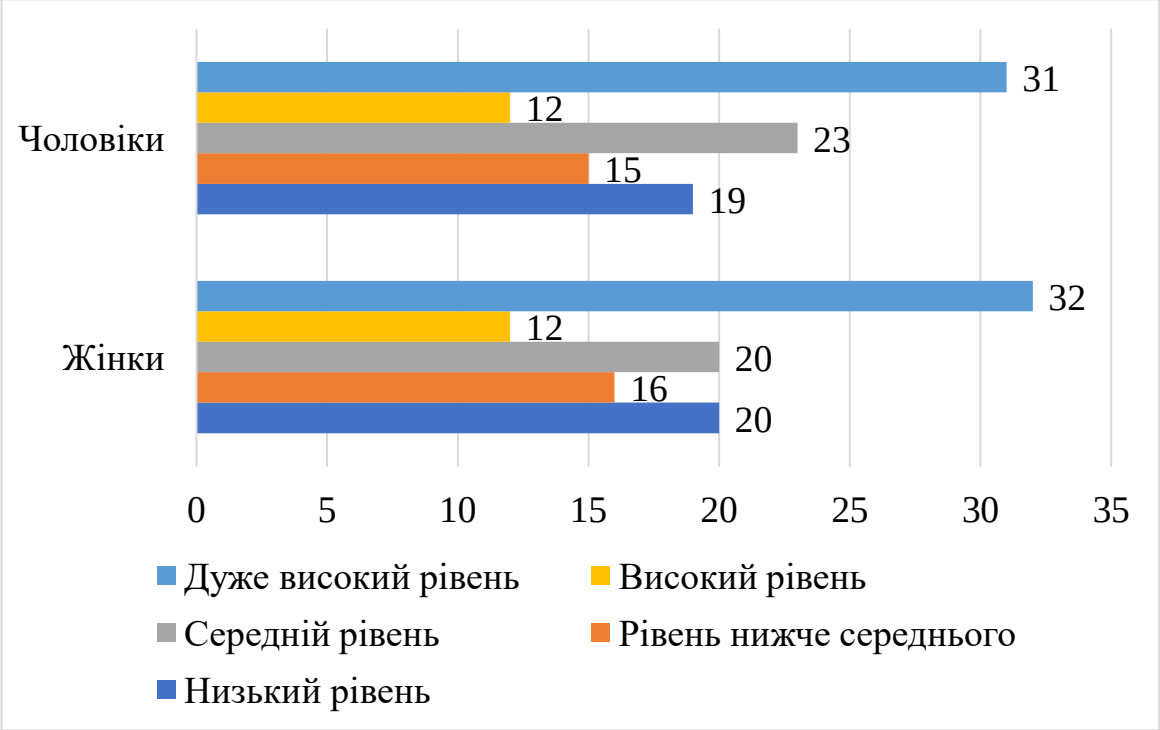


Рис. 2.3. **Рівень прояву комунікативних схильностей серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Отримані результати свідчать про те, що чоловіки та жінки дорослого віку, які є представниками бізнесу, поводять себе впевнено у новій обстановці, швидко реагують на потребу налагоджувати комунікативний процес, постійно прагнуть до розширення кола своїх знайомих, зацікавлені у впроваджені ефективної підприємницької діяльності, допомагають близьким, колегам,

друзям, виявляють ініціативу у спілкуванні, здатні приймати самостійні рішення у складних ситуаціях.

За шкалою «Організаторські схильності» (див. рис.2.4.) виявлено відмінну тенденцію між показниками. Згідно з рис. 2.4., у групі чоловіків представників бізнесу 27% осіб демонструють дуже високий рівень, 19% - високий рівень, 16% - середній рівень, 23% - нижче середнього, 15% - низький рівень організаторських схильностей. У групі жінок представниць бізнесу у 40% досліджуваних діагностовано низький рівень, 16% мають рівень нижче середнього, рівноцінно 12% осіб проявляють середній та високий рівень, 20% проявляють дуже високий рівень організаторських схильностей.

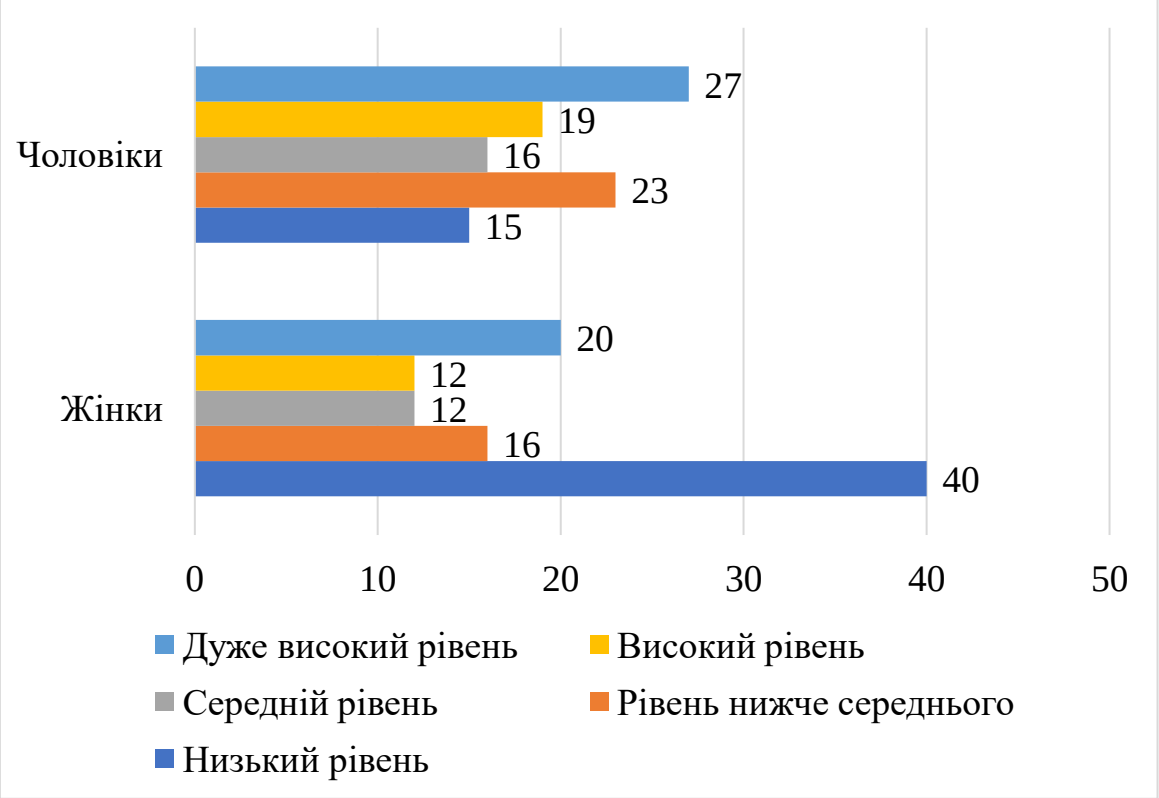


Рис. 2.4. **Рівень прояву організаторських схильностей серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Це свідчить про те, що жінки представники бізнесу частіше переживають складнощі у ситуаціях, пов'язаних із організацією якої-небудь справи або взаємодії людей при її виконанні, аніж чоловіки представники бізнесу. Жінки частіше почувають себе скуто у новій компанії, у новому колективі, відчувають труднощі в установленні активних контактів з людьми, тяжко

переживають образи, потребують підтримки у випадках незнайомої ситуації, сумніваються щодо власної позиції.

Слід зазначити, що методика констатує лише наявний рівень розвитку комунікативних і організаторських схильностей в даний період розвитку особи. Система комунікативних та організаторських схильностей є динамічною і за наявності мотивації, цілеспрямованості, належних умов діяльності дані здібності можуть розвиватися.

Однією з комунікативних компетентностей представників бізнесу виступає здатність особи самостійно аналізувати і оцінювати свою особистість, інтелектуальні та морально-психологічні якості, а також вміння використовувати їх у різних ситуаціях, контролюючи свої дії та реакції під час спілкування. Задля вивчення особливостей прояву даної комунікативної компетентностей серед представників бізнесу, ми застосували **методику «Тест самоконтролю у спілкуванні» (за М. Снайдером).**

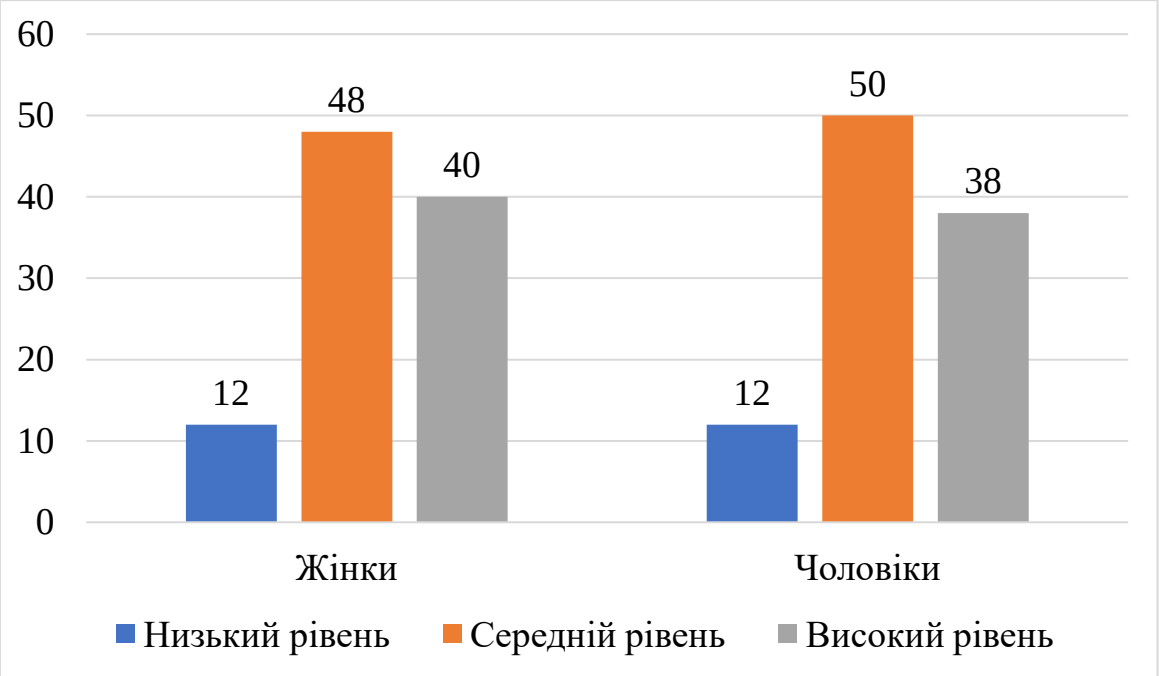


Рис. 2.5. **Рівень прояву самоконтролю у спілкуванні серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Порівнюючи результати діагностики показника «Самоконтроль у спілкуванні (див. рис. 2.5.) визначається наближений прояв рівнів в обох групах. У групі жінок представниць бізнесу 40% досліджуваних мають

високий рівень, 48% - середній рівень та 12% - низький рівень самоконтролю у спілкуванні. У групі чоловіків представників бізнесу діагностовано у 38% виявлено високий рівень, 50% - середній рівень та 12% - низький рівень. Це свідчить про те, що представники бізнесу, як чоловіки так і жінки, щирі, але не стримані в своїх емоційних проявах, проте орієнтуються в своїй поведінці на оточуючих людей, легко входять у роль «бізнесмена», гнучко реагують на зміну ситуації, добре відчувають враження, яке справили на тих, хто їх оточує.

Задля більш детального розуміння комунікативних бар'єрів, які можуть ускладнювати процес серед представників бізнесу, ми звернули увагу на емоційну сферу досліджуваних. Задля реалізації поставленого завдання ми використали діагностичну **методику «Діагностика емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» (за В. Бойко).** Використаний діагностичний інструмент дає можливість дослідити емоційні перешкоди у встановленні емоційних контактів – невміння управляти емоціями, дозувати їх, невміння виражати емоції, домінування негативних емоцій, небажання зблизитися з людьми на емоційній основі тощо.

Звертаючись до результатів прояву комунікативних бар'єрів, які пов'язані з емоційною сферою (див. рис. 2.6.), проявляється тенденція вищих за середні показників у групі чоловіків представників бізнесу за шкалами «негнучкість/невиразність емоцій», «домінування негативних емоцій», «небажання зближуватися на основі емоційного контакту», аніж у групі жінок представниць бізнесу. Натомість останні проявляють вищий показник за шкалою «Невміння керувати емоціями».

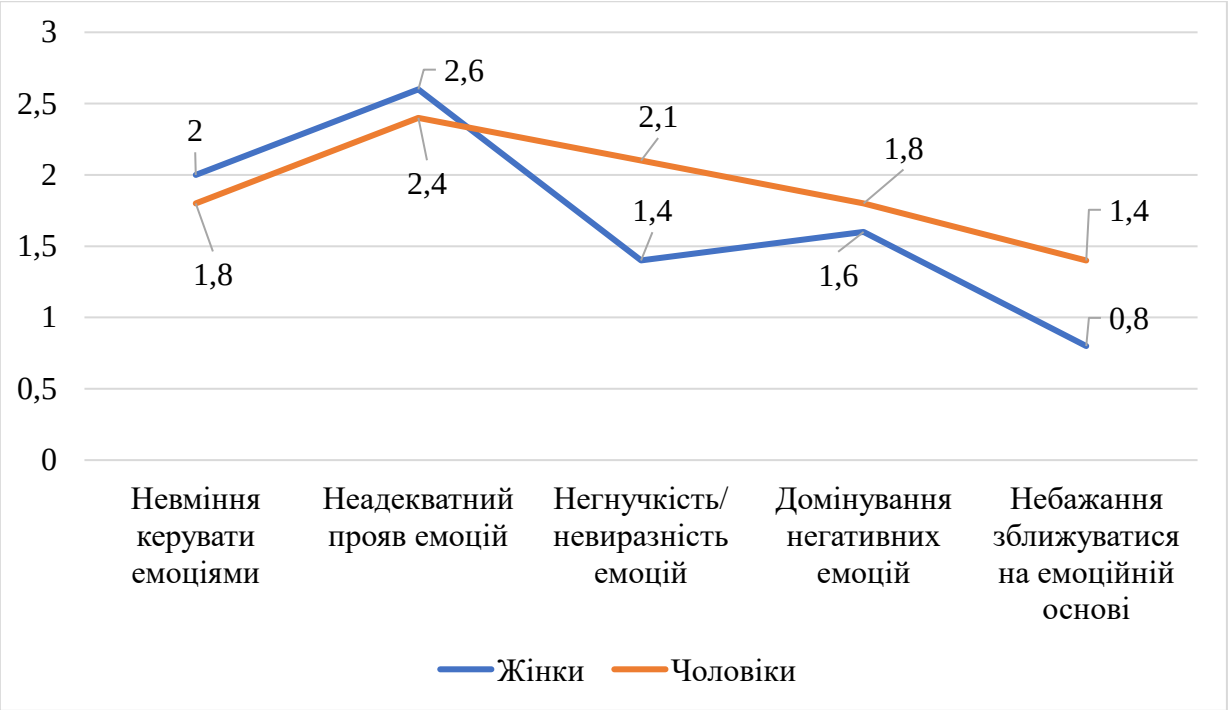


Рис. 2.6. **Середні показники прояву комунікативних бар'єрів, пов'язані з емоційною сферою у жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Такі результати вказують, що чоловіки представники бізнесу відчувають труднощі в ідентифікації та прояві власного емоційного стану, важко розпізнають емоції інших людей, відчувають перешкоди у зближенні із людиною на емоційній основі, тобто складніше ставлять себе на місце співрозмовника, що значно ускладнює ефективний комунікативний процес. Натомість жінки представники бізнесу більш емоційні, імпульсивні, відчувають труднощі для вибору напрямку емоцій (наприклад, надихнути себе та інших до діяльності), переживають розгубленість у стресових умовах, емоційний стан супроводжується вищим рівнем тривоги, що ускладнює взаємодію з іншими людьми.

За шкалою «Загальний показник емоційних комунікативних бар'єрів» (див. рис. 2.7.) у 48% жінок та 54% чоловіків представників бізнесу спостерігається високий рівень, а у 8% жінок та 11% чоловіків діагностовано дуже високий рівень, у 24% жінок та 27% чоловіків виявлено середній рівень, у 20% жінок та 8% чоловіків виявлено низький рівень комунікативних перешкод, пов'язаних з емоційною сферою.

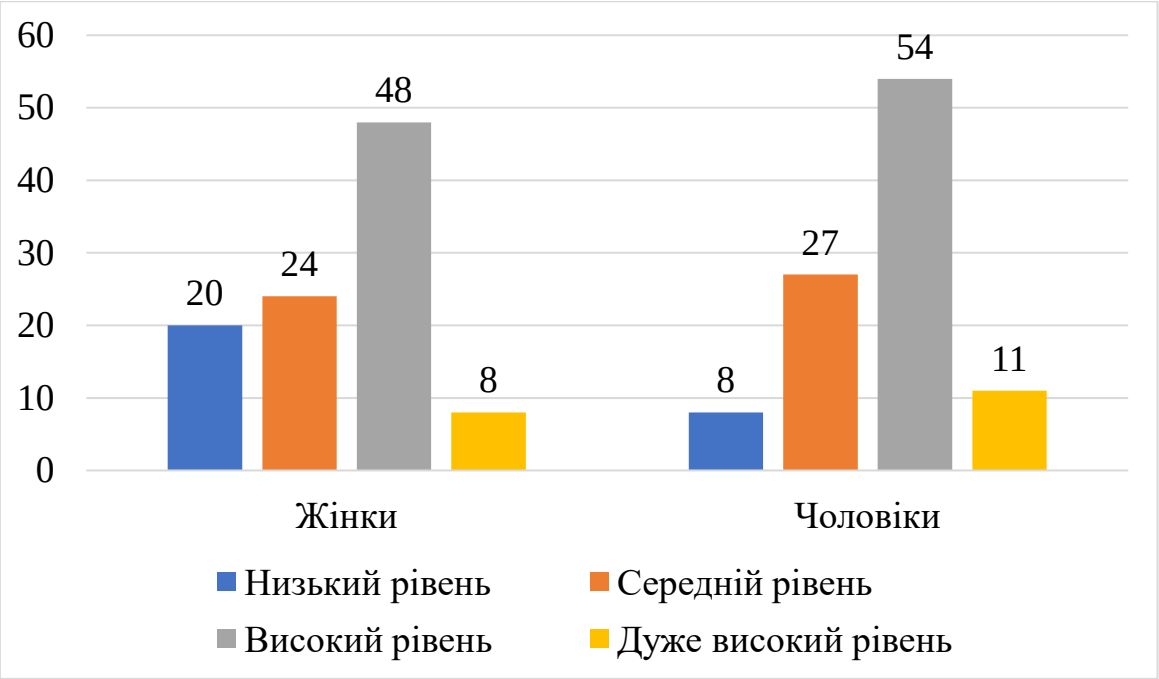


Рис. 2.7. **Рівень прояву загального показника комунікативних бар'єрів, пов'язаних з емоційною сферою серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Порівняльний аналіз свідчить, що досліджуваним в обох групах властиво відчувати перешкоди у комунікації, які пов'язані з емоційною сферою, а саме піддаються деяким дезорганізуючим реакціям чи станам, що заважають встановити емоційний контакт з людьми. Також, результати вказують що представникам бізнесу у зв'язку з соціальною роллю підприємця частіше приховувати емоційний стан, що переживається, та/або систематично виражати емоції, які насправді не відчувають, що в результаті ускладнює взаємодію з іншими.

На наступному етапі порівняльно-діагностичного дослідження ми вивчали особливості прояву вміння слухати серед представників бізнесу. Вміння слухати становить собою не просто засіб, методику чи техніку, але й є принципом ефективної роботи та взаємодії між представниками бізнесу та колективом, клієнтами тощо. Суть вміння слухання полягає в тому, що особистість спеціально приділяє більше уваги вербальним повідомленням клієнта, робить як первинну, так і більш глибинну смислову інтерпретацію того, що відбувається. Це дає змогу учасникам комунікативного процесу об'єктивно подивитись на ситуацію, отримати підтримку, досліджувати і

усвідомлювати актуальні потреби, переживання тощо. Задля реалізації поставленого завдання ми використали **методику з визначення ступеня вираженості вміння слухати іншу людину.**

Відповідно до отриманих результатів, які наведені на рис. 2.8., ми спостерігаємо, що у групі чоловіків представників бізнесу (65% досліджуваних) та у групі жінок представників бізнесу (68% досліджуваних) проявляється високий рівень вміння слухати. Натомість, у групі чоловіків спостерігаються показники (15% осіб) низького рівня та діагностовано менший відсоток осіб, які мають середній рівень вміння слухати, на відмінну від жінок представників бізнесу.

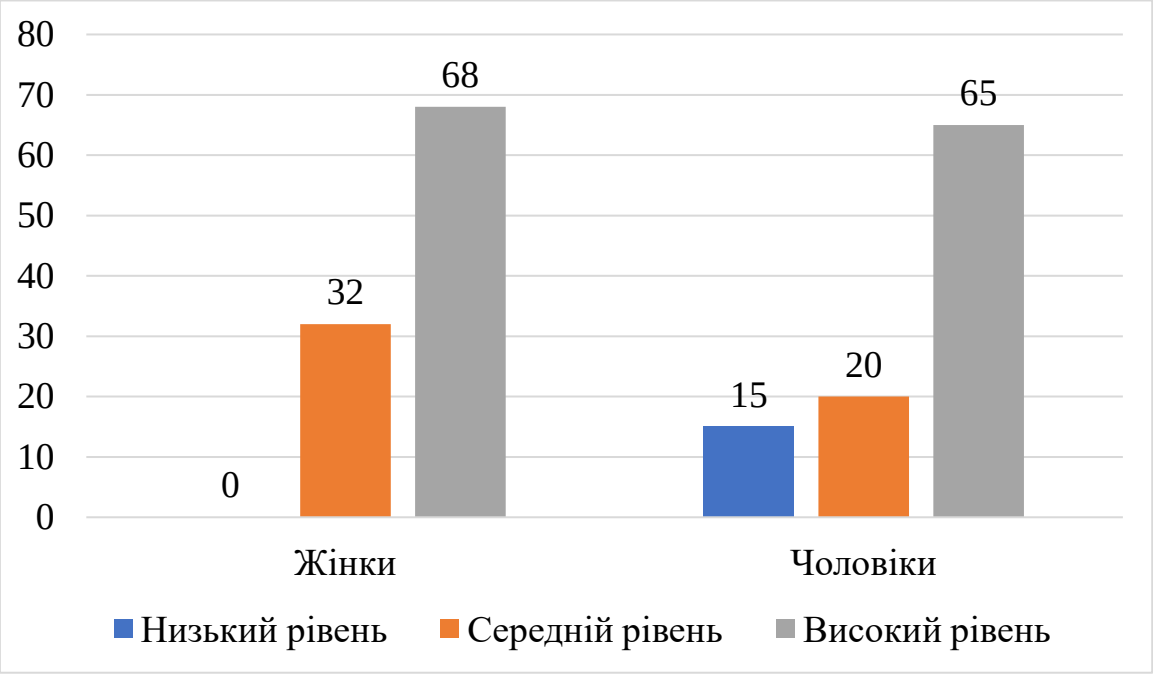


Рис. 2.8. **Рівень прояву вміння слухати інших серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Отримані результати порівняльного аналізу свідчать, що жінки представники бізнесу частіше намагаються зрозуміти як факти, так і почуття співрозмовника/ці, почути зміст інформації та «включитися» у тематику звернення, аніж чоловіки. Жінки більш схильні стисло перефразовувати те, що вони почули, переконуватися, що правильно все зрозуміли, а також проявляють вищий рівень вміння вислухати та відповісти співрозмовнику так, щоб він відчув, що його бачать, чують та розуміють.

З метою дослідження компетентності досліджуваних ефективно вирішувати комунікативні конфлікти ми застосували психодіагностичну **методику «Діагностика типових способів поведінки в конфліктних ситуаціях» (за К. Томасом)».** Комунікативні конфлікти, виражені зіткненням комунікативних стратегій адресанта і адресата, яке унеможливлює спілкування. Існують п’ять основних способів розв'язання конфліктів: суперництво, компроміс, співпраця, пристосування та уникнення.

Спираючись на результати діагностичного дослідження, яке наведено на рис.2.9., спостерігаються вищі середні показники у групі чоловіків представників бізнесу за стратегією вирішення конфліктів у спілкуванні способом суперництва. Також аналізуючи дані, виявлено, що жінки представники бізнесу обирають частіше компроміс та уникнення як форму вирішення ситуацій зіткнення протилежних інтересів і поглядів, напруження у ситуаціях загострення суперечностей. Середні показники співробітництва у обох групах досліджуваних знаходяться на одному рівні прояву.

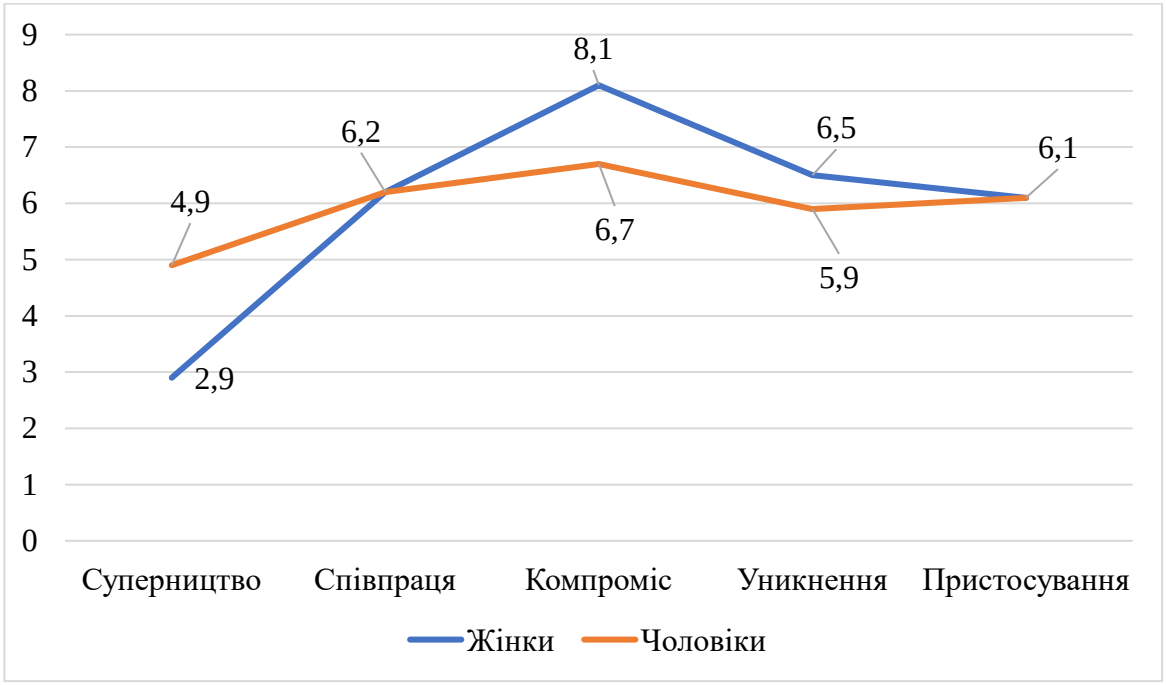


Рис. 2.9. **Середні показники типових способів поведінки в конфліктних ситуаціях серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

Це свідчить про те, що чоловіки представники бізнесу більш схильні активно дбати про власну мету та намагаються за будь-яку ціну задовольнити

власні інтереси ігноруючи мету та інтереси іншої людини, частіше орієнтуються на власні потреби, менше звертають увагу на потреби інших, аніж жінки представники бізнесу. Натомість, жінки представники бізнесу частіше орієнтуються, у ситуаціях загострення протиріч та комунікативних конфліктів шукати способи задовільнити потреби та інтереси усіх учасників комунікаційного процесу. Врегулювання конфліктів відбуваються на основі взаємних поступок.

У подальшому дослідженні ми звернули увагу на особливості прояву комунікативної толерантності серед досліджуваних представників бізнесу. Комунікативна толерантність – це характеристика ставлення особистості до людей, що показує ступінь лояльності до неприємних або неприйнятних, на її думку, психічних станів, якостей і вчинків партнерів по взаємодії. Неприйняття чи нерозуміння індивідуальності людини, використання себе як еталону при оцінці інших, категоричність чи консервативність в оцінках людей, невміння приховувати чи згладжувати неприємні почуття при зіткненні з некомунікабельними якостями партнерів, прагнення підігнати партнера під себе, зробити його зручним тощо, свідчить про комунікативну інтолерантність особистості. За для реалізації поставленого завдання ми застосували **методику «Визначення рівня комунікативної толерантності (В. В. Бойко)».**

Спираючись на результати діагностичного дослідження, яке наведено на рис. 2.10., спостерігаються вищі за середні показники загального рівня комунікативної толерантності серед чоловіків, які є представниками бізнесу, аніж у жінок. Високі показники за методикою вказують на тенденцію до інтолерантності. Враховуючи означені позиції інтерпретації результатів, виявлено, що чоловіки представники бізнесу більш нетерпимі до оточуючих, нестабільності та суперечностей під час комунікативного процесу. Чоловікам представникам бізнесу властива категоричність чи консервативність в оцінках людей, вони ефективніше приховують або згладжують неприємні враження

при зіткненні з некомунікабельними якостями людей, схильні підганяти оточуючих під себе або перевиховати.

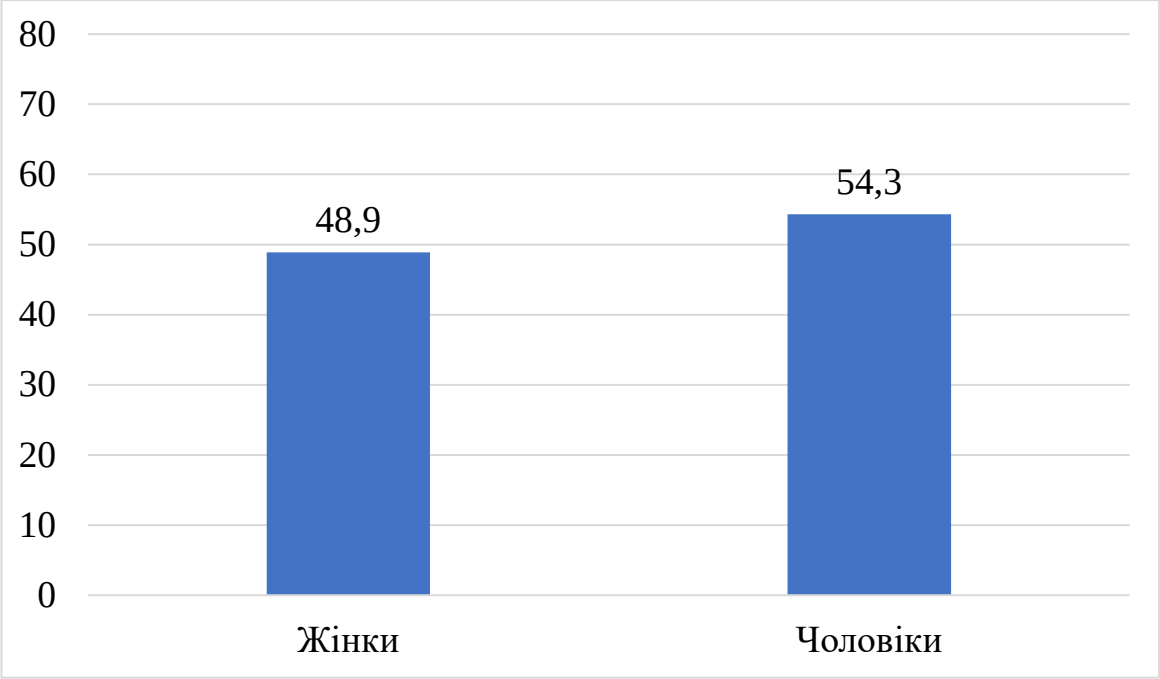


Рис. 2.10. **Середні показники комунікативної толерантності серед жінок та чоловіків представників бізнесу (у %)**

На заключному етапі емпіричного дослідження нами було здійснено статистичний аналіз отриманих даних. Для визначення ступеню значущості відмінностей між показниками жінок та чоловіків представників бізнесу, ми використали непараметричний критерій – U-критерій Манна Уітні. Виявлено наступні статистично достовірні відмінності між двома групами (див. табл. 2.2.).

Встановлено відмінності в прояві комунікативних компетентностей між жінками та чоловіками дорослого віку представників бізнесу: негнучнкість/невиразність емоцій у комунікації (U=431,50; p=0,034), суперництво (U=453,5; p=0,015), компроміс (U=180,0; p=0,006). Встановлено, що комунікативний бар'єр (негнучкість/невиразність емоцій у комунікації) статистично вищий у чоловіків, аніж жінок представників бізнесу. У останніх спостерігається статистично вищі показники компромісу як способу вирішення конфліктних ситуацій, аніж серед чоловіків представників бізнесу. Натомість, статистично показник суперництва як способу вирішення

конфлікту вищий у групі чоловіків представників бізнесу. Інших відмінностей у прояві комунікативних компетентностей між досліджуваними групами не встановлено.

Таблиця 2.2.

Статистично достовірні показники відмінностей між досліджуваними групами

Параметр	Середній ранг для жінок представниць бізнесу	Середній ранг для чоловіків представників бізнесу	Значення U- критерію Манна-Уітні	p- рівень значущості
Негнучкість/Невиразність емоцій у комунікації	21,74	**30,10**	431,50	0,034
Суперництво	20,86	**30,96**	453,50	0,015
Компроміс	**31,80**	20,42	180,00	0,006

Для пошуку зв'язків між досліджуваними показниками використовувався кореляційний аналіз. Кореляційний аналіз проводився на загальній вибірці досліджуваних, оскільки широкої системи статистичних відмінностей між групою чоловіків та жінок представників бізнесу не виявлено. Для індикації показників взаємозв'язку ми застосували кореляційний аналіз Пірсона. У ході проведеного статистичного аналізу даних ми отримали наступні результати дослідження.

Спершу ми перевіряли гіпотезу, що вміння слухати є однією важливих компонентів розвитку комунікативних компетентностей серед представників бізнесу. Як видно з рис. 2.12., встановлені прямі кореляційні зв'язки між шкалою «Вміння слухати» та шкалою «Співробітництво» ($r = 0{,}286$; $p \leq 0{,}05$). Також виявлено обернені кореляції між шкалою «Вміння слухати» та шкалами «Емоційні

комунікативні перешкоди» (r = −0,431; p≤0,01), «Комунікативна толерантність» (r = −0,421; p≤0,01)., «Суперництво» (r = −0,358; p≤0,01).

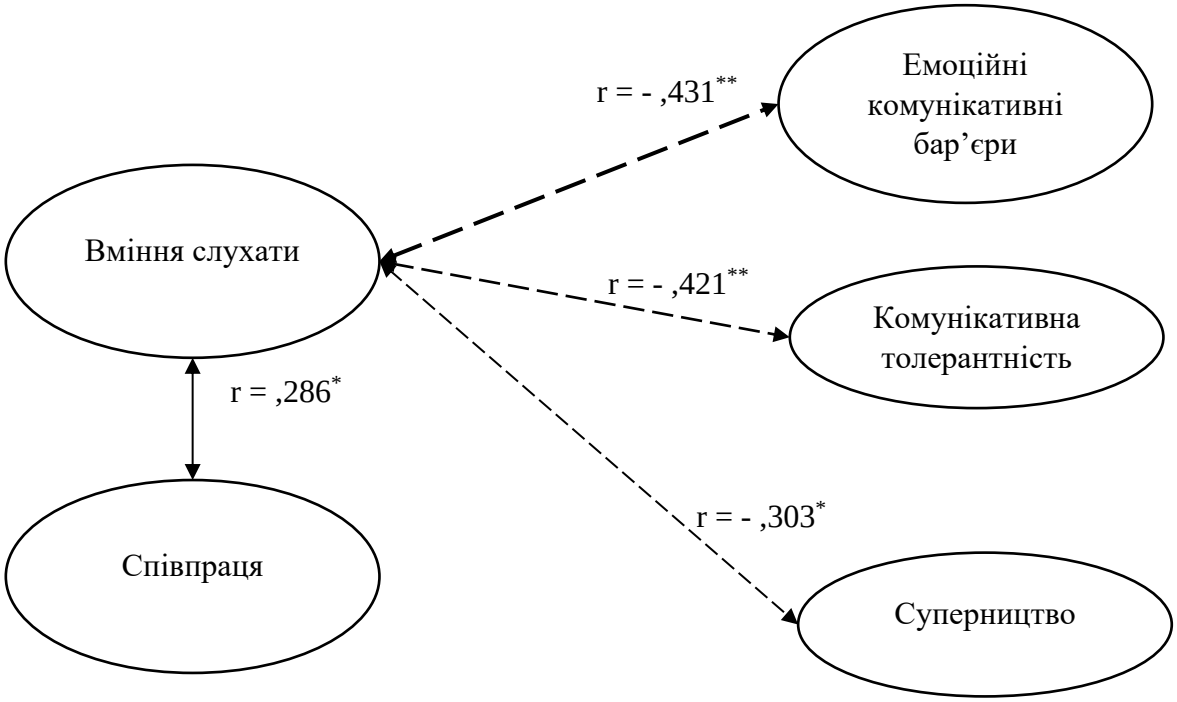


Рис. 2.12. **Взаємозв'язок вміння слухати з комунікативними компетентностями загалом по вибірці**

Такі результати свідчать, що серед представників бізнесу чим вищий рівень вміння слухати, тим нижче рівень прояву комунікативних бар'єрів у спілкуванні пов'язаних з емоційною сферою та вищий прояв комунікативної толерантності, тенденція змінювати сприйняття партнерів, зменшувати категоричність у оцінці інших. Також отримані показники доводять позицію, що високий рівень вміння слухати зменшує боротьбу між суб'єктами комунікації, підвищує рівень прислухатися до інших та прагнення знайти вирішення проблеми, при якому буде досягнута мета та вдоволені потреби кожного.

На наступному етапі статистичного аналізу ми перевіряли емпіричну гіпотезу про взаємозв'язок між самоконтролем у спілкуванні та комунікативними компетентностями. Згідно з отриманими статистичними

розрахунками, наведеними на рис. 2.13., встановлено прямий кореляційний зв'язок між шкалою «Самоконтроль у спілкуванні» та «Комунікативною схильністю» » (r = 0,253; p≤0,05), «Організаційна схильність» » (r = 0,335; p≤0,05) та негативний зв'язок з показниками комунікативної толерантності (r = −0,304; p≤0,05).

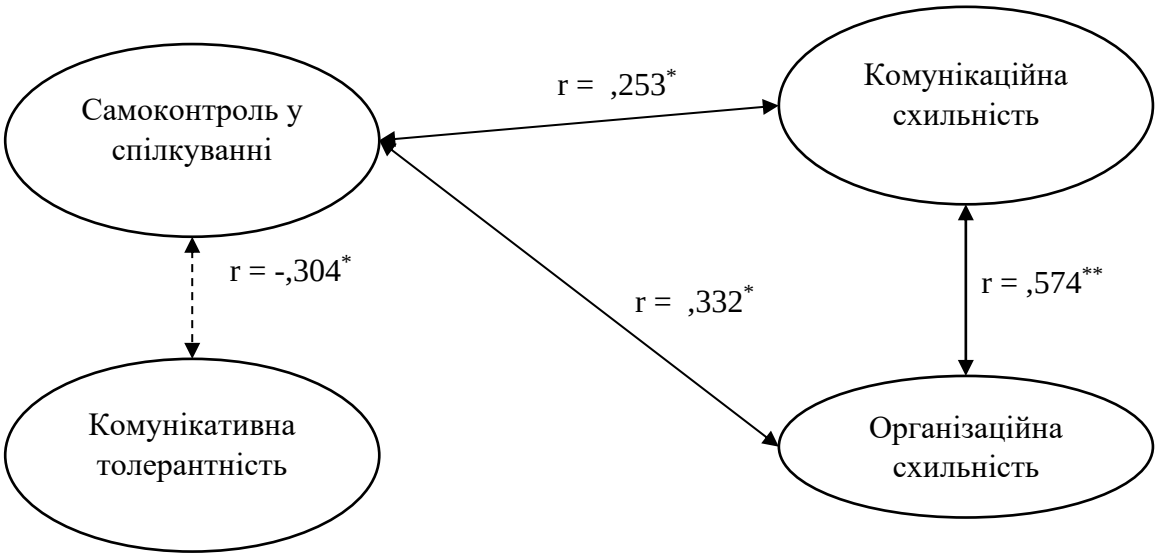


Рис. 2.13. **Взаємозв'язок самоконтролю у спілкуванні з комунікативними компетентностями серед осіб, які є представниками бізнесу**

Отримані результати кореляційної плеяди (рис. 2.13.) свідчать, що чим вищий рівень комунікативних та організаційних здібностей, тим вищий рівень самоконтролю особистості у процесі спілкування. Це вказує на те, що серед представників бізнесу чим вища ініціативність, самостійна побудова необхідної комунікативної ситуації навколо себе, вміння ухвалювати самостійні рішення, тим вища здатність гнучко реагувати на ситуації спілкування, реалізовувати та розвивати комунікативні компетентності.

РОЗІДЛ ІІІ. РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРЕДСТАВНИКІВ БІЗНЕСУ

3.1. Програма розвитку комунікативної компетентності у представників бізнесу

На основі теоретичного та емпіричного дослідження нами була укладена програма розвитку комунікативної компетентності для представників бізнесу. Актуальність визначена тим, що сектор підприємців має потребу в покращенні комунікативного процесу у корпоративному середовищі. Потреба у розвитку комунікативної компетентності серед представників бізнесу визначена бажанням вміло та ефективно організовувати процес спілкування для розвитку власної справи, вмінням вести виграшні перемовини, управляти проблемами та конфліктами з командою працівників застосовуючи конструктивні комунікативні прийоми.

Мета і завдання програми

Мета програми: Програма розвитку комунікативної компетентності спрямована на формування та вдосконалення навичок ефективної комунікації та взаємодії у представників бізнесу. Програма має на меті розвинути такі компетентності риторичної майстерності, вміння управляти голосом, витримувати зоровий контакт, паузи, здійснювати емпатійне слухання. Також програма дозволяє сформувати базове уявлення про комунікацію та взаємодію у бізнесу та корпоративних підприємств.

Головні завдання:

- Розвинути комунікативну компетентність працівників бізнесу
- Сформувати навички чіткої вербальної та невербальної комунікації
- Опанувати техніки активного слухання, зворотнього зв’язку для продиктивного обміну інформацією в команді.
- Розвинути здатність учасника ефективно застосовувати базові принципи «королівської тріади»: вміти управляти голосом, витримувати зоровий контакт та паузи.

- Підвищення навичок управління конфліктами та стресом під час ділових переговорів.
- Розвиток стратегічного мислення для ефективного застосування комунікацій у досягнені бізнес цілей
- Сформувати навички розпізнавання та протидії маніпуляцій у комунікативному процесі.

Програма базується на головних принципах психологічної роботи. В основу даної програми закладено наступні підходи:

a) *Особистісна орієнтованість* – спрямованість пропонованого матеріалу на особистість працівника бізнесу;
b) *Проблемність запропонованих завдань* – постановка завдань проблемного характеру, які орієнтовані на актуалізацію знань з проблем взаємодії, комунікації та досвіду організації ефективного спілкування у корпоративних підприємствах.
c) *Рефлексивна спрямованість завдань* – усвідомлення та аналіз учасниками власного індивідуального, ексклюзивного досвіду та емоційних переживань.
d) *Системність* – формування і включення нових умінь та навичок у комунікативній, суспільній та професійній діяльності.
e) *Комплексність* – корекційна програма включає широкий спектр методів, що спрямовані на збільшення позитивних сторін особистості та розвиток комунікативних компетентностей учасників програми.

Відповідність змісту програми до комунікативних компетентностей представників бізнесу.

Психологія комунікації представників бізнесу має особливості, які пов’язані з особливостями виконання ними функціональних обов’язків. Висока психологічна компетентність представників бізнесу визначається за Каленіченко Р.А. у взаємодії з підлеглими, вміння встановити ділові та

доброзичливі стосунки у колективі в процесі спілкування, управляти конфліктами та практичним проблемами, які викають в організації.

Комунікативна компетентність представників бізнесу визначається через призму їх професійної діяльності, а саме:

- усвідомлення значення комунікативного процесу та його психологічних складових;
- вміння ефективно взаємодіяти з працівниками організації на рівні передачі інформації, сприйняття та взаєморозуміння учасників комунікації та способів, інструментів інтерактивного процесу;
- вміння визначати потреби знань про себе та формування навичок використовувати ці знання у процесі комунікації бізнесмена;
- переорієнтування зі звичного авторитарно-адміністративного стилю на взаємодію на засадах гуманізму, демократизму, діалогізму та спільної діяльності із працівниками організації;
- усвідомлення та формування потреби у професійному й особистісному вдосконаленні з метою оптимізації якісного процесу комунікації:
- формування впевненості, прагнення до саморозвитку, самовдосконалення, розвитку вмінь досягати поставленої мети;
- активізація та підвищення позитивного ставлення до особистісного зростання, до колективу організації тощо.

Опис вимог до спеціаліста, який впроваджує програму.

Вести занять повинен фахівець, який має професійну підготовку, володіє знаннями з психології риторики, психології управління, психокорекції, психології бізнесу, управління персоналом і має практичний досвід взаємодії з працівниками сектору бізнесу та корпоративних підприємств. Впроваджувати програму можуть практичні психологи, коучі, менеджери з управління персоналом та інші профільні фахівці.

Починаючи роботу над програмою, фахівцю необхідно усвідомити мету, завдання, етапи та методи її досягнення.

Реалізовуючи програму важливо дотримуватись структури занять. Заняття повинні бути регулярними, не рідше одного разу на тиждень, що забезпечить безперервність формування важливих комунікативних навичок учасників.

В процесі взаємодії з учасниками програми важливо орієнтуватись на вікові особливості, особливості статусу та посади, яку займають представники бізнесу на своїх підприємствах, актуальні потреби, запити аудиторії та емоційний стан в якому перебувають учасники під час проходження програми.

У заключній частині заняття під час рефлексії варто ставити учасникам запитання, які спрямовані на засвоєння отриманих знань про комунікативні стратегії, які були запропоновані у занятті, усвідомлення актуального стану учасників, сформувати у учасників почуття відповідальності за свої дії та слова, сформувати прогностичні здібності.

Перелік навчально-методичних матеріалів, необхідних для реалізації програми.

З метою якісної організації групової роботи за програмою, особливу увагу рекомендується звернути на методичні посібники Андрушко Я. С. «Психокорекція» [2] та Осика О. В., Осика К. С. «Теорія і практика психокорекційної роботи» [30]. Задля більш чіткого розуміння комунікативних процесів у бізнес-середовищі рекомендовано звернутись до методичного посібника Шульгіної Л. «Бізнес комунікації» [50]. Значним підсиленням фахівця, який впроваджує програму можу бути посібник Кацавець Р. С. «Риторика і психологія» [18], Бок П. «Mind Fuck» [4], Кехейн А. «Взаємодія з ворогом» [19], Гоулман Д. «Емоційний інтелект у бізнесі» [8], Стівенс Х. «Приборкай своїх драконів» [43], Саймон Дж. «В овечій шкурі» [41], Гоулстон М. «Як спілкуватися з психами» [10], Еріксон Т. «В оточенні психопатів» [14].

Опис вимог до матеріально-технічного оснащення приміщення для реалізації програми. Необхідними матеріально-технічними умовами реалізації програми є окремий навчальний простір для групової роботи,

приміщення площею не менше 21 кв.м. з необхідними меблями (комфортні стільці, крісла). Приміщення повинно мати відповідне освітлення, мультимедійний проектор, ноутбук, відкритий доступ до Інтернет Мережі, фліп-чарт, дошку для представлення і обговорення матеріалів групової роботи, канцелярські приладдя (аркуші паперу, олівці, стікери). Необхідно, щоб в приміщені були столи для групової та індивідуальної роботи та вільна зона для безбер'єрного переміщення учасників занять тощо.

Опис термінів та послідовності етапів реалізації програми.

І етап - МОДУЛЬ «А» - «БАЗОВІ ІНСТРУМЕНТИ РИТОРИКИ»

Мета: сформувати базове уявлення про комунікацію та комунікативну компетентність; розвинути елементарні навички риторичної майстерності: вміння управляти голосом, витримувати зоровий контакт, паузи та здійснювати емпатійне слухання.

Актуальні питання у програмі модулю «А»:

- Як бути у спілкуванні переконливим і привабливим.
- Як впливає на прийняття рішень вашими співрозмовниками слово, інтонації, мова тіла. Що важливіше і чому.
- Як працювати з голосовими контрастами.
- Чому керованість та гнучкість голосу важливі як для того хто говорить, так і для того, кому говорять.
- Що робити з монотонністю. Вправи на покращення техніки мовлення, дикції, вимови, інтонацій. Виконуючи їх, Ви зможете також позитивно вплинути і на діапазон голосу, використовуючи (у потрібний час) оксамитову тембральність.
- Мова тіла та її особливості при спілкуванні.
- Чому інструмент риторики «Королівська тріада» являється одним з найважливіших інструментів у спілкуванні.
- Як емпатичне слухання впливає на якість комунікації.
- Сильна позиція у спілкуванні – що це таке.

- Чому сильна чи слабка позиція у комунікації важливіша за використання тих чи інших риторичних інструментів.

ІІ етап - МОДУЛЬ «В» - «РИТОРИЧНА РЕСУРСНІСТЬ»

Мета: сформувати уміння встановлювати ефективну комунікацію із співрозмовником, розуміти власний емоційний стан та співрозмовника, надати інструменти реагування на критичні ситуації в комунікації.

Актуальні питання у програмі модулю «В»:

- Для чого взагалі синхронізуватися із співрозмовником і як, насправді, це працює.
- Як риторично "взяти себе в руки" у напружений ситуації? Як домовитись з собою, тобто швидко опанувати себе.
- Чому упередження по відношенню до співрозмовника необхідно «розстрілювати ще на підльоті». Як це зробити словом.
- Риторична емпатія як основа перемоги.
- Як провести розмову так, щоб допомогти співрозмовнику звільнитися від своїх неправильних думок та відчуттів.
- Як запобігти не об'єктивному сприйняттю Вас як особистості. Які є для цього риторичні прийоми.
- Чому проявити зацікавленість людиною більш продуктивно, ніж старатись бути цікавим для оточуючих. Як реалізувати цей принцип.
- Із ким не варто синхронізуватися ні за яких обставин,що з цим робити.

ІІІ етап - МОДУЛЬ «С» - «ПРОТИДІЯ МАНІПУЛЯЦІЇ»

Мета: активізувати знання про маніпуляції у комунікативному процесі, сформувати навички ефективної протидії маніпуляцій.

Актуальні питання у програмі модулю «С»:

- Які базові тактики протидії маніпуляції найефективніші.
- Яка різниця між тактиками і прийомами протидії маніпуляції.

- Чому тактики протидії маніпуляціям близьким і рідним людям потребують окремого підходу.
- Що необхідно знати про особливості індикаторів брехні та маніпуляції.
- Чи може мова тіла брехати.
- Чому недостатньо брехню та маніпуляції тільки відчувати.
- Як брехню та маніпуляції не тільки чути, але й бачити.
- Чим ненасильницький риторичний метод визначення брехні та маніпуляцій кращий за інші методи.
- Що треба знати, щоб бути в риторичному моменті визначення брехні та маніпуляції.
- Які прояви індикаторів брехні мови тіла ми ігноруємо і чому.
- Які прояви мови тіла необхідно брати до уваги, коли щось у комунікації пішло не так.
- Які є спеціальні питання для визначення маніпуляції та протидії їй.

IV етап - МОДУЛЬ «D» - «ПЕРЕМОВИНИ»

Мета: сформувати комплексне розуміння основних методів організації та проведення комунікаційного процесу під час перемовин, підвищення здатності до ефективного вирішення конфліктних ситуацій, розвиток комунікативної гнучкості представників бізнесу під час перемовин.

Актуальні питання у програмі модулю «D»:

- Які методи перемовин зараз домінують у світі.
- Чому в основі усіх методів перемовин лежить «Класичний метод».
- Які особливості «Компромісного методу перемовин».
- Узгодження як важливий елемент компромісу.
- Кон’юнкція і компроміс: за і проти.
- Роль «Дипломатичного методу перемовин» у досягненні успіху.
- Делікатна особливість «Дипломатичного методу» на яку варто звернути особливу увагу.
- Як не домовившись, зберегти відносини.

- «Кризовий метод перемовин» і його найхарактерніші особливості.
- «Гра в чотири руки» - чотири методи перемовин,як основа успіху в домовленостях.

V етап - МОДУЛЬ «Е» - «ПУБЛІЧНІ ВИСТУПИ»

Мета: розвинути навички ефективного публічного виступу як діалогу з аудиторією, сформувати навички впевненої поведінки, самопрезентації та утримання уваги під час публічного виступу.

Актуальні питання у програмі модулю «Е»:

- Публічний виступ, як діалог.
- Як зменшити хвилювання.
- Базові принципи самопрезентації і їх роль та місце у публічнім виступі.
- Найефективніший стиль публічної комунікації.
- Оптимальна структура публічного виступу.
- Основні помилки , які приводять до комунікативної невдачі.
- Як ефективно виступати експромтом.
- Секрети повернення уваги слухачів.
- Значення прийому «Злізь із трибуни» і «Хто тут головний» для встановлення правильного рапорту.
- Вхід(ВАУ)//вихід(Прийміть подяку) як «альфа і омега» ефектного та ефективного публічного виступу.

Конкретність формування запланованих результатів.

Передбачається, що в результаті роботи за програмою, комунікативні компетенції представників бізнесу, будуть більш ефективно сформованими, усвідомленими та якісніше проявлятимуться у комунікаційному процесі під час професійної діяльності.

Перший рівень ефективності – психокорекція дасть стійкий психолого-педагогічний ефект.

- Здатність самоусвідомлювати власні потреби, мотиви, можливості у спілкуванні.
- Здатність усвідомлювати власний вплив на процес спілкування, аналізувати причини виникнення труднощів.
- Володіти риторичною майстерністю. Ефективно застосовувати навички управління голосом, витримувати паузи, застосовувати активне слухання.
- Здатність розуміти взаємостосунки між людьми, оптимально оцінювати ситуацію спілкування.
- Здатність якісно організовувати комунікаційний процес під час перемовин.
- Вміння протидіяти негативному психологічному впливу на власну особистість та колектив.
- Вміння чутливо відчувати власну особистість та впевнено презентувати її (в т.ч. під час публічних виступів).
- Вміння прогнозувати міжособистісні ситуації, із застосуванням знань про перешкоди взаєморозуміння.
- Здатність застосовувати конструктивні комунікативні прийоми.

Другий рівень ефективності – методи та прийоми корекції дадуть у цілому позитивний ефект.

Третій рівень ефективності – слабкий психолого-педагогічний ефект.

У випадку слабкого психолого-педагогічного ефекту у проваджені психокорекційної програми рекомендується здійснити додаткову діагностику та організувати індивідуальні корекційні заходи з представником бізнесу, визначити актуальні потреби та індивідуальні зони труднощів на основі чого преглянути та змінити корекційні впливи.

У ході проведення психокорекційної програми комунікативної компетентності у представників бізнесу, яка була реалізована протягом проведення дослідження організовано двічі цикл модулів з різними групами учасниками яких були зацікавлені представники бізнесу, які вмотивовано прийняли участь у тренінгах. Робота здійснювалась відповідно до тематичного плану, який викладений у таблиці. 3.1..

Таблиця. 3.1.

Тематичний план роботи з представниками бізнесу

Етап/ Модуль	**Мета**	**Тематика**	**К-сть годин**
І етап – Модуль А «Базові інструменти риторики»	сформувати базове уявлення про комунікацію та комунікативну компетентність; розвинути елементарні навички риторичної майстерності: вміння управляти голосом, витримувати зоровий контакт, паузи та здійснювати емпатійне слухання.	- Поняття риторики - Риторична сила та енергія - Риторичний трикутник - Базові методи комунікації - Голосові контрасти - Королівська тріада - Риторична матриця	2 год
ІІ етап – Модуль В «Риторична ресурсність»	сформувати уміння встановлювати ефективну комунікацію із співрозмовником, розуміти власний емоційний стан та співрозмовника, надати інструменти реагування на критичні ситуації в комунікації.	- Комунікація та функціонування мозку - Риторична емпатія - Риторичне каналізування - Синхронізація з собою - Синхронізація з іншими - Тактики маніпулювання	2 год
ІІІ етап – Модуль С «Протидія маніпуляції»	активізувати знання про маніпуляції у комунікативному процесі, сформувати навички ефективної протидії маніпуляцій.	- Тактики протидії маніпуляціям - Прийоми протидії маніпуляціям - Тактики протидії з ближніми - Методи «Я вас чую» - Методи «Я вас бачу» - Методи «Я вас питаю» - Установка «Бути в моменті».	2 год
IV етап – Модуль D «Перемовини»	сформувати комплексне розуміння основних методів організації та	- Поняття перемовин - Білий метод перемовин	2 год

	проведення комунікаційного процесу під час перемовин, підвищення здатності до ефективного вирішення конфліктних ситуацій, розвиток комунікативної гнучкості представників бізнесу під час перемовин.	- Дипломатичний метод перемовин - Компромісний метод перемовин - Кризовий метод перемовин - Матриця перемовин - Риторичні установки в перемовинах	
V етап – Модуль Е «Публічні виступи»	розвинути навички ефективного публічного виступу як діалогу з аудиторією, сформувати навички впевненої поведінки, самопрезентації та утримання уваги під час публічного виступу.	- Поняття публічних виступів - Вступна частина публічного виступу - Основна частина публічного виступу - Заключна частина публічного виступу - Стилі публічних виступів - Принципи публічних виступів - Риторична мандала	2 год

За результатами проходження програми ми отримали наступні відгуки, щодо участі та майбутнього застосування отриманих знань в програмі представниками бізнесу:

- *Жінка. 37 років. «Ось і закінчилась програма…слова подяки за прекрасний досвід, який я отримала на курсі. Це набагато змінило в моєму бачення спілкування з іншими людьми, а найголовніше - це інша я. З'явилася впевненність, покращилася моя мова, на даний момент, це головне в моєму житті, так я вирішила змінити курс життя ,а заняття стали ліхтариком на шляху до змін.»*
- *Чоловік. 29 років. «Хочу подякувати організаторам та усім учасникам за ті приємні та корисні часи, що я провів завдяки цим курсам. Це досвід, що залишиться з нами назавжди, та знання, спрямовані на те, щоб поліпшити спілкування між людьми, зробити його більш досконалим, ефективним, і, водночас,*

доброзичливим, щирим, відвертим, глибшим. Беру отримані інструменти у власну професійну діяльність.»

- *Жінка 41 рік. «Перемовини це гарний, а іноді і єдиний спосіб досягти мети. І тепер, на основі знань з цього курсу, я зможу вести перемовини більш усвідомлено, дотримуючись правил, щоб не втратити можливість досягти бажаного. Дякую за курс.»*
- *Чоловік 36 років. «Я дуже задоволений своїм навчанням і кожним тренінгом. Завжди беру багато нового і також, саме головне для мене, те що я знаходжусь в фокусі спостереження як за собою, так і за людьми, які є в колі мого спілкування. Мені стало ясніше розуміти причини конфліктів та які інструменти застосовувати для покращення взаєморозуміння для досягнення поставлених цілей. Велика вдячність.»*
- *Чоловік. 30 років. «Окрім теоретичних занять, які були корисними, також були чудові практичні вправи, які зуміли продемонструвати як потрібно знання застосовувати в повсякденному житті, професійній діяльності. На разі відчуваються внутрішні зміни, мені дійсно легше відчувати власну впевненість.»*

ВИСНОВКИ

У ході теоретичного аналізу та емпіричного дослідження можемо сформулювати наступні висновки:

1. Комунікативна компетентність – якісна особистісна компонента, яка містить набір знань, навичок і компетенцій, необхідних для успішного спілкування та взаємодії в різних соціальних, професійних і культурних контекстах. Комунікативна компетентність ґрунтується на розумінні мовних і позамовних аспектів спілкування, здатності адаптувати своє спілкування до різних ситуацій і аудиторій, ефективно вирішувати конфліктні ситуації та досягати поставлених цілей через взаємодію з іншими людьми. Важливим елементом комунікативної компетентності є культурна, уміння враховувати та поважати культурні нюанси та різноманітність у спілкуванні.
2. Комунікативна компетентність в представників бізнесу має визначальне значення для управління організаціями і командами зокрема. Саме від ступеня її розвитку залежить насамперед продуктивність команди, її скоординованість, націленість на спільний результат та згуртованість. Набір окремих якостей, які формують загальну комунікативну компетентність, не є універсальними і підбираються, виходячи з умов зовнішнього та внутрішнього середовища особистості.
3. У ході емпіричного дослідження, визначено, що чоловіки та жінки дорослого віку, які є представниками бізнесу, поводять себе впевнено у новій обстановці, швидко реагують на потребу налагоджувати комунікативний процес, постійно прагнуть до розширення кола своїх знайомих, зацікавлені у впроваджені ефективної підприємницької діяльності, допомагають близьким, колегам, друзям, виявляють ініціативу у спілкуванні, здатні приймати самостійні рішення у складних ситуаціях.

4. Діагностовано, що жінки представники бізнесу частіше переживають складнощі у ситуаціях, пов'язаних із організацією якої-небудь справи або взаємодії людей при її виконанні, аніж чоловіки представники бізнесу. Жінки частіше почувають себе скуто у новій компанії, у новому колективі, відчувають труднощі в установленні активних контактів з людьми, тяжко переживають образи, потребують підтримки у випадках незнайомої ситуації, сумніваються щодо власної позиції.
5. Виявлено, що представники бізнесу, як чоловіки так і жінки, щирі, але не стримані в своїх емоційних проявах, проте орієнтуються в своїй поведінці на оточуючих людей, легко входять у роль «бізнесмена», гнучко реагують на зміну ситуації, добре відчувають враження, яке справили на тих, хто їх оточує.
6. Порівняльно-діагностичний аналіз виявив, що чоловіки представники бізнесу відчувають труднощі в ідентифікації та прояві власного емоційного стану, важко розпізнають емоції інших людей, відчувають перешкоди у зближенні із людиною на емоційній основі, тобто складніше ставлять себе на місце співрозмовника, що значно ускладнює ефективний комунікативний процес. Натомість жінки представники бізнесу більш емоційні, імпульсивні, відчувають труднощі для вибору напрямку емоцій (наприклад, надихнути себе та інших до діяльності), переживають розгубленість у стресових умовах, емоційний стан супроводжується вищим рівнем тривоги, що ускладнює взаємодію з іншими людьми.
7. На основі здійсненого статистичного порівняння досліджуваних груп встановлено відмінності в прояві комунікативних компетентностей між жінками та чоловіками дорослого віку представників бізнесу: негнучнкість/невиразність емоцій у комунікації ($U=431,50$; $p=0,034$), суперництво ($U=453,5$; $p=0,015$), компроміс ($U=180,0$; $p=0,006$). Встановлено, що комунікативний бар’єр (негнучкість/невиразність

емоцій у комунікації) статистично вищий у чоловіків, аніж жінок представників бізнесу. У останніх спостерігається статистично вищі показники компромісу як способу вирішення конфліктних ситуацій, аніж серед чоловіків представників бізнесу. Натомість, статистично показник суперництва як способу вирішення конфлікту вищий у групі чоловіків представників бізнесу. Інших відмінностей у прояві комунікативних компетентностей між досліджуваними групами не встановлено.

8. Здійснений кореляційний аналіз встановив, що серед представників бізнесу чим вищий рівень вміння слухати, тим нижче рівень прояву комунікативних бар'єрів у спілкуванні пов'язаних з емоційною сферою та вищий прояв комунікативної толерантності, тенденція змінювати сприйняття партнерів, зменшувати категоричність у оцінці інших. Також отримані показники доводять позицію, що високий рівень вміння слухати зменшує боротьбу між суб'єктами комунікації, підвищує рівень прислухатися до інших та прагнення знайти вирішення проблеми, при якому буде досягнута мета та вдоволені потреби кожного.
9. Доведено, що чим вищий рівень комунікативних та організаційних здібностей, тим вищий рівень самоконтролю особистості у процесі спілкування.
10. На основі здійсненого теоретичного та емпіричного дослідження було розроблену програму розвитку комунікативної компетентності для представників бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айзенбарт М. М. Сутність поняття «Соціально-комунікативна компетенція» в сучасній науковій парадигмі. Молодий вчений. 2017. № 4.3 (44.3) С. 1–4.
2. Андрушко Я. С. Психокорекція: навч.-метод. Посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2017. 212 с.
3. Антоненко К. В. Роль особистості в процесі управління персоналом. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. пр. – Вип. 10. К. : НАУ, 2003. С. 64 – 69.
4. Бок П. Mind Fuck. Львів: Видавництво Старого Лева, 2023. 232 с.
5. Бондар Г. Особливості формування міжкультурної комунікативної компетенції студентів у процесі навчання іноземних мов у зво. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2024, №1(54), С. 24–27.
6. Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.
7. Вольфовська Т. Комунікативна компетентність молоді як одна з передумов досягнення життєвої мети. Шлях освіти. 2001. №3. С.13–16.
8. Гоулман Д. Емоційний інтелект у бізнесі. Харків: Віват, 2021. 535с.
9. Гоулстон М. Я чую вас наскрізь. Дніпро: Моноліт, 2022. 243с.
10. Гоулстон М. Як спілкуватися з психами. Харків: Моноліт, 2022. 233с.
11. Гринчук О. І. Особливості формування комунікативної компетентності майбутніх керівників на етапі професійної підготовки. Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної освіти : Зб. наук. пр. / За ред. Л. Л Товажнянського, О. Г. Романовського. Харків: НТУ «ХПІ», 2003. Вип. 2(6)

12. Гуменна І. Р. Комунікативна компетентність як одна із складових професійної культури майбутніх лікарів. Науковий вісник Ужгородського національного університету: Педагогіка. Соціальна робота. 2013, Вип. 29. С. 42–45.
13. Дегтярьова Г. С. Теоретичні та методичні основи розвитку комунікативної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування. К. : Педагогічна думка, 2010. 192 с.
14. Еріксон Т. В оточенні психопатів. Харків: ФОЛІО, 2021. 349с.
15. Заброцький М. М. До визначення структури комунікативної компетенції педагога. Науковий часопис : Зб. наук. пр. Серія: Психологія. Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. № 12. Вип. 6 (30). Ч. 1. С. 63-71.
16. Загнибіда Р. П. Про роль комунікативної компетентності майбутніх менеджерів туризму. Освіта дорослих як фактор розвитку дорослої людини в умовах сучасних соціальних змін. URL : http://iconf.univer. ck.ua/ attachments/article/13/od-2012-s-55.pdf
17. Кайдалова Л.Г., Пляка Л.В. Психологія спілкування. Харків: НФаУ, 2011. 132 с.
18. Кацавець Р. С. Риторика і психологія. Київ: Алерта, 2024. 234 с.
19. Кехейн А. Взаємодія з ворогом. Киів: Лабораторія, 2022. 157с.
20. Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev. 2 – 2006) : ДК 009:2010 наказ Держспоживстандарту України від 11 жовтня 2010 № 457 [Електронний ресурс] : Державний комітет статистики України (офіційний сайт). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/. (Національний Класифікатор України).
21. Ковбатюк М. В., Шевчук В. О., Бегека Д. А. Іншомовна комунікативна компетентність як чинник активізації та розширення бізнес-можливостей на міжнародному рівні. *Economic Synergy*, 2024 (1), 56–72.
22. Кулик О. Д. Комунікативна компетентність: підходи до визначення та роль у формуванні мовно-мовленнєвої особистості. Topica issues of

education: Collective monograph. Pegasus Publishing, Lisbon, Portugal, 2018. P.148–162.

23. Лавренко О. В. Діловий етикет та імідж державного службовця. К., 2008. 70 с.
24. Ляшенко І.В. Компонентний аналіз комунікативної компетенції майбутніх юристів. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. 2014, Вип. 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_8
25. Мамчур Л.І. Перспективність і наступність у формуванні комунікативної компетентності учнів основної школи: автореферат дисертації на здобуття наукового ступ. д. пед.н. Херсон, 2012. 44 с.
26. Мартиненко С.М., Кипиченко Н.С. Сучасні підходи до формування комунікативної компетентності майбутнього вчителя початкової школи. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки: Педагогічні науки: зб. наук. праць. 2012. №14 (239). С. 85–89.
27. Методологічні проблеми трансформації комунікативної компетентності психолога в інформаційному суспільстві: монографія / В. В. Андрієвська, С. Т. Бойко, Л. Й. Ботіна, О. В. Виноградова та ін. ; за ред. В. В. Андрієвської. Київ–Кіровоград : ТОВ «Імекс-ЛТД», 2014. 226 с.
28. Молчанова А.О. Комунікативна компетентність як основа творчої взаємодії суб'єктів закладу професійної (професійно-технічної) освіти. Київ : ДВНЗ «Ун-т менедж. освіти», 2019. 87 с
29. Орбан-Лембрик, Л. Е. Детермінанти соціально-психологічної компетентності. Вісник Прикарпатського університету. Івано-Франківськ, 2005. С. 314–322.
30. Осика О.В., Осика К.С. Теорія і практика психокорекційної роботи: навчальний посібник. Слов'янськ, 2016. 2011.
31. П`янківська Л. В. Роль комунікативних компетентностей в професійній діяльності лікаря. Новітні чинники впливу на формування особистості

фахівців системи охорони здоров`я : матеріали XVIII міжн. наук.- практ. конф. (Київ, 21 березня 2018 р.) Київ : КМУ, 2018. С. 141–143.

32. Павленко О. О. Формування комунікативної компетенції фахівців митної служби в системі неперервної професійної освіти : дис. … д-ра пед. наук : 13.00.04 Київ, 2005. 560 с.
33. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі). Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х: ХНАМГ, 2010. – 230 с.
34. Погрібна В.Л. Соціологія професіоналізму: монографія. К.: Алерта: КНТ: ЦУЛ, 2008. 336 с.
35. Пономаренко Т.І. Психологічні чинники розвитку комунікативної компетентності майбутніх психологів у медійному просторі. : дис. … д-ра філ наук з псих: Київ. 2022. 281 с.
36. Приходько Н.Г. Формування міжкультурної комунікації у процесі опанування іноземною мовою. Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м.Київ, 5 березня 2016 р.). Київ: КНЕУ, 2016. С.115–117.
37. Редько С. Комунікативна компетентність як основа успішної управлінської діяльності керівника загальноосвітнього навчального закладу. Педагогічний процес: теорія і практика (серія: педагогіка) № 3 (58), 2017. С. 116-123.
38. Руденко Л.А. Теоретичні та методичні основи розвитку комунікативної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування. К.: Педагогічна думка, 2010. 192 с.
39. Савенкова Л. О. Професійне спілкування менеджера : структура, функції, генезис. Наукові праці МДГУ імені П. Могили. Педагогічні науки. Миколаїв : В-во МДГУ імені П. Могили, 2005. Вип. 29. . Т.42.184 с.
40. Саєнко М. Зміст і структура професійної компетентності майбутніх лікарів. Наукові записки. Серія: педагогіка. 2018. № 1. С. 83–89.
41. Саймон Дж. В овечій шкурі. Харків: Видавництво КСД, 2022. 205с.

42. Стеценко Н. М. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця. Педагогічний альманах : зб. наук. праць ; редкол. В. В.Кузьменко та ін. Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2016. Випуск 29. С. 185–191.
43. Стівенс Х. Приборкай своїх драконів. Харків: Видавництво КСД, 2023. 462 с.
44. Теоретичні та методичні основи розвитку комунікативної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування : навчально-методичний посібник / авт. : Г. С. Дегтярьова, Л. А. Руденко. К. : Педагогічна думка, 2010. 192 с
45. Фроленкова Н. А. Комунікативна компетентність лідера в управлінні командою та кадровому менеджменті. Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць. - Рівне : НУВГП, 2023. Вип. 2(102). С. 349-358.
46. Хома Т.В. Комунікативна компетентність, її складові. Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2018 Серія «Педагогіка та психологія». Випуск 1 (7). С. 203-206
47. Чеботарьова І. О. Комунікативна компетентність: теоретичний аспект. Наукові записки кафедри педагогіки. - 2014. - Вип. 36. - С. 205-215.
48. Черезова І. О. Комунікативна компетентність як інтегральна якість особистості. Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки. 2014. Випуск 1., Том 1. С. 103-107.
49. Шевенко А. М. Методичне забезпечення відбору учнівської молоді до вищих навчальних закладів педагогічного профілю. К., 2016. 157 с.
50. Шульгіна Л. М. Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 151 с.
51. Янжула О. В. Основні підходи до розуміння поняття «комунікативна компетентність». Гуманітарні науки. № 1. 2013. С. 164 – 168