

КУЛЬТУРА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН МОЛОДШИХ СПЕЦІАЛІСТІВ ЯК ЗАПОРУКА ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ І СПІВПРАЦІ

У статті йдеться про формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців у навчально-виховному процесі коледжу. Автор аналізує стан сформованості культури ділових студентів коледжу і зосереджує увагу на необхідності врахування вікових особливостей підлітків у навчально-виховному процесі.

Ключові слова: культура ділових відносин, молодші спеціалісти-товарознавці, вікові особливості підлітків.

Стаття посвячена формуванню культури деловых отношений младших специалистов-товароведов. Автор анализирует состояние сформированности культуры деловых отношений студентов колледжа, сосредоточивает внимание на необходимости учета возрастных особенностей подростков в учебно-воспитательном процессе.

Ключевые слова: культура деловых отношений, младшие специалисты-товароведы, возрастные особенности подростков.

The article is devoted to forming of young commodity specialists' business relationships culture in the academic process of college. The author analyzes real conditions of forming business relationships culture of students and draws attention to the necessity of taking into consideration teen-ager's psychological peculiarities.

Key words: business relationships culture, young commodity specialists, teen-ager's psychological peculiarities.

Нова соціально-економічна політика в Україні, у тому числі перехід до ринкових відносин, входження у світову економічну систему, інтенсивний розвиток міжнародних контактів, створення спільних підприємств вимагають від навчальних закладів посилення уваги до формування культури ділових відносин майбутнього фахівця, до оволодіння навичками і вміннями професійної взаємодії.

Рівень культури ділових відносин стає одним з найважливіших показників соціально-професійного статусу фахівця. Сучасне суспільство потребує освічених та висококультурних професіоналів, здатних витримати конкуренцію на міжнародному ринку праці. Виконання такого соціального замовлення актуалізує проблему формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців.

Значене знаходить відображення в державних документах, зокрема, у Державній національній програмі «Освіта» («Україна XXI століття»), Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті [5], де наголошується на необхідності цілеспрямованої підготовки майбутніх фахівців до налагодження взаєморозуміння і співпраці з представниками ділових кіл, що сприятиме укріпленню ринкових відносин у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Вітчизняна педагогічна наука накопичила чимало наукових досліджень, що стосуються культури ділових відносин. Зокрема, розроблено підхід, що ґрунтується на визначенні вимог до розвитку спеціальних умінь, особистісних якостей студентів (Долинська Л., Пономарьов О., Васильченко Л.) [2, с. 38] та впровадженні нових методик, способів реалізації професійно-особистісного потенціалу суб'єктів учіння (Шепель В., Іванова І., Володарська-Зола Л.) [2, с. 44]. Моральні аспекти формування культури ділових відносин знайшла віддзеркалення в працях Чабан Н., Коваленко О., Настечко Л., Пономаренко О., Бурдейної Л. [1]. Логутіна Л., Мірошніченко В. досліджували формування готовності до професійного іншомовного спілкування майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності [4]. Як правило, темою наукового пошуку більшості науковців було формування культури ділових відносин у майбутніх економістів, менеджерів, маркетологів-студентів університетів. Водночас, питання щодо формування культури ділових відносин інших учасників соціально-економічних процесів у суспільстві не можуть вважатись достатньо дослідженими, тому метою цієї статті є висвітлення деяких аспектів формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців у навчально-виховному процесі коледжу. Ми виділили цю

категорію майбутніх фахівців як специфічну, оскільки студентами коледжів є підлітки віком від 14 до 18 років. Цей період становлення особистості потребує особливої уваги, оскільки від того, яке ставлення до своєї майбутньої спеціальності сформується в підлітків, які норми ділових відносин вони засвоюють, залежатиме їхня подальша професійна діяльність, розвиток особистісних якостей, ділова поведінка, манера спілкування з клієнтами тощо.

Для досягнення мети необхідно розв'язати такі завдання:

- розкрити сутність культури ділових відносин;
- здійснити аналіз стану сформованості культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців у коледжі;
- виявити специфіку формування культури ділових відносин студентів коледжу.

Вітчизняні дослідники (Скрипаченко Т., Діуліна В. та ін.) [1], які опікуються вивченням соціально-психологічного іміджу сучасного фахівця, наводять визначення поняття культури ділових відносин як сукупність морально-етичних норм, що ґрунтуються на ціннісних орієнтаціях, ідеалах, світогляді працівника, регламентують його відносини з соціальним оточенням, допомагають вибудувати власну ієрархію цінностей для того, щоб у практиці повсякденної роботи сформувати навколо себе ділове поле партнерських відносин. Питання формування основних принципів ділових взаємовідносин та правил поведінки в бізнесі розглядаються у статтях Калениченко Л., Федіна М., Сирцова Ю. Ці науковці наголошують на важливості утвердження в колективі партнерських стосунків, за яких колектив діє як команда, а не група гравців-одинаків. Культура ділових відносин, на думку Заренок Н., будується на основі таких принципів, як гуманність, відданість справі, толерантність, відповідальність, сумлінне виконання обов'язків [3, с. 108]. Громкова М. додає такі принципи: культура спілкування, дотримання ділового етикету, чітке розмежування обов'язків і відповідних прав, усвідомлення вимог і правил ділових відносин [2, с. 76]. Ми поділяємо думки вище згаданих дослідників щодо культури ділових відносин та принципів її формування, і, узагальнюючи різні точки зору, зазначимо, що сутність культури ділових відносин полягає у повазі до партнера, дотриманні норм ділової етики, налаштованості на взаєморозуміння і співпрацю. Ми також хотіли б особливо підкреслити важливість усвідомлення значення культури ділових відносин для студентів коледжу – підлітків, чіє ставлення до взаємовідносин з клієнтами та партнерами ще тільки формується.

Аналіз рівня ділової культури студентів коледжу, здійснений нами у процесі дослідження на базі Миколаївського торгово-економічного кооперативного технікуму в 2010 році, дозволив виявити істотні недоліки в розумінні студентами важливості культури для продуктивних ділових відносин з партнерами по бізнесу, колегами, клієнтами. Низький рівень загальної комунікативної культури, недостатність знань щодо проведення ділових зустрічей, бесід,

роботи з клієнтами; відсутність умінь налагоджувати партнерські стосунки; невміння встановлювати й підтримувати міжособистісні ділові контакти спонукають до пошуку педагогічних технологій, які б уможливили формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців у навчально-виховному процесі закладів освіти I-II рівня акредитації. У своїй пошуковій діяльності ми спирались на основні положення технології успіху, розроблені Тарасенко В. [6].

Нами виявлено, що в коледжах належною мірою не реалізуються можливості змісту професійних та загальнонаукових дисциплін, форм організації, технологій та засобів навчання для цілеспрямованого формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців; не ведеться систематична аудиторна та позанавчальна робота щодо формування культури ділових відносин товарознавців. Це дає підстави констатувати, що у навчально-виховному процесі коледжів мають місце протиріччя між:

- суспільними вимогами до рівня кваліфікації фахівців-товарознавців і не сформованістю в них ділової культури;
- освітніми завданнями щодо формування ділової культури сучасного фахівця і організацією навчально-виховного процесу в коледжах;
- необхідністю застосування міжпредметної координації у професійній підготовці студентів та вивченням соціально-гуманітарних дисциплін і практикою підготовки молодших спеціалістів, що склалася.

Виявлені протиріччя слугуватимуть рушійною силою нашого подальшого дослідження, впродовж якого планується розробити таку технологію формування культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців, яка б забезпечила належну підготовку майбутніх фахівців до продуктивної професійної діяльності, заклала основи для самовдосконалення й саморозвитку суб'єктів учіння та спонукала студентів коледжу до навчання впродовж життя.

Наразі звернемося до специфіки формування культури ділових відносин студентів коледжу, оскільки ця вікова категорія вимагає особливої уваги з боку викладачів і організаторів навчально-виховного процесу.

Вступаючи до коледжу після дев'ятого (рідко – після одинадцятого) класу підлітки, як правило, ще не мають чітко сформованих установок на підвищення власної культури спілкування, на необхідність докладати зусилля для так званого «вживання в професію»: більшість з них упевнена, що сам факт вступу до навчального закладу гарантує їм необхідні знання з відповідних дисциплін, а виробнича практика сприятиме виробленню навичок ділової поведінки та професійного спілкування. В підлітковому віці у переважній більшості студентів коледжу не сформоване критичне мислення, почуття відповідальності розповсюджується тільки на власну діяльність, мотиви учіння зводяться до задоволення прагматичних потреб і забезпечення відносної незалежності від

батьків. Зазвичай студенти коледжу із задоволенням слухають лекції про світову культуру, вважаючи при цьому, що вона не має до них прямого відношення: культурні явища та події відбуваються десь далеко за межами кола їхніх інтересів, частково впливаючи на їхнє світосприйняття і майже не торкаючись їхньої поведінки. Виробнича практика в торгових організаціях мало сприяє формуванню культури ділових відносин молодших спеціалістів-товарознавців, оскільки манера спілкування та комунікативна поведінка працівників сфери торгівлі рідко слугує зразком для наслідування. Навчальні курси «Етика бізнесу» і «Психологія торгівлі та етика ділових відносин» для студентів торговельних коледжів не можуть забезпечити належний рівень сформованості культури ділових відносин. Їх зміст, професійна та культурологічна наповненість вимагають удосконалення й модернізації.

Зважаючи на те, що більшість студентів-майбутніх товарознавців учились у сільських школах, спілкувалися переважно з односельцями, адаптація до умов проживання у великому місті, необхідність самому дбати про себе, відсутність батьківської підтримки створюють певні проблеми для молоді. Тож загальна культура поведінки студентів коледжів має бути предметом постійної уваги всіх працівників навчального закладу. Як чинник взаєморозуміння і співпраці в майбутній професійній діяльності культура ділових відносин має базуватись на кращих зразках повсякденної культури і спілкування.

Отже, культура ділових відносин молодших спеціалістів може стати запорукою взаєморозуміння і співпраці в бізнесі за умов усунення визначених у процесі нашої дослідно-пошукової роботи протиріч, підвищеної уваги до вікових особливостей підлітків, урахування специфіки професії товарознавця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурдейна Л. І. Формування моральної культури студентів вищих навч. закладів торгов.-економ. профілю : автореф. дис. к.пед.н. ; Тернопільський нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка / Л. І. Бурдейна. – Т. – 2005. – 20 с.
2. Громкова М. Т. Психология и педагогика проф. деятельности : [уч. пос. для вузов] / М. Т. Громкова. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 415 с.
3. Заренок Н. Н. Культура управления / Н. Н. Заренок. – М., 1990. – 156 с.
4. Логутіна Н. В. Формування готовності до професійного іншомовного спілкування у майбутніх менеджерів ЗЕД : дис. канд. пед. наук. спец : 13.00.04. / Н. В. Логутіна. – Вінниця. – 2006. – 212 с.
5. Національна доктрина розвитку освіти України в XXI столітті. «Освіта України», 2002. – № 33.
6. Тарасенко В. В. Технология успеха руководителя / В. В. Тарасенко. – 2 изд. – Х. : Золотые страницы. – 2003. – 587 с.

Рецензенти: Гришкова Р. О., д.пед.н., професор;
Запорожець Г. В., к.пед.н., доцент.

© Базарова К., 2011

Стаття надійшла до редколегії 18.03.2011 р.