УДК 65: 339.9
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3-332-338

BUSINESS COMMUNICATIONS FROM ENGLISH LANGUAGE POINT OF VIEW

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ З ТОЧКИ ЗОРУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Irina NAGAY,
A Senior Teacher
irinanagay62@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-9817-4126
Berdiansk State Pedagogical University,
✉4, Schmidt st., Berdiansk, Zaporizhzhia region, 71100, Ukraine

Ірина НАГАЙ,
старший викладач
Бердянський державний педагогічний університет,
✉вул. Шмідта, 4, м. Бердянськ, Запорізька обл., 71100, Україна

Original manuscript received: September 22, 2022
Revised manuscript accepted: November 07, 2022

ABSTRACT

The proposed article is devoted to considering the problems of organizing business communications in higher educational institutions majoring in Economics and Management, as well as the need to improve business communication skills of young professionals.

It is well known that the viability of a business directly depends on the ability of managers working in the field of International Business to establish and maintain business contacts with staff, consumers, and business partners. Research in the city of Berdyansk and the Berdyansk region showed that young professionals faced the problem of organizing business communications (BC) when doing business with foreign partners. In this regard, it is very important to increase the level of efficiency of mastering BC skills, which determines the relevance of this work. Knowledge and skills in the field of BC can become a decisive factor for successful business development. Being aware of the priority of Western BC traditions, due to their linguistic and economic position in the world, it should be remembered that Ukraine, like other Eastern European states, has its own communicative style, generously filled with national character and new economic realities. In addition, when preparing future specialists in the field of Foreign Economic Affairs, in the field of International Business, it is necessary to use new, interactive, professionally oriented methods along with traditional training methods. It should be noted that the knowledge acquired by students in the specialty is very important, but does not guarantee successful business development. While business communication skills are crucial.

There were developed recommendations to increase the efficiency of business communication skills of future specialists in the field of Foreign Economic Affairs and International Tourism. We believe that it is of great necessity to include into the existing English language study programs special courses that provide an opportunity not only to expand students' outlook in the field of Philology and Linguistics, to realize their interest in the subject, but also most to master foreign language professional communicative competence, which allows them to use a foreign language as means of business communication to solve specific problems in situations of business interaction.

Key words: *Business Communications, communicative style, corporate communication, communicative competence.*

У період впевненого просування України шляхом Європейської інтеграції особливо гостро постає питання підготовки фахівців у сфері

зовнішньоекономічної діяльності, які не тільки знають англійську мову – мову бізнесу, а й володіють основними навичками бізнес-комунікації (надалі – БК). Курс англійської мови ділового спілкування, або Business Communications відповідає вирішенню саме цих завдань.

Дослідження у м. Бердянську та Бердянському районі показали, що молоді фахівці стикаються з проблемою організації бізнес-комунікацій під час ведення бізнесу із закордонними партнерами. У зв'язку з цим дуже актуальним є підвищення рівня ефективності володіння навичками БК, що визначає актуальність цієї роботи. Знання та вміння у сфері БК можуть стати вирішальним фактором для успішного розвитку бізнесу.

Загальновідомо, що життєздатність бізнесу прямо пропорційно залежить від здатності менеджерів, які працюють у сфері міжнародного бізнесу, встановлювати та підтримувати ділові контакти з персоналом, споживачами, бізнес-партнерами. Однак бізнесмен повинен уміти спілкуватися коректно, дотримуючись певних загальноприйнятих правил і відповідного ділового стилю.

Ігнорування правил і норм може призвести навіть найуспішнішу компанію, що випускає конкурентоспроможну продукцію вищої якості і має добре підготовлений персонал, до колапсу, якщо вона не вміє вміло будувати ділові відносини з партнерами по бізнесу, клієнтами та власним персоналом. І головне завдання, яке стоїть перед викладачами англійської мови в гуманітарних та економічних ЗВО, на думку дослідника міжкультурного аспекту викладання БК Я. Бондаренко, – це подолання «a poor level of teaching communicative competence among students of English and Economics» [1 : 27].

Усвідомлюючи пріоритет західних традицій БК, зумовлений їхньою лінгвістичною та економічною позицією у світі, слід пам'ятати про те, що Україна, як і інші держави Східної Європи, має свій власний комунікативний стиль, з національним колоритом та новими економічними реаліями. Крім того, готуючи майбутніх спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності, міжнародного бізнесу, необхідно поряд із традиційними методами навчання використовувати нові, інтерактивні, професійно-орієнтовані.

Метою публікації є розробка рекомендацій для покращення навичок БК майбутніх спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного туризму. Для досягнення поставленої мети було вирішено такі **завдання**: розглянути роль БК для успішного розвитку міжнародного бізнесу; запропонувати рекомендації щодо підвищення ефективності БК.

Ділове спілкування – це будь-яка комунікація, що використовується для налагодження партнерських відносин, інтелектуальних ресурсів, просування ідей, продукції, послуг чи створення сприятливих умов бізнесу. БК охоплює різноманітні теми, у тому числі маркетинг, відносини з клієнтами, поведінку споживачів, рекламу, зв'язки з громадськістю, медіа-відносини, корпоративну комунікацію, громадські зобов'язання, міжособистісні стосунки, on-line комунікації та управління подіями [3 : 67]. Дослідження останніх десятиліть показали, що навички БК є пріоритетними для успішної діяльності та створення позитивного іміджу в суспільстві [11]. Розглянемо причини, якими БК є важливими, як для індивідуумів, так і для організацій.

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3

По-перше, неефективна БК дуже дорого коштує підприємству. Багато успішних фірм витрачають мільярди щорічно лише на тренінги для персоналу з удосконалення навичок БК, тому перевага при прийомі на роботу віддається тим, хто вже володіє навичками ділового спілкування. Люди, які не вміють правильно спілкуватися письмово та усно, не приймаються на роботу, а якщо вже працюють, навряд чи буде з ними продовжено контракт або запропоновано підвищення по службі [6]. Вісімдесят відсотків компаній, що працюють у сфері міжнародного та туристичного бізнесу, пропонують письмовий тест майбутнім співробітникам, щоб оцінити їхні навички БК. Ці тенденції характерні і для великих українських компаній та фірм, які використовують закордонний досвід прийому на роботу та підготовки кадрів. Боб Кері, президент New York School University у Нью-Йорку та голова Національної Комісії з Ділової кореспонденції, підкреслює: «Ділова кореспонденція – це 'показник' висококваліфікованої, високооплачуваної, професійної роботи. Люди, не здатні чітко висловлювати свої думки письмово, обмежують свої можливості професійної високооплачуваної праці» [8 : 6]. І ми поділяємо його думку.

По-друге, реалії сьогодення роблять комунікацію ще важливішою. Найбільш горизонтальна структура організацій, різноманітніша за віком, освітою, рівнем підготовки робоча база та використання командного способу роботи визначають БК ключовою для успішного бізнесу організації. Самодержавну модель управління минулих поколінь все більше замінює управління співробітництва, де комунікації – ключ до побудови довіри та розуміння, мотивування співробітників. Компанії усвідомлюють перевагу повного використання творчого потенціалу, талантів, досвіду та перспектив різнобічної робочої бази. Командний стиль – modus operandi (образ дії) організації 21-го століття, а командна робота – це постійне спілкування [9; 10].

Англійська є засобом БК. За визначенням Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, БК – це «процес обміну інформацією між індивідами через загальноприйняту систему символів, знаків, поведінки» [9], іншими словами – це передача ідей та інформації. Формальна чи неформальна, що включає різні форми взаємодії між членами організації, якісна БК – це, перш за все, важлива мовна майстерність, уміння [12]. Загальновідомо, що англійська стала мовою міжнародної комунікації, а в умовах розширених економічних та культурних зв'язків України затребуваний саме її діловий аспект, необхідний для представників різних професій [13]. Важливим кроком у цьому напрямку стало приєднання України до Болонського процесу та формування нового погляду на розвиток найбільш затребуваних компетенцій майбутнього фахівця.

Очевидно, що нині існує суперечність між об'єктивно високими вимогами, що висуваються державою та ринком праці до рівня підготовки випускників економічних ЗВО в галузі ділової комунікації іноземною мовою, та недостатньою теоретичною та практичною розробленістю методики застосування нових педагогічних технологій викладання іноземної мови ділового спілкування. Тому, вкрай необхідно включати до чинних програм вивчення англійської мови відповідні спецкурси, що дають можливість не лише розширити свій кругозір у галузі філології та мовознавства, реалізувати інтерес до предмета, а й

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3

перевірити професійну орієнтацію, бути впевненими в зробленому виборі, а найголовніше – опанувати іншомовну професійну комунікативну компетенцію, що дозволяє використовувати іноземну мову як засіб бізнес-комунікації для вирішення конкретних проблем у ситуаціях ділової взаємодії.

Фахівці сфери фінансів, економіки та туристичного бізнесу, які закінчили Бердянський державний педагогічний університет за спеціальністю «Менеджмент» та «Фінанси, банківська справа та страхування», володіють необхідними навичками БК у повному обсязі, тому що опанували вибіркову дисципліну «Англійська мова ділового спілкування» («Business Communications»), яка сприяє формуванню в студентів необхідних для майбутньої професійної діяльності якостей особистості, а також знань, умінь та навичок, що забезпечують якісне виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю.

Майбутні фахівці працюють з тематичними текстами та освоюють лексику щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств, туристичного бізнесу, маркетингу та корпоративної культури; знайомляться з основами БК у типових ситуаціях: ділова зустріч, відрядження, ведення ділових переговорів, обговорення та підписання контракту, ділова кореспонденція; застосовуються ігрові технології, кейс технології та проєктні технології. Випускники БДПУ успішно застосовують отримані знання, обіймаючи провідні посади на підприємствах туристичного бізнесу та у великих туристичних компаніях в Україні, Росії, США та Канаді, Італії й Туреччині.

Розвиток технологій та доступність стали невід'ємною частиною освітнього процесу. Замість простих джерел інформації комп'ютери використовуються студентами як мультимедійні лабораторії. Інноваційне застосування технологій, що поєднують телекомунікації (електронну пошту, on-line ресурси, Інтернет-навігатори), мультимедійні засоби, зручні програмні програми, дозволяє зробити процес навчання більш цікавим, пізнавальним, таким, що відповідає реаліям сьогодення. Крім того, з наближенням України до Європейських стандартів усе більше підвищуватиметься потреба у фахівцях, які володіють іноземними мовами й можуть здійснювати професійну БК. У цьому зростає роль дистанційної форми навчання, яку можна використовувати як засвоєння матеріалу, так перевірки знань. На думку А. Голдіна, «розробка завдань, що сприяють оптимізації управління самостійною роботою студентів за допомогою мультимедійних засобів та перевірка її результатів, є однією з важливих складових освітнього процесу та методичного забезпечення викладання іноземної мови для студентів економічних спеціальностей» [3 : 88].

Не менш важливим інтерактивним методом при підготовці майбутніх спеціалістів у сфері бізнесу, які володіють навичками БК, є рольові ігри, що розвивають не тільки творче мислення, самостійність учасників, а й практичні професійні навички, уміння приймати рішення. Крім того, рольові ігри, що використовуються в курсі «Business Communications», завжди наближені до реальних виробничих ситуацій. Студент навчається вирішувати реальні завдання, що виникають на виробництві, готуючись до майбутньої професійної діяльності. У ході рольової гри студенти завжди творчо використовують здобуті знання, самостійно обирають необхідні лексичні та граматичні засоби, долають психологічний бар'єр. Використання рольових ігор на всіх етапах навчання

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3

іноземної мови сприяє підвищенню ефективності освітнього процесу за рахунок зростання мотивації та інтересу до навчального предмета [5 : 198].

Інтеграційні процеси в політиці, економіці, освіті та культурі істотно впливають на постановку цілей, завдань та змісту навчання ділової іноземної мови студентів немовних спеціальностей. Знання англійської мови та володіння вміннями ділового й професійного спілкування розглядаються як затребувані якості майбутніх спеціалістів – випускників економічних закладів вищої освіти, а отже, підвищується статус цієї дисципліни на сучасному розвитку суспільства. Слід зазначити, що знання, які засвоюють студенти за спеціальністю, дуже важливі, але не достатні для гарантії успішного розвитку бізнесу. У той час, як навички ділового спілкування – життєво необхідні.

Ми вважаємо, що було б доцільно: для майбутніх фахівців туристичного бізнесу включати до програми підготовки спецкурс «Навички ділового спілкування», що буде доповненням фахово орієнтованих курсів «Міжнародний діловий етикет» та «Англійська мова професійного спілкування»; організовувати закордонні стажування для студентів та молодих спеціалістів у профільних установах з метою набуття ними та вдосконалення умінь та навичок ділового спілкування. Досвід організації подібних стажувань у Польщі та Туреччині для студентів спеціальності «Менеджмент» показав, що вони більш конкурентоспроможні та затребувані на ринку праці, оскільки мають певні знання та вміння у сфері бізнес комунікацій; запрошувати зарубіжних фахівців – теоретиків та практиків – для читання лекцій онлайн та офлайн, проведення семінарів та тренінгів не лише з профільних дисциплін, а й у сфері бізнес-комунікацій. Практика написання грантів дозволяє здійснювати це з мінімальними витратами, що успішно практикується в БДПУ, куди щороку приїжджали фахівці з програм Фулбрайт на кафедру правознавства та Добровольці Корпусу світу США до початку агресії Росії в 2014 році; урізноманітнити методику проведення занять, включаючи в освітній процес такі інтерактивні методи ділового спілкування, як рольові ігри, кейси, презентації, проєкти; для представників міжнародного та туристичного бізнесу регіону організовувати тренінги, до програми яких обов'язково включати оволодіння навичками ділового спілкування. Вони можуть бути ініційовані як місцевими органами влади та Центрами розвитку бізнесу, так і ЗВО, зокрема БДПУ.

Таким чином, у статті розглянуто проблеми організації бізнес-комунікацій на підприємствах міжнародного та туристичного бізнесу, визначено роль бізнес-комунікацій у розвитку підприємства та розроблено рекомендації для підвищення ефективності навчання ділового спілкування для майбутніх фахівців сфери міжнародного та туристичного бізнесу. У перспективі планується розробка короткострокових модулів для запровадження курсу вивчення іноземних мов для студентів економічних спеціальностей.

Література

1. Бондаренко Я. І. Cross-cultural aspects of teaching Business Communications: listening aspect. *Матеріали Міжнародної науково-методичної конференції «Каразинські читання: методика та лінгвістика – на шляху до інтеграції»*. Харків : Харківський нац. університет ім. В. Н. Каразіна, 2007. С. 27–29.

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3

2. Васильева Л. А. Деловая переписка на английском языке : учебное пособие. Москва : Айрис-Пресс, 2004. 352 с.

3. Голдін А. Н. Мотивація вивчення англійської мови ділового спілкування в системі дистанційного навчання студентів-економістів. *Матеріали VI Міжнародної конференції «Каразинські читання: Людина. Мова. Комунікація»*. Харків : Харківський нац. університет ім. В. Н. Каразіна, 2007. С. 88-90.

4. Калмыкова Е. И. Формирование коммуникативной компетенции в целях устного профессионального общения. *Профессиональная коммуникация как цель обучения иностранному языку в неязыковом вузе:* сборник научных трудов. Москва : МГЛУ, 2000. № 454.С. 44–53.

5. Нагай І. Д. Англійська мова ділового спілкування : методичний посібник, 2-ге вид., перероб. і доп. Бердянськ : Видавництво О. В. Ткачук, 2013. 75 с.

6. Нельке М. Учимся принимать решения. Быстро, точно, правильно : учебное пособие. Москва :Омега-Л, 2006. 127 с.

7. Тер-Саакянц Г. В., Красковська Н. А. Застосування рольової гри. *Методика інтенсивного навчання іноземних мов*. Київ, 1986. С. 194–205.

8. Carry B., Hardaway Ch., Warshawsky J. Why business people speak like idiots. *Business Idiots*. LLC, 2005. 116 c.

9. Clark L. R., Zimmer K., Tinervia J. Business English and Communication. Textbook. Westerville, McGraw-Hill, Inc., 1988. 640 c.

10. Andrews D. C., Andrews V. D. Business Communications. Textbook. New York, Macmillan Publishing Company, 1992. 618 c.

11. Kent R. Commission's finding. *New York Times,* January 13, 2005, p. 19–21.

12. New Webster's Dictionary and Treasure of English Language. USA, Lexicon Publications, Inc, 1993. 1248 c

13. Wikipedia. URL: http://en.wikipedia.org (дата звернення: 26.09.2022)

References

1. Bondarenko Y.I. (2007). *Cross-cultural aspects of teaching Business Communications: listening aspect.* Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-metodychnoyi konferentsiyi «Karazyns'ki chytannya: metodyka ta linhvistyka – na shlyakhu do intehratsiyi» – Materials of the International Scientific and Methodological Conference «Karazin Readings: Methodology and Linguistics – on the Way to Integration». Kharkiv : Kharkivskyi nats. universytet im. V. N. Karazina, 27–29. [in Ukrainian].

2. Vasylieva L. A. (1998). *Delovaia perpiska na angliyskom yazike. Uchebnoie posobie.* [Business correspondence in English: a study guide]. Moscow : Iris-Press, 2004. [in Russian].

3. Holdin A. N. (2007). *Motyvatsiya vyvchennya anhliys'koyi movy dilovoho spilkuvannya v systemi dystantsiynoho navchannya studentiv-ekonomistiv* [Motivation for learning English for business communication in the distance learning system of economics students]. Materialy VI Mizhnarodnoyi konferentsiyi «Karazyns'ki chytannya: Lyudyna. Mova. Komunikatsiya» – Materials of the VI International Conference «Karazin readings: Man. Language. Communication». Kharkiv : Kharkivskyi nats. universytet im. V. N. Karazina, 88-90. [in Ukrainian].

4. Kalmykova Ye. I. (2000). *Formirovanie komunikatyvnoi kompetentsiyi v tseliah usnogho profesiynogo obshchenia* [Formation of communicative competence for the purpose of oral professional communication]. Profesiyna komunikatsiya, yak meta navchannya inozemnoyi movy u nemovnomu vuzi – Professional communication as a goal of foreign language learning in a non-speaking university. Moscow : MDLU, № 454, 44–53. [in Russian].

5. Nahai I. D. (2013). *Anhliys'ka mova dilovoho spilkuvannya : metodychnyy posibnyk* [English language of business communication: methodical guide], 2-he vyd., pererob. i dop. Berdyansk: O. V. Tkachuk. [in Ukrainian].

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3

6. Nelke M. (2006). *Uchimsya prinimat reshenia. Bystro, tochno, pravyl'no : uchebnoye posobie* [We learn to make decisions. Fast, accurate, correct: a study guide]. Moscow : Omeha-L. [inRussian].

7. Ter-Saakiants H. V., Kraskovska N. A. (1986). *Zastosuvannya rol'ovoyi hry* [Application of role play]. Metodyka intensyvnoho navchannya inozemnykh mov – Methodology of intensive foreign language learning. Kyiv, 194–205. [in Ukrainian].

8. Carry B., Hardaway Ch., Warshawsky J. (2005). *Why business people speak like idiots*. Business Idiots. LLC. [in English].

9. Clark L. R., Zimmer K., Tinervia J. (1988). *Business English and Communication. Textbook*. Westerville, McGraw-Hill, Inc. [in English].

10. Andrews D. C., Andrews V. D. (1992). *Business Communications. Textbook*. New York, Macmillan Publishing Company. [in English].

11. Kent R. (2005). *Commission's finding*. New York Times, January 13, 19–21. [in English].

12. New Webster's Dictionary and Treasure of English Language (1993). USA, Lexicon Publications, Inc. [in English].

13. Wikipedia. http://en.wikipedia.org [in English].

АНОТАЦІЯ

Пропонована стаття присвячена проблемі організації бізнес комунікацій майбутніх фахівців економічних спеціальностей у закладах вищої освіти та необхідності покращення навичок їхнього ділового спілкування.

Загальновідомо, що життєздатність бізнесу прямо пропорційно залежить від здатності менеджерів, які працюють у сфері міжнародного бізнесу, встановлювати та підтримувати ділові контакти з персоналом, споживачами, бізнес-партнерами. Дослідження, проведені в м. Бердянську та Бердянському районі, показали, що молоді фахівці стикаються з проблемою організації бізнес-комунікацій під час переговорів із закордонними партнерами. У зв'язку з цим дуже актуальним є підвищення рівня ефективності володіння навичками БК, що визначає актуальність цієї роботи. Знання та вміння у сфері БК можуть стати вирішальним фактором для успішного розвитку бізнесу. Усвідомлюючи пріоритет західних традицій БК, зумовлений їхньою лінгвістичною та економічною позицією у світі, слід пам'ятати про те, що Україна, як і інші держави Східної Європи, має свій власний комунікативний стиль, яскраво виражений національний характер та нові економічні реалії. Крім того, готуючи майбутніх спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності, міжнародного бізнесу, необхідно разом із традиційними методами навчання використовувати нові, інтерактивні, професійно-орієнтовані.

Слід зазначити, що знання, які набувають студенти за спеціальністю, – дуже важливі, але не достатні для гарантії успішного розвитку бізнесу. У той час, як навички ділового спілкування – життєво необхідні.

Були розроблені рекомендації для підвищення ефективності ділового спілкування майбутніх фахівців у сфері зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного туризму. Ми вважаємо вкрай необхідним включати до чинних програм вивчення англійської мови відповідні спецкурси, що дають можливість не лише розширити свій кругозір у галузі філології та мовознавства, реалізувати інтерес до предмета, а й перевірити свою професійну орієнтацію, а найголовніше – опанувати іншомовну професійну комунікативну компетенцію, що дозволяє використовувати іноземну мову як засіб бізнес-комунікації для вирішення конкретних проблем у ситуаціях ділової взаємодії.

Ключові слова: *бізнес комунікації, комунікативний стиль, корпоративна комунікація, комунікативна компетенція.*

ICV 2021: 85.25
DOI 10.31494/2412-9208-2022-1-3