

УДК: 378.147:007

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОГО ДІАЛОГУ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ТОВАРОЗНАВСТВА ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАСОБАМИ ІКТ

кандидат педагогічних наук, доцент, Крамаренко Т. В. Дніпропетровський
Державний Аграрно-Економічний університет, Україна, м. Дніпропетровськ.

У статті розглядається необхідність формування культури професійного діалогу у майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності. Обґрунтовано теоретичні засади формування культури професійного діалогу у майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності засобами інформаційно-комунікаційних технологій. Вперше на основі аналізу та вивчення наукових здобутків вітчизняних та зарубіжних вчених, з урахуванням власного професійного педагогічного досвіду розкрито поняття культури професійного діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності. Практичне значення одержаних результатів полягає в їх достатній готовності до впровадження в навчальний процес ВНЗ, які здійснюють підготовку майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності.

Ключові слова: культура діалогу, структурно-функціональна модель, інформаційно-комунікаційні технології, вищий навчальний заклад, професійна культура, фахівці з товарознавства та комерційної діяльності.

Крамаренко Т.В. К вопросу формирования культуры профессионального диалога у будущих специалистов по товароведению и коммерческой деятельности средствами ИКТ. / Днепропетровский Государственный аграрно-экономический университет, Украина, г. Днепропетровск

В статье рассматривается необходимость формирования культуры профессионального диалога у будущих специалистов по товароведению и

коммерческой деятельности. Обосновано теоретические принципы формирования культуры профессионального диалога у будущих специалистов по товароведению и коммерческой деятельности средствами информационно коммуникационных технологий. Впервые на основе анализа и изучения научных достижений отечественных и зарубежных ученых, с учетом собственного профессионального педагогического опыта раскрыто понятие культуры профессионального диалога будущих специалистов по товароведению и коммерческой деятельности. Практическое значение полученных результатов заключается в их достаточной готовности к внедрению в учебный процесс ВУЗов, которые осуществляют подготовку будущих специалистов по товароведению и коммерческой деятельности.

Ключевые слова: культура диалога, структурно функциональная модель, информационно-коммуникационные технологии, высшее учебное заведение, профессиональная культура, специалисты по товароведению и коммерческой деятельности.

Kramarenko T. V. To the question of forming of professional dialog culture among future merchandizing and commercial activity specialists by means of ICT. / Dnipropetrovsk State Agriculture and Economics University, Ukraine, Dnipropetrovsk.

The article deals with the necessity of forming of professional dialog culture among future merchandizing and commercial activity specialists. The ground of theoretical principles of professional dialog culture forming among future merchandizing and commercial activity specialists by means of information and communication technologies has been given. First on the basis of analysis and studying of scientific achievements among domestic and foreign scientists, taking into account own pedagogical experience, a concept of forming professional dialog culture among future merchandizing and commercial activity specialists has been proposed. The practical value of the received results is in their sufficient readiness for implementing in the educational process of Higher educational establishments, which deal with training future merchandizing and commercial activity specialists.

Keywords: dialog culture, structural and functional model, information and communication technologies, higher educational establishment, professional culture, merchandizing and commercial activity specialists.

Вступ

В умовах модернізації вищої школи в Україні, яка спрямована на входження до Європейського освітнього простору, висувуються особливі вимоги до підготовки фахівців міжнародного рівня, підвищення їх конкурентоспроможності, професійної культури. У зв'язку з цим актуальності набуває потреба у переорієнтації навчального процесу на розвиток особистості студента, його пізнавальних, творчих здібностей, вироблення досвіду професійної комунікації, цінностей і сенсу майбутньої професії, що визначають сучасну якість освіти, зокрема товаровознавчої, від рівня якої значною мірою залежить ефективність входження України в ринкову економіку, оволодіння досвідом міжнародних торговельно-економічних відносин на рівні підприємств та організацій.

Числені теоретичні розробки використання інформаційно-комунікаційних технологій у процесі підготовки фахівців до професійної комунікації, зокрема діалогу (Н. Волкова, О. Кущенко, Ю. Машбиць, О. Пехота, І. Розіна, В. Фатунова) свідчать про пошук шляхів підвищення ефективності підготовки майбутніх фахівців, формування культури професійного діалогу з метою оптимізації навчального процесу, зокрема на під час вивчення іноземної мови.

Проте, незважаючи на значний інтерес науковців до питання формування культури спілкування, проблема формування культури професійного діалогу у майбутніх фахівців з товаровознавства та комерційної діяльності засобами ІКТ як у теоретичному, так і в практичному аспекті, залишається малодослідженою, що виявляється і у відсутності єдиного розуміння цього феномену.

Метою статті є обґрунтування необхідності формування культури професійного діалогу у майбутніх фахівців з товаровознавства та комерційної

діяльності засобами ІКТ у процесі вивчення іноземної мови.

Виклад основного матеріалу:

За останні роки в Україні торгівля стала одним із найважливіших секторів економіки, що зумовило перегляд ставлення до фахівця з товарознавства і комерційної діяльності.

Професія товарознавця виникла і утверджувалась разом з появою товарного виробництва, відповідно до потреб торгівлі, завдань і вимог розвитку торгового капіталу. Її зародки були закладено в книзі «Книжка описательная, како молодым людям торг вести и знати всему цену», яка вперше була видана в Росії в 1575 р. Протягом багатьох віків торгівля пов'язувала людей різних культур. На сьогодні без товарознавця не може обійтися жодна галузь народного господарства як державної, так і приватної форми власності.

Сучасний товарознавець має не лише досконало володіти методами оцінки якості товарів, але й знати сучасні методи та прийоми маркетингу і менеджменту, бути добре обізнаним з усіма прогресивними формами організації торгівлі, тенденціями розвитку галузей, які виробляють товари, кращими зразками ведення торговельної та комерційної діяльності в розвинутих країнах світу.

Здійснення посадових обов'язків не можливе без високої культури професійної комунікації [4]. На цьому наголошують А. Бусигін, В. Дорошенко, М. Ізмайлова, В. Лавриненко, А. Орлов та ін.

Основою бізнесу фахівців з товарознавства та комерційної діяльності є максимально можливе задоволення попиту споживачів, розширення комерційних послуг на базі поглибленого вивчення структури і різновидів цільових аудиторій з метою отримання найбільшого прибутку. Такі вимоги обумовлюють підвищення рівня співробітництва з міжнародними комерційними структурами, розширення культурних обмінів, залучення до світових цінностей, а отже, здійснення на високому рівні міжнародної комерційної діяльності. Реалізувати таку діяльність можуть лише фахівці, здатні до ділового співробітництва з іноземними партнерами, спроможні вести

професійний діалог рідною та іноземною мовою на високому фаховому рівні.

Цікаво, що у спеціальній літературі торговельна справа розглядається як мистецтво спілкування, ведення контактів, обміну інформацією між продавцем та покупцем, вміння досягати поставлених цілей. Вона є головним засобом і ареною соціального діалогу, забезпечуючи його інформативну наповненість, поєднуючи спілкування, взаємодію, контакт, обговорення, розмову, обмін думками, переговори, консультації у спільних діях для взаєморозуміння, сукупність полеміки й дискусії, критики й самокритики, боротьби протилежних поглядів і думок, різних точок зору.

Вищезазначене, у свою чергу, викликає необхідність розробки нових наукових підходів до підготовки майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності, переорієнтації професійних цінностей, переосмислення мети, змісту й технологій навчання для забезпечення формування культури професійного діалогу, яка необхідна будь-якому сучасному спеціалісту, зокрема, товарознавцю, професійна діяльність якого потребує постійної взаємодії у сфері «людина–людина».

Недостатня комунікативна підготовка, нездатність організувати професійне спілкування, відсутність певних умінь і навичок, низький рівень культури професійного діалогу різко знижують «вартість» фахівця з товарознавства та комерційної діяльності на ринку праці, можливості його працевлаштування, успішність виконання ним професійних обов'язків, особливо у нестандартних ситуаціях.

З метою отримання повного уявлення про культуру професійного діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності, спрямуємо свою увагу на визначення сутності понять «діалог», «культура».

Щодо сутності поняття, то слово «діалог» (dialogos) грецького походження й буквально перекладається як «розмова двох, бесіда». Аналіз літературних джерел показав, що сутність поняття «діалог» дослідники розуміють по-різному (див. табл. 1).

Таблиця 1

Основні підходи науковців до визначення поняття «діалог»

Визначення поняття «діалог»	Автор
«Форма ліквідації виховних конфліктів шляхом обміну думками сторін і знаходження спільної позиції»	С. Гончаренко
Послідовна зміна комунікативних ролей тих, хто спілкується, у ході якого виявляється смисл мовленнєвого повідомлення	В. Дорошенко, Л. Зотова, В. Лавриненко
Мовлення між двома або кількома співрозмовниками, які міняються ролями	Г. Чайка
Ланцюг реплік, які породжуються у процесі комунікації двох або декількох осіб; мовлення безпосередньо протиставлених один одному мовців, ланцюг словесних взаємодій	Н. Волкова

Слід зазначити, що головне, у чому збігаються всі концепції щодо феномену діалогу, це трактування цього поняття з погляду взаємодії, взаємообміну інформацією, взаємоприйняття партнерів діалогу.

Спираючись на вищенаведені визначення діалогу, вважаємо за потрібне висловити власний погляд на сутність цього феномену. На наш погляд, діалог – це взаємодія суб'єктів діяльності, зокрема професійної, їх смислових позицій з метою знаходження нового сенсу як власного погляду, взаємопізнання, самопізнання й саморозвитку.

Специфіка діалогічного мовлення ґрунтовно описана у працях психологів Л. Виготського, О. Леонтьєва, Б. Ломова та ін. Зокрема вони відзначають такі особливості діалогу:

- 1) у діалозі найбільш природно виявляється потреба людей у безпосередньому спілкуванні;
- 2) діалог є двостороннім комунікативним актом, для якого характерне не тільки продукування, а й розуміння мовлення з прогнозуванням його у процесі говоріння;
- 3) діалогу притаманні невизначеність комунікативного завдання, тенденція в мінімумі мовного матеріалу дати максимум інформації, можливість

повторення;

4) для діалогу характерний відносно швидкий темп перебігу мовлення, що обмежує можливості для тривалого обмірковування й вибору засобів вираження [1, 2].

Крім того, на сьогодні надзвичайної актуальності набуває опосередкований діалог фахівців, коли партнери, розділені простором або часом, ведуть ділову розмову, користуючись такими засобами, як телефон, факс, комп'ютер, листування, символи, аудіо- або відеозаписи, ЗМІ та ін. Прикладом опосередкованого виду діалогу може бути участь у дискусійних форумах, ділове листування за допомогою електронної пошти, участь у теле- та відеоконференціях, списки розсилки та ін. [5].

Специфічні особливості мовної діяльності у мережі Інтернет мають бути враховані при формуванні культури професійного діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності.

Дослідники (Н. Волкова, О. Кущенко, В. Фатунова та ін.) акцентували увагу на можливості реалізації професійного діалогу в електронному середовищі [1, 5].

Здійснення будь-якого діалогу потребує володіння культурою взаємообміну інформацією (культурою діалогу), взаємодії між людьми.

У перекладі з латини «культура» означає – вирощування, виховання, освіти, розвиток і свідчить про певний історичний рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини.

Аналіз психологічної, філософської, культурологічної, педагогічної та історичної літератури з проблеми визначення поняття «культура» засвідчує, що цей феномен включає різні аспекти залежно від підходу до його вивчення: специфічний спосіб організації і розвитку людської життєдіяльності (А. Арнольдов); духовний вимір (М. Александрова); система регулятивів людської діяльності (В. Давидович, Ю. Жданов); результат людської діяльності (В. Межуєв); сукупність практичних, матеріальних і духовних надбань суспільства (С. Гончаренко); специфічно людський спосіб буття (В. Гриньова, В.

Давидович); сукупність матеріальних і нематеріальних цінностей (Т. Колбіна); форма спілкування між людьми (Ю. Лотман).

Поділяючи погляди В. Гриньової, ми розглядаємо культуру як специфічно людський спосіб буття, механізм, що регламентує і регулює поведінку та діяльність людини [3].

Зважаючи на те, що культура є «ступенем довершеності в оволодінні якоюсь галуззю знань або діяльністю», переконані, що культуру професійного діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності не можна розглядати відокремлено від їх загальної культури та професійної майстерності, тому що від її розвиненості і відповідності вимогам сучасності залежить комфортність професійної діяльності працівників сфери торгівлі.

Комунікативна підготовка має стати невід'ємним компонентом професійної підготовки майбутнього фахівця з товарознавства та комерційної діяльності, адже високий рівень культури професійного діалогу значною мірою впливає на якість фахової діяльності, розширює можливості підвищення її ефективності.

Основаючись на поглядах науковців, у дослідженні визначаємо культуру діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності як складову загальної і професійної культури, що відображає ступінь оволодіння системою поглядів та дій, які базуються на знаннях сутності, норм, цінностей діалогу та прийнятих у суспільстві зразків безпосередньої та опосередкованої діалогічної взаємодії відповідно до власних ціннісних установок і орієнтацій особистості фахівця у товарознавчій та комерційній діяльності. Формування її здійснюється у процесі навчання («культура створюється, але культурі й навчаються»).

Висновки

Проведений аналіз показав, що в умовах сьогодення спостерігається тенденція невпинного пошуку нових концептуальних підходів до організації навчального процесу у ВНЗ, оновлення змісту й технологій навчання, що забезпечують ефективне формування різних складових культури професійного

діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності. Проте необхідно відзначити, що у поглядах науковців не простежується одностайний підхід щодо досліджуваного об'єкта. Зокрема на сьогодні відсутні наукові праці, які б комплексно розкривали сутність культури професійного діалогу майбутніх фахівців з товарознавства та комерційної діяльності, її структуру та показники, що й зумовило актуальність подальшого дослідження.

Література:

1. Волкова Н.П. *Теоретичні та методичні засади підготовки майбутніх учителів до професійно-педагогічної комунікації: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Н.П. Волкова / Луганський нац. пед. ун-т. – Луганськ, – 2006. – 432 с.*
2. Выготский Л.С. *Педагогическая психология: краткий курс / Л.С. Выготский. – М., 1926. – 155 с.*
3. Гриньова В.М. *Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (теоретичний та методичний аспекти) / В.М. Гриньова. – Харків: Основа, 1998. – 300 с.*
4. Измайлова М.А. *Психология и этика торговли: для студентов учреждений доп. проф. образования / М.А. Измайлова. – М.: Академия, 2009. – 176 с.*
5. Кущенко О.С. *Формування культури Інтернет-комунікації майбутніх учителів засобами інформаційно-комунікаційних технологій: дис. ... канд. пед. наук / О.С. Кущенко. – Дніпропетровськ, 2008. – 256 с.*

References:

1. Volkova N.P. *Teoretychni ta metodychni zasady pidhotovky maybutnikh uchyteliv do profesiyno-pedahohichnoyi komunikatsiyi: dys. ... d-ra ped. nauk: 13.00.04 / N.P. Volkova / Luhans'kyu nats. ped. un-t. – Luhans'k, – 2006. – 432 s.*
2. Vygotskij L.S. *Pedagogicheskaya psikhologiya: kratkij kurs / L.S. Vygotskij. – M., 1926. – 155 s.*

3. *Hryn'ova V.M. Formuvannya pedahohichnoyi kul'tury maybutn'oho vchytelya (teoretychnyy ta metodychnyy aspekty) / V.M. Hryn'ova. – Kharkiv: Osnova, 1998. – 300 s.*
4. *Izmajlova M.A. Psikhologiya i ehtika trgovli: dlya studentov uchrezhdenij dop. prof. obrazovaniya / M.A. Izmajlova. – M.: Akademiya, 2009. – 176 s.*
5. *Kushchenko O.S. Formuvannya kul'tury Internet-komunikatsiyi maybutnikh uchyteliv zasobamy informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy: dys. ... kand. ped. nauk / O.S. Kushchenko. – Dnipropetrovs'k, 2008. – 256 s.*