



Олена ІВАНОВА

Комунікативні аспекти діяльності фахівця сфери послуг

Постановка проблеми. Сьогодні, в добу соціально-економічних перетворень, динамічного розвитку сучасних технологій, гострої конкуренції на ринку праці, високого рівня вимог споживача щодо якості послуг, актуальним є питання щодо постійного професійного зростання фахівця сфери послуг, оволодіння ним додатковими знаннями і вміннями, а також гнучкої зміни професійного поля діяльності з метою забезпечення конкурентоспроможності продукту діяльності на ринку послуг. Тому розв'язання сучасних соціально-економічних завдань передбачає не тільки оволодіння майбутнім фахівцем сфери послуг системою глибоких знань, трудових умінь і навичок, а й формування в них активної професійної позиції, яка, на нашу думку, дозволить успішно реалізувати особисті інтереси та інтереси суспільства.

Зазначимо, що формування активної професійної позиції фахівця сфери послуг характеризується певними особливостями, пов'язаними не тільки із змістом професії, а й із сформованістю професійно важливих якостей, які сприятимуть ефективному

становленню особистості, зміні її уявлень про професію. Таким чином, якісна структура особистості фахівця сфери послуг вимагає дослідження аспектів діяльності фахівців зазначеної галузі з метою інтерпретації їх на виявлення активності у професійній поведінці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій вказує на те, що існують різні наукові погляди на професійно важливі якості фахівця сфери послуг, їхнє якісне перетворення та професійне самовиявлення (Я. Казарницька, Є. Клімов, О. Кокун, І. Носова, З. Павицька, Н. Паркіна, О. Приймук, О. Риданова, І. Чепок та ін.). У межах нашого наукового інтересу особливе значення мали дослідження, в яких окреслено основні напрями активної професійної позиції, а саме соціальна комунікація (О. Ігнатюк, О. Резван, О. Чаплигіна). Соціальну комунікацію науковці розглядають як надважливу професійну компетентність, яка характеризується певними особливостями: умінням «продавати себе на ринку праці» (тобто позитивним ставленням до можливостей реалізації у межах професійних ліфтів та суміжних галузях); умінням залучити клієнта до взаємодіяльності зі створення пакету послуг; здатністю організувати самопрезентацію у межах професійної спільноти та серед клієнтів. У праці Н. Волкової ціннісне ставлення до професійної комунікації розглядається як компонент ціннісно-змістової сфери особистості, що відбиває систему цінностей комунікативних знань і визначає цілеспрямовану діяльність студента щодо їх засвоєння, розуміння необхідності пізнання самого себе як комунікативної особистості. До засобів, що забезпечують успішність комунікації, автор відносить вербальні, невербальні, комп'ютерну комунікацію, а також здійснення аналізу власних комунікативних дій і прийнятих рішень.

Аналіз поглядів науковців на професійно важливі якості сучасного фахівця сфери послуг дозволяє нам виокремити ті із них (або інші), які відображають комунікативний компонент в активній професійній позиції майбутнього фахівця сфери послуг.

Мета статті – визначити зміст комунікативного компоненту активної професійної позиції майбутнього фахівця сфери послуг.

Згідно з метою було поставлено такі завдання: розглянути сутність поняття «комунікація» в загальному сенсі; розкрити підходи науковців щодо розуміння комунікативних аспектів діяльності фахівців зазначеної галузі; узагальнити і представити основні елементи змісту комунікативного компоненту у виявленні активної професійної поведінки фахівця сфери послуг.

Таблиця 1.

Автор	Визначення поняття „комунікація”
1	2
Л.Л. Баркер	Процес взаємопов’язаних елементів, що працюють разом, аби досягти необхідного результату або мети
М.А. Робер Ф. Тильман	Процес передачі інформації від відправника до одержувача
Дж. Майерс М. Майерс	Загальнопередбачуваний, постійний і завжди присутній процес розподілу значень за допомогою символічної взаємодії
Ч. Кулі	Механізм, за допомогою якого забезпечується існування і розвиток людських відносин, що включає у себе всі розумові символи, засоби їхньої передачі у просторі і збереження в часі
М.Т. Громкова	Обмін інформацією (інтелектуальним та емоційним змістом) з метою розуміння
Г.Г. Почепцов	Процеси перекодування вербальної у невербальну, невербальної у вербальну сфери
М.С. Каган	Інформаційний зв’язок суб’єкта з тим чи іншим об’єктом – людиною чи машиною
Н.І. Лепська	Складний процес, призначення якого у здійсненні і підтримці контактів між людьми і групами, тобто у культурній творчості і соціальній діяльності
Г.М. Сагач	Спілкування, передача інформації, думок, почуттів, волевиявлень людини
Є.М. Соколов	Обмін значимою інформацією між людьми за допомогою мовних знаків і інших культурних символів; припускає цілеспрямовану передачу і виборчий прийом інформації, який не завжди приведе до згоди і взаєморозуміння
С.В. Бориснєв	Соціально обумовлений процес передачі й сприйняття інформації в умовах міжособистісного й масового спілкування через різні канали за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних та ін.)
А.В. Соколов	Опосередкована й доцільна взаємодія двох суб’єктів
Б.М. Сапунов	Процес спілкування, зв’язку, взаєморозуміння людей на різних рівнях, в різних формах і масштабах, який слугує важливим “механізмом” матеріального, соціального і духовного функціонування і вдосконалення суспільства і кожного індивіда

Виклад основного матеріалу. Зазначимо, що поняття «комунікація» у загальному сенсі й розуміння його як терміну з точки зору психології, педагогіки філософії є багатозначним. Так, в словниках іншомовних слів «комунікація» (від латин. “communicatio” – повідомлення) перекладається як “зв’язок, повідомлення” [12, с. 543] та «роблю загальним, поєдную» (від латинського слова “communico”) [13, с. 347]. Педагогічний словник представляє тлумачення даного поняття як «спілкування, передавання інформації від людини до людини, специфічна форма взаємодії людей у процесі пізнавально-трудої діяльності за допомогою мови чи інших знакових систем» [10, с. 259]. В Українському педагогічному словнику С. Гончаренка поняття комунікації сформульоване як «риса особистості, здатність її до спілкування з іншими людьми, товариськість. Формується в процесі життя й діяльності людини в соціальній групі» [4, с.174].

Визначенню поняття «комунікація» присвятили власні дослідження значна кількість науковців. Так, серед низки літературних джерел ми відзначили ґрунтовний систематизований аналіз сутності даної дефініції, представлену Н. Волковою (табл.1) [2, с. 58].

- односпрямований, суб’єкт-об’єктний, суто інформаційний процес;
- спілкування між двома активними суб’єктами, у процесі якого відбувається узагальнення і накопичення інформації;
- як процес обміну інформацією;
- механізм розвитку людських відносин;
- зв’язок;
- рису особистості;
- мистецтво, якому можна навчитися тільки через досвід і яке потребує наявності певного таланту.

Найчастіше категорія «комунікація» ототожнюється з категорією «спілкування». Нероздільність цих понять простежується і в мовах інших народів. Так, переклад із багатьох інших мов поняття «communication» означає спілкування. Але деякі вчені дотримуються протилежної точки зору щодо співвідношення вищезазначених категорій. Так, початок розмежування понять спілкування та комунікації належить Є. Жаркову. На його думку, комунікація відноситься до галузі передачі й прийому інформації, спілкування – до процесів самоорганізації. Будь-яка комунікація є спілкуванням, але не кожне спілкування – комунікацією, тобто існує низка ситуацій, коли спілкування індивідів проходить без комунікативних зв’язків.

Тоді цей процес є простою психічною діяльністю, спрямованою саму на себе [3].

На думку М. Каган спілкування має практичний, матеріальний, духовний, інформаційний і практично-духовний характер, тоді як комунікація є суто інформаційний процес – передача тих чи інших повідомлень[7].

В. Буряк також вказує на відмінності в сутності зазначених понять: комунікацію науковець пов'язує з інформаційними процесами, а спілкування представляє як основну структуру свідомості [1, с. 97].

На відміну від названих авторів, американський вчений Дж. Лалл, ототожнюючи ці поняття, стверджує, що “міжлюдське спілкування, або ж комунікація, є необхідною для культурних інновацій у суспільстві, без якого немислиме людське життя” [9, с.17].

Цікавою для нас є думка В. Семенова [14], який характеризує комунікацію і спілкування в єдиних рамках комунікативної діяльності, яка здійснюється у процесі передачі інформації від індивіда до індивіда (групи, соціуму), а також при отриманні інформації індивідом від інших індивідів безпосередньо чи опосередковано через засоби масової інформації. При цьому науковець зауважує на спілкуванні, як на окремий випадок інформаційної діяльності. Спілкування, за характеристикою В. Семенова, виявляється “у взаємному обміні індивідуально-особистісним змістом” [14, с.191–192].

Отже, аналіз понять «спілкування» і «комунікація» дозволяє розглядати комунікацію як більш широке поняття, складниками якого є спілкування живих істот, у тому числі й людей (система „людина – людина”), та безліч зв'язків з метою отримання й обміну інформацією у системах “людина – комп'ютер”, „людина – комп'ютер – людина”.

Виходячи з того, що зміст комунікативних процесів у різних сферах соціального життя різні, вбачаємо необхідним розглянути комунікативний аспект професійної діяльності фахівця сфери послуг.

Зауважимо, що для фахівців сфери послуг надзвичайно важливим є сформованість комунікативного аспекту особистості, зокрема такого, що виявляється в активній професійній поведінці. У визначенні змісту комунікативного компоненту активної професійної позиції майбутнього фахівця сфери послуг звернімося до праць науковців, які досліджували комунікативні аспекти діяльності фахівців зазначеної галузі.

Л. Руденко вивчала комунікативну культуру майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних закладах освіти. Дослідниця визначає чотири компоненти її сформованості: особистісно-рефлексивний, гносеологічно-когнітивний, операційно-технологічний та професійно-адаптивний [11]. Науковецька акцентувала увагу на специфічних професійних функціях фахівців сфери обслуговування, пов'язаних з умінням здійснювати продуктивну комунікацію, що передбачає вплив на співрозмовника під час діалогу, узгодження, співпраці. При цьому актуальними стають вміння знаходити конструктивні стратегії спілкування, усвідомленого сприйняття співрозмовника, а також соціальна активність фахівця сфери послуг [11]. Підтримуючи автора у такому визначенні суті комунікативної культури, виокремлюємо ті складові, які стануть корисними для характеристики комунікативного компоненту професійно активної поведінки фахівця зазначеної галузі:

- 1) вміння узгоджувати деталі у запитах клієнта;
- 2) усвідомлення та урахування соціального стану клієнта.

Зауважимо, що саме у процесі комунікації може бути досягнуте однозначне розуміння фахівцем сфери послуг вимог або бажань клієнтів. Тому ми маємо звернути увагу на важливість формування вміння узгоджувати деталі у запитах клієнта, оскільки активна комунікативна поведінка реалізується у виявленні ініціатив щодо продовження діалогу з метою максимального розуміння замовників послуг. Переконані, що через усвідомлення та урахування соціального стану клієнта, його можливостей і потреб має виявлятися комунікативна активність. Варто зазначити, що спрямованість організації сфери послуг на конкретну соціальну аудиторію звужує можливості розвитку бізнесу, а значить менеджмент сфери обслуговування має бути орієнтований на диверсифікацію пакетів послуг для різних категорій замовників. Крім того, соціально орієнтовані ініціативи, запроваджені на основі волонтерської діяльності, дають можливості заявити про себе на ринку послуг, отримати пільгові умови розширення бізнесу. Зважаючи на це, стає зрозумілим важливість сформованості у межах комунікативного компоненту професійно активної поведінки фахівця сфери послуг умінь презентації послуг, організації та проведення промоутерських акцій, пропагування послуг методом флешмобів тощо. Усе це видається можливим лише за умови формування ініціативної комунікативної поведінки у фахівців досліджуваної галузі.

Важливим визначаємо той факт, що для реалізації цілей професійної діяльності набуває значущості застосування неагресивних способів взаємодії із клієнтами, до яких відносяться: легкість встановлення контакту, виявлення гнучкості, психологічний такт, емоційна стійкість, володіння невербальними (міжкультурними) способами комунікації, емпатія.

Л. Зельман комунікативний аспект у підготовці фахівців сфери послуг пов'язує із соціальним. У змісті соціально-комунікативної компетентності автор визначає здібності: здатність до співпраці у професійному колективі, уміння ефективно співпрацювати з членами виробничого колективу, здатність розв'язувати конфліктні ситуації. Комунікативна компетентність містить культуру спілкування, риторику мовлення, невербальне мовлення [6].

В. Черевко пропонує термін «особистісно-професійна комунікативна компетентність» (ОПКК). Так, в аспекті зазначеного, працівник сфери послуг швидко орієнтується в ситуації, робить професійний вибір засобів спілкування, які будуть найбільш ефективні для розв'язання проблеми. ОПКК містить теоретичні знання з психології спілкування, адекватну орієнтацію в конкретних комунікативних цілях, володіння технікою спілкування, уміння конструктивно вирішувати конфлікти та ін. [15]. Слід підкреслити доцільність для нашого дослідження саме швидкість орієнтації у комунікативній ситуації, що дає можливість інтерпретації риторики, активність в ініціюванні пропозицій тощо.

Спираючись на дослідження науковців визначаємо, що активна професійна комунікація у сфері послуг стає одним із способів збереження конкурентоспроможності як бізнесу в цілому, так і фахівців, які її застосовують. Так, В. Гужвинський, зазначає, що фахівець сфери послуг, має вільно організовувати діалог із різними за фахом людьми, реальними й віртуальними партнерами, вдаючись до вербальних і невербальних засобів комунікації, активно використовуючи можливості комп'ютерних мереж для організації плідного взаємообміну інформацією. При цьому дослідник зауважує на важливості застосування сучасних інформаційних технологій, співпраці, конкуренції з ними та з необмеженими інформаційними ресурсами, користування комплексом комунікативних послуг, передбачених інформаційним середовищем [5]. Слід зазначити, що заклади сфери послуг зазвичай організовують комунікацію зі своїми посередниками, споживачами, конкурентами, різними

представниками влади та громадськості. Саме тому актуальності набуває уміння фахівців знаходити нові підходи до здійснення ефективної комунікації, адекватно реагувати на ситуацію та вимоги ринку.

Орієнтуючись на визначення В. Гужвинським прийомів, що посилюють вплив комунікації на розвиток туристичної фірми, виокремлюємо ті з них, які можна віднести до активної професійної комунікативної поведінки фахівця сфери послуг, загалом:

- збір та застосування інформації про інклюзивні послуги у презентаціях для клієнтів;
- організація персональної рекламної комунікації (повідомлення про знижки, акції, нові послуги тощо) з клієнтами способами електронних повідомлень, телефону, соціальних мереж;
- доступна й активна презентація надійності та якості роботи організації шляхом представлення сертифікатів якості, книги відгуків, персональних досягнень працівників та організації в цілому;
- постійне оновлення візуальної інформативності для клієнтів (у тому числі потенційних) – відеороликів, експонатів тощо;
- створення позитивної думки про організацію у суспільстві (наприклад, шляхом організації комунікації із засобами мас медіа: телебачення, соціальних мереж, реклами у громадських місцях тощо);
- розміщення реклами послуг в місцях зосередження цільової аудиторії;
- залучення потенційної аудиторії клієнтів до активних івентів: флешмобів, майстер-класів, виставок-продажів тощо;
- адаптування поведінки комунікатора до потреб та можливостей партнерів з комунікації.

Переконані, всі означені заходи дійсно забезпечують високий рейтинг організації сфери послуг серед споживачів, а значить мають бути визнаними ефективними для активної професійної комунікативної поведінки.

У межах нашого дослідження важливо підкреслити, що професійна діяльність у сфері послуг обумовлена постійними процесами комунікації із замовниками послуг, у процесі яких можуть виникати конфліктні ситуації. Обґрунтовуючи таку нашу думку особливостями професійної діяльності у сфері послуг, зауважимо на вирішенні конфліктних ситуацій через конструктивну взаємодію

у конфлікті, насамперед, - через попередження конфліктів. Так, С. Калаур попередження конфлікту представляє як вид діяльності, спрямований на недопущення виникнення конфлікту, що базується на їх прогнозуванні. Науковець стверджує, що вчасне усвідомлення фахівцем сфери послуг конфліктної ситуації й внесення коректив у поведінку дозволяє уникнути деструктивного характеру її розвитку. Одним із засобів попередження конфліктів фахівців, які працюватимуть у сфері надання послуг, за думкою автора, має стати уміння складати конфліктограму (схеми для проведення розгорнутого і компактного аналізу конфлікту), що сприяє чіткому визначенню проблеми, сильних аргументів, які є у опонентів у конкретній конфліктній ситуації [8]. Підтримуючи С. Калаур у визначенні важливої ролі конфліктологічної компетентності для фахівців сфери послуг, маємо зауважити про те, що обговорення конфліктних ситуацій із складанням конфліктограм може відбуватись постфактум вже існуючого конфлікту, однак у ситуаціях його зародження фахівець сфери послуг має бути здатним вчасно усвідомити ризики конкретного комунікаційного процесу і змодельовати власну комунікативну поведінку таким чином, щоб конфлікт не відбувся. Отже, активна професійна поведінка в комунікативному аспекті виявляється у тому числі й у підготовленості фахівця сфери послуг до реакцій на незадоволення клієнта, зміни риторики на користь недопущення конфліктів у спілкуванні.

Спираючись на дослідження С. Калаур, робимо висновок про те, що невміння перевести конфлікт у раціональне поле стає причиною припинення сумісної діяльності, що відбувається на основі руйнації міжособистісних відносин. Тобто, якщо фахівець сфери послуг, обов'язками якого є задоволення потреб клієнтів, вступає у конфлікт, загострює його, не виявляє гнучкості у спілкуванні із клієнтом, він стає причиною не лише негативного стану замовника, але й скасування домовленостей у сумісній діяльності або переведення цієї діяльності у негативну за метою (наприклад, судову). Це, звісно, шкодить організації, в якій працює такий фахівець, і бізнесу в цілому.

Висновки. Таким чином, здійснивши аналіз наукових підходів щодо розуміння комунікативних аспектів діяльності фахівців сфери послуг, зроблено спробу виділити основні характеристики комунікативного компоненту професійно активної поведінки фахівця сфери послуг. На нашу думку, до особистісних якостей, які можна віднести до комунікативного компоненту даного утворення,

відносяться: здатність фахівця узгоджувати деталі у комунікації із клієнтом, виявляти ініціативу у спілкуванні, при цьому застосовуючи неагресивні способи взаємодії; швидкість орієнтації у комунікативній ситуації; використання прийомів, що посилюють вплив комунікації на розвиток організації; конфліктологічна компетентність, здатність до швидкої зміни риторики на користь недопущення конфліктів у спілкуванні; урахування потенційної конфліктологічної складової у спілкуванні із клієнтом.

Вважаємо, що формування активної професійної позиції як комплексу особистісних ресурсів, представлених у комунікативному компоненті, що забезпечують можливість вирішення професій завдань у майбутньому, повинно стати основою підготовки майбутніх фахівців сфери послуг.

References:

1. Буряк В.Д. Комунікативно-концептуальна специфіка інформаційно-художньої свідомості. Вісник Дніпропетровського університету. Історія і філософія науки і техніки. 2000. Вип.7. С. 95–103.
2. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: теорія, технологія, практика: монографія. Дніпропетровськ: РВВ ДНУ, 2005. 304 с.
3. Волкова Н. П. Педагогіка. Київ: Академія, 2002. 576 с.
4. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 376 с.
5. Гужвинський В.В. Підготовка спеціалістів сфери туризму до здійснення комунікативної діяльності на туристській фірмі. Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. 2009. №10 (173). С. 61–66.
6. Зельман Л.Н. Професійні якості майбутніх кваліфікованих робітників сфери обслуговування. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми. 2014. Вип. 37. С. 270–274. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sitimn_2014_37_51 (дата звернення: 15.10.2019).
7. Каган М.С. Мир общения: Проблемы межсубъектных отношений. Москва: Политиздат, 1988. 319 с.
8. Калаур С.М. Доцільність формування конфліктологічної компетентності у майбутніх фахівців сфери послуг. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Педагогіка. 2011. № 4. С. 188–194.
9. Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікації, культура: глобальний підхід / ред. О. Гриценка, Н. Гончаренко; пер. з англ. О. Гриценка та ін. Київ: К.І.С., 2002. 264 с.
10. Педагогічний словник / За ред. М.Д. Ярмаченка. Київ: Пед. думка, 2001. 516с.

11. Руденко Л. А. Теоретичні та методичні засади формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Вінниця, 2016. 40 с.
12. Словник іншомовних слів / уклад.: Л.О. Пустовіт та ін. Київ: Довіра, 2000. 1326 с.
13. Словник іншомовних слів / укладачі: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута. Київ: Наукова думка, 2000. 680 с.
14. Социальная психология: история, теория. Эмпирические исследования / ред. Е.С.Кузьмина, В.Е.Семенова. Ленинград: ЛГУ, 1979. 229 с.
15. Черевко В. П. Формування комунікативної компетентності майбутнього менеджера у процесі професійної підготовки: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / В. П. Черевко; наук. кер. Л. В. Долинська; Нац пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2001. 20 с.

Transliteration of References:

1. Buriak, V.D. Komunikatyvno-kontseptualna spetsyfika informatsiino-khudozhnoi svidomosti [Communicative and conceptual specificity of information-artistic consciousness]. Visnyk Dnipropetrovskoho universytu. Istoriia i filosofiia nauky i tekhniki [Bulletin of Dnipropetrovsk University. History and philosophy of science and technology], 2000, issue 7, pp. 95–103.
2. Volkova, N.P. (2005). Profesiino-pedahohichna komunikatsiia: teoriia, tekhnolohiia, praktyka [Professional and pedagogical communication: theory, technology, practice]. Dnipropetrovsk, RVV DNU, 304 p.
3. Volkova, N. P. (2002). Pedahohika [Pedagogy]. Kyiv, Akademiia Publ., 576 p.
4. Honcharenko, S.U. (1997). Ukrainskyi pedahohichnyi slovnyk [Ukrainian pedagogical dictionary]. Kyiv, Lybid Publ., 376 p.
5. Huzhvytskyi, V.V. Pidhotovka spetsialistiv sfery turyzmu do zdiisnennia komunikatyvnoi diialnosti na turystskii firmi. [Training of specialists in the field of tourism to implementation of communicative activity at the Tourist firm]. Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Pedahohichni nauky [Bulletin of Lugansk national University. Of Taras Shevchenko. Pedagogical Sciences], 2009, no. 10 (173), pp. 61–66.
6. Zelman, L.N. Profesiini yakosti maibutnikh kvalifikovanykh robitnykiv sfery obsluhovuvannia [Professional quality of future qualified working in the service sector]. Suchasni informatsiini tekhnolohii ta innovatsiini metodyky navchannia u pidhotovtsi fakhivtsiv: metodolohiia, teoriia, dosvid, problemy [Modern information technologies and innovative methods of training: methodology, theory, experience, problems], 2014, issue 37, pp. 270–274. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sitimn_2014_37_51
7. Kahan, M.S. (1988). Mir obshcheniya: Problemy mezhsob'ektnykh otnoshenij. [The world of communication: problems of intersubjective relations]. Moscow,

- Politizdat, 319 p.
8. Kalaur, S.M. Dotsilnist formuvannia konfliktolohichnoi kompetentnosti u maibutnikh fakhivtsiv sfery posluh [Expediency of formation of conflictological competence of future specialists in the service sector]. Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Pedahohika. [Scientific notes of Ternopil national pedagogical University. Pedagogy], 2011, no. 4, pp. 188–194.
 9. Lall, Dzheims (2002). Mas-media, komunikatsii, kultura: hlobalnyi pidkhid [Mass-media, communications, culture: a global approach. Translated by O. Gritsenko]. Kyiv, K.I.S, 264 p.
 10. Yarmachenko, M.D. (2001). Pedahohichniy slovnyk [Pedagogical dictionary]. Kyiv, Pedahohichna dumka, 516 p.
 11. Rudenko, L. A. (2016). Teoretychni ta metodychni zasady formuvannia komunikatyvnoi kultury maibutnikh fakhivtsiv sfery obsluhovuvannia u profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladakh. Avtoreferat diss. doct. ped. nauk. [Theoretical and methodological bases of formation communicative culture of future specialists in the service sector in technical and vocational educational institutions. Thesis abstract of Doct. Sc. (Ped.), 13.00.04]. Vinnytsia, 40 p.
 12. Pustovit, L.O. (2000). Slovnyk inshomovnykh sliv [Dictionary of foreign words]. Kyiv, Dovira, 1326 p.
 13. Morozov, S.M., Shkaraputa, L.M. (2000). Slovnyk inshomovnykh sliv. [Dictionary of foreign words]. Kyiv, Naukova dumka, 680 p.
 14. Kuz'mina, E.S., Semenova, V.E. (1979). Social'naya psihologiya: istoriya, teoriya. Empiricheskie issledovaniya [Social psychology: history, theory. Empirical researches]. Leningrad, LGU, 229 p.
 15. Cherevko, V. P. (2001). Formuvannia komunikatyvnoi kompetentnosti maibutnoho menedzhera u protsesi profesiinoy pidhotovky. Avtoreferat diss. kand. ped. nauk. [Formation of communicative competence future Manager in the process of professional training. Thesis abstract of Kand. Sc. (Ped.), 19.00.07]. Kyiv, 20 p.

The Author

Ivanova Olena
*Deputy Director for Academic Affairs,
Commercial Technical School of the Dnieper State
Technical University,
Dnipro, Ukraine
E-mail: ivanova__elena@ukr.net*

Abstracts

ІВАНОВА ОЛЕНА. Комунікативні аспекти діяльності фахівця сфери послуг. У статті розглянуто сутність поняття «комунікація» в загальному сенсі. Здійснено аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду інтерпретації поняття «комунікація». Розглянуто підходи науковців щодо розуміння комунікативних аспектів діяльності фахівця сфери послуг. Виокремлено особистісні якості фахівця сфери послуг, які віднесено до комунікативного компоненту активної професійної позиції. Представлено власне розуміння особистісних якостей, які можна віднести до комунікативного компоненту професійно активної поведінки фахівця сфери послуг.

Ключові слова: сфера послуг, фахівець сфери послуг, активна професійна позиція, комунікація, спілкування, комунікативний компонент.

ІВАНОВА ЕЛЕНА. Коммуникативные аспекты деятельности специалиста сферы услуг. В статье рассмотрена сущность понятия «коммуникация» в общем смысле. Осуществлен анализ отечественного и зарубежного опыта интерпретации понятия «коммуникация». Рассмотрены подходы ученых относительно понимания коммуникативных аспектов деятельности специалиста сферы услуг. Выделены личностные качества специалиста сферы услуг, которые отнесены к коммуникативному компоненту активной профессиональной позиции. Представлено собственное понимание личностных качеств, которые можно отнести к коммуникативному компоненту профессионально активного поведения специалиста сферы услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, специалист сферы услуг, активная профессиональная позиция, коммуникация, общение, коммуникативный компонент.

IVANOVA ELENA. Communicative aspects of the service specialist's activity. The article deals with the essence of the concept of "communication" in the general sense. The analysis of the domestic and foreign experience of the interpretation of the concept of "communication" is carried out. The approaches of scientists to understanding the communicative aspects of the activity of a specialist in the field of services are considered. The personal qualities of a specialist in the field of services, which are attributed to the communicative element

of an active professional position, are distinguished. The personal understanding of personal qualities which can be attributed to the communicative component of the professionally active behavior of the specialist of the service sphere is presented.

Keywords: *service industry, service specialist, active professional position, communication, communication, communication component.*

IWANOWA OŁENA. **Komunikacyjne aspekty działalności specjalisty branży usługowej.** Artykuł przedstawia istotę pojęcia „komunikacja” w sensie ogólnym. Przeprowadzono analizę krajowych i zagranicznych doświadczeń związanych z interpretacją pojęcia „komunikacja”. Przeanalizowano podejścia naukowców do zrozumienia komunikacyjnych aspektów działalności specjalisty branży usługowej. Wyróżniono cechy osobowości specjalisty branży usługowej, które przypisano komponentowi komunikacyjnemu aktywnej pozycji zawodowej. Przedstawiono osobiste zrozumienie cech osobowości, które można przypisać komunikacyjnemu komponentowi zawodowo aktywnego zachowania specjalisty branży usługowej.

Słowa kluczowe: *branża usługowa, specjalista usług, aktywna pozycja zawodowa, komunikacja, komponent komunikacyjny.*