

УДК 378.046-021.64:336.71:174(043.3)

Михайлюк Наталія Володимирівна, старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації факультету підготовки іноземних громадян Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, 61166, Проспект Науки, 9А, Харків, тел. 0952236388, e-mail: mnv_fr@ukr.net, <https://orcid.org/0000-0003-3377-2229>

Мохамед Ламааши, старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації факультету підготовки іноземних громадян Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, 61166, Проспект Науки, 9А, Харків, 0632531684, e-mail: lamaachi@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6055-4289>

Лещінська Ауріка Вікторівна, старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації факультету підготовки іноземних громадян Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, 61166, Проспект Науки, 9А, Харків, 0686052621, e-mail: lanemoe997@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4690-1520>

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО БАКАЛАВРА БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ

Анотація. Актуальною проблемою сучасної професійної освіти є формування професійної культури майбутнього фахівця, зокрема бакалавра банківської справи. Професійна культура має декілька складових, одним з яких є організаційна культура, яка включає ділове спілкування, використання якого підвищує ефективність ділових контактів. Стаття присвячена теоретичному аналізу поняття «ділове спілкування» та класифікації його складових. В процесі аналізу даної теми було визначено, що організаційна культура та ефективне ділове спілкування є одним з факторів надійних ділових відносин в банківській сфері. Проаналізовано сутність та елементи організаційної культури, як-то: філософія організації, кодекс честі організації, цінності, легенди, традиції й ритуали, символи могутності підприємства, імідж, організаційний клімат, правила, форми поведінки, норми. Визначено функції культури в управлінні відносинами з діловими партнерами. Розглянуто поняття «спілкування», його формальну та неформальну форми та засоби його впливу в поведінковій сфері осіб під час ділових переговорів. Доведено, що однією з форм формального спілкування є ділове спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників. Класифіковано аспекти ділового спілкування: маркетинг, бренд-менеджмент, відносини з клієнтами, поведінка споживача, реклама, зв'язки з громадськістю, корпоративне спілкування, залучення населення, управління репутацією, міжособистісне спілкування, залучення співробітників та керування подіями. Визначено, що медіа-канали для ділового спілкування включають Інтернет, друковані засоби масової інформації, радіо, телебачення, докільця та передачу

інформації. Представлено форми реалізації ділового спілкування: веб-комунікація, відеозв'язок, електронні повідомлення, звіти, презентації. Проаналізовано види ділового спілкування: вербальне, невербальне, письмове, робоче, електронне, командне. Узагальнено, що свідоме оволодіння принципами ділового спілкування й правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а тому й ефективність роботи установ, зокрема банківських.

Ключові слова: організаційна культура, ділове спілкування, функції культури, ділові контакти.

Mykhailiuk Nataliya Volodymyrivna, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages and Cross-Culture Communication, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Prospect Nauka, 9A, Kharkiv, tel. 0952236388, e-mail: mnv_fr@ukr.net, <https://orcid.org/0000-0003-3377-2229>

Mohamed Lamaashi, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages and Cross-Culture Communication, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Prospect Nauka, 9A, Kharkiv, tel. 0632531684, e-mail: lamaachi@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6055-4289>

Leshchinska Aurika Viktorivna, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages and Cross-Culture Communication, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Prospect Nauka, 9A, Kharkiv, tel. 0686052621, e-mail: lanemoe997@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4690-1520>

BUSINESS COMMUNICATION AS A COMPONENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE FUTURE BACHELOR OF BANKING

Abstract. An urgent problem of modern professional education is the formation of the professional culture of a future specialist, in particular, a bachelor of banking. Professional culture has several components, one of which is organizational culture, which includes business communication, the use of which increases the effectiveness of business contacts. The article is devoted to the theoretical analysis of the concept of "business communication" and the classification of its components. In the process of analyzing this topic, it was determined that organizational culture and effective business communication are one of the factors of reliable business relations in the banking sector. The essence and elements of organizational culture are analyzed, such as: the philosophy of the organization, the code of honor of the organization, values, legends, traditions and rituals, symbols of the power of the enterprise, image, organizational climate, rules, forms of behavior, norms. The functions of culture in managing relations with business partners are determined. The concept of "communication", its formal and informal forms and means of its influence in the behavioral sphere of individuals during business negotiations are considered. It has been proven that one of the forms of formal communication is business communication, the purpose of which is the organization and optimization of production, scientific, commercial or other activities, where the interests of the case come first, and not of specific interlocutors. Aspects of business communication are classified: marketing, brand management, customer relations, consumer behavior, advertising, public relations,

corporate communication, public engagement, reputation management, interpersonal communication, employee engagement and event management. It has been determined that media channels for business communication include the Internet, print media, radio, television, environment and information transmission. Forms of business communication are presented: web communication, video communication, electronic messages, reports, presentations. Types of business communication are analyzed: verbal, non-verbal, written, working, electronic, team. It is summarized that the conscious mastering of the principles of business communication and their correct use increases the efficiency of business contacts, and therefore the efficiency of the work of institutions, in particular banking ones.

Keywords: organizational culture, business communication, functions of culture, business contacts.

Постановка проблеми. Сучасні заклади вищої освіти економічного профілю ставлять перед собою завдання готувати фахівців високої професійної кваліфікації, здатних зробити вагомий внесок у розвиток нашого суспільства. Одним з напрямків професійної підготовки фахівця є формування професійної культури майбутнього бакалавра банківської справи. Підготовка студентів до професійної самореалізації в сфері надання банківських послуг є важливим і перспективним напрямком формування кадрового потенціалу в економічній галузі. Отже, вища школа має дати таку освіту бакалаврам банківської справи, яка б цілком задовольнила державний запит і забезпечила б банківські установи фахівцями високої професійної культури. Професійна культура майбутнього фахівця банківської справи має значну кількість складових, які різнобічно розкривають це поняття. Однією з складових професійної культури є організаційна культура, яка реалізується через ділове спілкування, яке спрямоване на встановлення контактів і підтримку зв'язків між представниками різних зацікавлених у спільній діяльності організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ділового спілкування як одного з елементів організаційної культури відображено в багатьох розробках науковців. Зокрема, це питання досліджували Дороніна М.А., Доронін А.В., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Слободянюк О.М., Баранівський В.Ф., Бондар А.Я., Терещенко Л.Ф. та інші. Але в наукових дослідженнях цих авторів не приділяється увага аналізу ділового спілкування в процесі формування організаційної культури майбутнього бакалавра банківської справи.

Мета статті — теоретично обґрунтувати сутність та складові ділового спілкування, а також ефективність його використання в процесі спілкування з партнерами в банківській установі.

Виклад основного матеріалу. Одним з факторів надійності ділових відносин в банківській сфері є *організаційна культура* і ефективне спілкування з діловими партнерами. Будь-яке підприємство необхідно розглядати не тільки як економічну, але як і соціальну систему — комплекс відносин, що виникають у результаті взаємодії співробітників підприємства між собою та з навколишнім світом. У цьому складному комплексі для

менеджера набувають важливого значення два моменти: 1) поведінка людини в колективі прямо або опосередковано впливає на поведінку інших людей і колективу в цілому; 2) колектив — це завжди відкрита система, в якій керівництво має підтримувати динамічну соціальну рівновагу через організацію та управління відносинами з діловими партнерами.

В організаційній сфері поняття «культура» можна визначити як набір вимог, яких повинні дотримуватися члени установи, які відображаються в заявлених організацією цінностях, задають орієнтири дій, поведінки у різних ситуаціях професійної діяльності.

Прогресивна роль культури будь-якої соціальної групи полягає в забезпеченні її зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції. Менеджери досягають її через управління поведінкою персоналу. За результатами аналізу організаційної культури було визначено її елементи, які наведені в таблиці 1.1. [1,С.10].

Таблиця 1.1

Елементи організаційної культури

Елементи	Зміст
Філософія організації	Філософія організації — основа світогляду фірми, колективної свідомості організації, фундаментальні визначальні ідеї, принципові погляди на навколишній світ і себе в ньому
Кодекс честі організації	Кодекс є внутрішньо корпоративним документом, що містить у собі основні принципи, яких підприємство зобов'язується дотримуватися у відносинах із власним персоналом, зовнішніми контрагентами, державою й працівниками
Цінності	Цінності є ядром організаційної культури. До цінностей організації можна віднести такі властивості її персоналу, як новаторство, ініціативність, розвиток творчих здібностей; призначення організації та її «імідж» (високий рівень технології і якості, лідерство у своїй галузі, відданість своїй професії та ін.)
Легенди	Історії, які передаються з уст до уст співробітниками організації
Традиції й ритуали	Повторювана послідовність діяльності в різних підрозділах підприємства, що дає відповідь на наступні питання: «Які поставлені цілі найбільш важливі?», «Які люди найцінніші для підприємства?» та ін.
Символи могутності підприємства	Зовнішні прояви сили підприємства, до яких належать: розмір і розташування офісів, престижне меблювання, стиль одягу й презентабельність співробітників

Імідж	Образ, враження. Образ підприємства створюють працюючі на ньому люди, їхня кваліфікація, відповідальність, уміння працювати з партнерами й клієнтами
Організаційний клімат	Загальні характеристики стилю спілкування співробітників між собою й форми поведінки співробітників у стосунках з клієнтами та іншими сторонніми особами
Правила	Стандарти поведінки персоналу. Знову прийняті на роботу співробітники повинні їх засвоїти, щоб стати повноправними членами організації
Форми поведінки	Спільна термінологія, ритуали для прояву пошани або демонстрації прийнятої поведінки
Норми	Існуючі стандарти поведінки, які визначають ставлення до роботи: «Не треба працювати дуже багато й не треба працювати дуже мало. Треба працювати результативно».

Функції культури в управлінні відносинами з діловими партнерами:

- визначення цінностей, переконань, етичних норм, традицій, принципів, що сприймаються партнерами як еталонні орієнтири поведінки та взаємодії;
- упорядкування й забезпечення надійності та ефективності зусиль партнерів для вирішення професійних проблем;
- формування у партнерів упевненості через відчуття довіри у відносинах з партнером, узгодженість інтересів; зняття тривоги за майбутнє;
- спрощення управління відносинами з партнерами через розвиток взаємодопомоги на основі взаємної вигоди й створення позитивного іміджу;
- забезпечення прогностичності поведінки партнерів і бажання взаємодіяти.

Взаємне вивчення менеджерами культури партнерів має важливе значення для підвищення ефективності їхньої взаємодії, оскільки знання культури надає можливість використовувати додаткові резерви впорядкування індивідуальної й групової поведінки людей і прогнозувати її.

Організаційна культура партнерів пізнається, розвивається й реалізується через спілкування. *Спілкування* — складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру, а також у сприйнятті й розумінні партнерами один одного. Він здійснюється за допомогою засобів мовного та немовного впливу з метою досягнення змін у пізнавальній, мотиваційній, емоційній і поведінковій сферах осіб, які беруть участь у спілкуванні [1, С.15].

В узагальненому вигляді розрізняють неформальне й формальне спілкування. Перше більш суб'єктивне, не регламентоване, його мета і характер багато в чому визначаються особистими взаєминами людей (мати

— дитина, пасажир — пасажир). Формальне спілкування обумовлене соціальними функціями людини, регламентоване за формою й змістом (керівник — підлеглий, пасажир — контролер).

Ділове спілкування належить до формального, здійснюється відповідно до встановлених правил та спрямоване на встановлення контактів і підтримку зв'язків між представниками різних зацікавлених у спільній діяльності організацій.

Партнери під час ділового спілкування намагаються впливати один на одного або змінити існуючу ситуацію. Ділове спілкування завжди орієнтовано на досягнення певного результату. При оптимальному результаті ділового спілкування кожний його учасник усвідомить, що він одержав певну вигоду порівняно з вихідною ситуацією [1, С.16].

Ділове спілкування визначають як вид спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників. Ділове спілкування є специфічною формою контактів і взаємодії людей, які є представниками певної організації, установи, компанії. Воно охоплює обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями [2].

Ділове спілкування включає в себе такі аспекти: маркетинг, бренд-менеджмент, відносини з клієнтами, поведінка споживача, реклама, зв'язки з громадськістю, корпоративне спілкування, залучення населення, управління репутацією, міжособистісне спілкування, залучення співробітників та керування подіями.

Медіа-канали для ділового спілкування включають Інтернет, друковані засоби масової інформації, радіо, телебачення, довкілля та передача інформації. Існують такі форми реалізації ділового спілкування:

- веб-комунікація — для кращого і більш досконалого спілкування в будь-який час;
- відеозв'язок, який дозволяє людям в різних місцях проводити інтерактивні наради;
- електронні повідомлення, які забезпечують миттєве письмове спілкування по всьому світі;
- звіти — займають важливе місце в документуванні будь-якого відділу;
- презентації — дуже популярний спосіб спілкування для всіх типів організацій, як правило, за участю аудіовізуальних матеріалів, таких як копії доповідей або матеріалів, підготовлених в Microsoft PowerPoint або Adobe Flash;
- форуми, які дозволяють людям миттєво розміщувати інформацію в централізованому місці [3].

Види ділового спілкування:

1. Вербальне — один із видів спілкування, який включає в себе використання слів. Вербальне спілкування може бути *усним*, коли використовується розмовна мова (розмови між людьми, по телефону, запису мови на різні носії) і *письмовим* (листи, записи, бланки, використання електронної пошти).

2. Невербальне — це спосіб спілкування, який переважно використовує мову тіла та інші фізичні жести як засіб спілкування. В основі невербальної комунікації лежить інформація, послана відправником без використання слів, замість яких застосовуються будь-які інші символи. До основних функцій невербальної комунікації відносять: доповнення і заміщення промови, відображення емоційних станів партнерів по комунікативному процесу.

3. Письмове — вид спілкування, який включає в себе тільки письмові форми. Письмові форми спілкування потребують системного, логічно пов'язаного викладу, особливої продуманості, плановості, усвідомленості. В письмовому спілкуванні все має бути зрозумілим виключно з його власного смислового змісту, з його контексту [4].

4. Робоче — спосіб спілкування, який регламентує систему робочих відносин, пов'язаних з ієрархією. Особливо часто застосовується під час прийому на роботу. Робоче спілкування — це система службового підпорядкування молодших за посадою — старшим. Це правила поведінки з колегами, виконання завдань, поставлених керівником, взяття на себе певної ролі, і повага того, хто обіймає вищу посаду [5].

5. Електронне — сучасний спосіб спілкування, який включає електронні та нові технології для спілкування, як-от телеконференції, електронні повідомлення і т.д.

Таблиця 1.2

Види електронного спілкування

Телеконференція	Вид заходу, в якому групова комунікація здійснюється між територіально розподіленими учасниками за допомогою технічних засобів. Приклади: телефонні конференції, аудіоконференції, чат, поштові конференції, відеоконференції тощо.
Відеоконференція	Телекомунікаційна технологія, що забезпечує одночасну двосторонню передачу, обробку, перетворення та представлення інтерактивної інформації на відстані в режимі реального часу за допомогою апаратно-програмних засобів обчислювальної техніки.
Вебінар	Це спосіб організації зустрічей онлайн, формат проведення семінарів, тренінгів та інших заходів за допомогою Інтернету [6].
Електронна пошта	це служба Інтернету, призначена для пересилання комп'ютерними мережами повідомлень (електронних листів) від деякого користувача одному чи групі адресатів. Часто цю службу називають е-

	mail (англ., electronic mail - електронна пошта) [7].
Голосова пошта	Один з сучасних способів спілкування, за допомогою якого можна передавати приватні повідомлення голосом. Цю функцію виконує технологія, відома як звукова передача повідомлень або голосова пошта.

6. Командне — одна з форм спілкування, яка проявляється в командній роботі та співпраці. Команда — це спеціально підібрана група людей для об'єднання їхніх зусиль, спрямованих на розв'язання проблемної ситуації чи спільне виконання важливого завдання [8].

Висновки. Таким чином можна стверджувати, що свідоме оволодіння принципами ділового спілкування й правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а тому й ефективність роботи установ, зокрема банківських. Якщо ділове спілкування проводиться партнерами з урахуванням певних перевірених практикою принципів, то їм легко усвідомити справжню мету, інтерес кожного, вплинути на психологічний клімат переговорів. Висока культура сприяє виникненню деякої гармонічної сукупності суб'єктів, єдиного фонду думок та почуттів, що сприяє досягненню конструктивного результату, створенню атмосфери співпраці, встановити стосунки для подальшої взаємодії. Тільки така форма і дозволяє діловим людям вирішувати свої проблеми, погоджувати інтереси й одержувати обопільну вигоду від ділової взаємодії.

Література:

1. Дороніна М.А., Доронін А.В. Культура ділового спілкування і партнерства: навч. посібн. / за ред. Л.М. Седової. Харків: ХНЕУ, 2008. 204 с.
2. Пришак М.Д., Залюбівська О.Б., Слободянюк О.М. Ділове спілкування. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/14prishak_dilove_spilkuvannya/p1.html
3. Ділове спілкування. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Ділове_спілкування
4. Види мовлення та їх характеристика. URL : https://pidru4niki.com/13820328/psihologiya/vidi_movlennya_harakteristika
5. Про службову субординацію. URL <https://biz.nv.ua/ukr/experts/pro-sluzhbovu-subordinatsiju-2251918.html>
6. Що таке телеконференція; відеоконференція; вебінар? URL : <https://urok.in.ua/content/5-shcho-take-telekonferenciya-videokonferenciya-vebinar>
7. Поштова служба інтернету. Електронна скринька та електронне листування. URL : <http://narodna-osvita.com.ua/7225-rozdl-1-elektronne-listuvannya.html>
8. Організація командної роботи. URL : https://pidru4niki.com/10140809/menedzhment/organizatsiya_komandnoyi_roboti

References:

1. Doronina M.A., Doronin A.V. (2008) *Kuljtura dilovogho spilkuvannja i partnerstva*[Culture of business communication and partnership]_Kharkiv: VD «Inzhek»[in Ukrainian].
2. M.D. Pryshchak , Zalyubivska O.B., Slobodyaniuk O.M. *Dilove spilkuvannja* [Business communication] Retrieved from https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/14prishak_dilove_spilkuvannya/p1.html [in Ukrainian].
3. *Dilove spilkuvannja* [Business communication] Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Ділове_спілкування [in Ukrainian].

4. *Vydy movlennja ta jikh kharakterystyka [Types of speech and their characteristics]* Retrieved from https://pidru4niki.com/13820328/psihologiya/vidi_movlennya_harakteristika [in Ukrainian].
5. *Pro sluzhbovu subordynaciju [About official subordination]* Retrieved from <https://biz.nv.ua/ukr/experts/pro-sluzhbovu-subordinatsiju-2251918.html> [in Ukrainian].
6. *Shho take telekonferencija; videokonferencija; vebinar? [What is a teleconference; video conference; webinar?]* Retrieved from <https://urok.in.ua/content/5-shcho-take-telekonferenciya-videokonferenciya-vebinar> [in Ukrainian].
7. *Poshtova sluzhba internetu. Elektronna skrynjka ta elektronne lystuvannja [Internet postal service. Electronic mailbox and electronic correspondence]* Retrieved from <http://narodna-osvita.com.ua/7225-rozdl-1-elektronne-listuvannya.html> [in Ukrainian].
8. *Orghanizacija komandnoji roboty [Organization of teamwork]* Retrieved from https://pidru4niki.com/10140809/menedzhment/organizatsiya_komandnoyi_roboti [in Ukrainian].