

Бочарова В.С., Демененко И.А.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород*

СУЩНОСТНЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА

В настоящее время передовые организации придают большое значение коммуникативной компетенции персонала, так как эта компетенция оказывает сильнейшее влияние на успех его деятельности. Становится очевидным необходимость непрерывного развития коммуникативной компетентности сотрудников для сохранения организацией своей конкурентоспособности. Формирование коммуникативной компетентности персонала отражает потребность общества в развитии социальной коммуникации производственных и непроизводственных организаций.

Современная социально-психологическая ситуация требует повышенной собранности от человека в профессиональной обстановке, где он вступает в отношения с другими людьми, выработки правильных приемов общения, позволяющих достичь непосредственного результата и при этом минимизировать отрицательные последствия, которые могут быть связаны с непониманием другого, с неумением четко изложить свою позицию, аргументировать её¹.

В трудовых коллективах нередко выявляется неудовлетворенность состоянием взаимоотношений всех категорий сотрудников, а в ряде случаев и неспособность молодых руководителей эффективно выполнять свои обязанности и кардинально влиять на социально-психологический климат в своем коллективе и на взаимоотношения подчиненных в ходе совместной деятельности. Одной из причин этого является низкая социально-психологическая компетентность молодых руководителей в деловых коммуникациях. Коммуникативная компетентность, в настоящее время, является одной из главных составляющих высокого профессионального уровня специалиста практически в любой области человеческой деятельности².

¹Кормишина Г.М Организаторские и коммуникативные способности современного руководителя // Вестник ЧГАКИ. 2016. №1 (29). С. 15-17.

²Демененко И.А. Применение клиентоориентированного подхода в процессе выполнения социально-институциональных функций в системе высшего образования // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. № 2 (18). С. 131-136.

Определяя понятие «коммуникативная компетентность», выявляется две основы: «компетентность» и «коммуникация». В современном словаре иностранных слов это определение звучит так – «обладание компетенцией, обладание знаниями, позволяющими думать о чем-либо. С латинского языка переводится как – соответствующий, способный и обладает компетенцией, правом, знающий в данной области. Можно найти определение и в словаре по этикету, где говорится, что «компетентность – свойство по значению прилагательного компетентный, при этом, компетентный – обладает знаниями в конкретной ситуации или проблеме, т.е., знающий; обладающий компетенцией, правомочный»³.

Похожее определение представлено в толковом словаре. Поэтому, сущность компетентности имеет две стороны:

1. Знание и умения.
2. Право личности к деятельности.

Существует два варианта изучения данной проблемы:

1) компетентность – профессиональное качество (Л.А. Анцыферова, И.И. Барахович, Д. Равен и др.) – это личностная мотивация;

2) представление и ожидание, связанные с занимаемой позицией личности в обществе⁴.

Следовательно, структура компетентности – это сумма профессиональных свойств, а коммуникативная компетентность – это как «уровень представления в индивидуальном сознании иерархической структуры проблемных ситуаций деятельности и владение методами их решения» и как «интегральное новообразование психики, развивающееся в процессе профессионализации субъекта деятельности».

Группа ученых (Н.В. Яковлева, Е.А. Климов, В.М. Алхведов, М.И. Дьяченко, Е.А. Климов, В.Д. Шадриков) придерживаются к первому определению и понимают компетентность как психологическое явление, не исключая, что это профессионализм.

Приверженцы второго определения (Э.Г. Гельфман, Ю.Н. Емельянов, М.А. Холодная), считают, что компетентность – «уровень сформированности социального опыта субъекта», «владение научно-обоснованными психологическими приемами эффективной

³ Алифанова Е.М. Формирование коммуникативной компетентности. Волгоград, 2015. 302 с.

⁴ Березнико А.А. Специфика обратной связи в групповой работе с персоналом // Журнал практического психолога. № 8. 2015. С.62 .

работы с людьми, готовыми к общению с субъектами»⁵. Отличить человека, который обладает знаниями компетентности от другого можно, если у него наблюдается: разнообразие, четкая и взаимосвязанная речь, (взаимозаменяемость некоторых элементов знания); быстрота актуализации; способность его применения в различных ситуациях; знание ключевых элементов коммуникации; твердый характер; владение не только теорией, но и применение знаний на практике; наличие информации о собственном знании.

Определение понятия «коммуникативная компетентность» Ю.Н. Емельянова предлагает рассматривать, с одной стороны, как приспособление по ситуации и свободное владение вербальными и невербальными средствами социального поведения, а с другой – как «такой уровень обученности взаимодействию с окружающими, который требуется индивиду, чтобы в рамках своих способностей и социального статуса успешно функционировать в данном обществе...». Отсюда коммуникативную компетентность нельзя считать итоговой характеристикой человека или понимать ее как замкнутое межличностное познание отдельного индивида⁶.

Стоит понимать, что коммуникативная компетентность подвержена влиянию как положительных, так и отрицательных факторов, которые непосредственно оказывают воздействие на развитие личности.

Учет таких факторов позволяет избежать негативные последствия не только для конкретного работника, но и целого трудового коллектива организации.

Рассмотрим определенные компоненты, которые включает в себя коммуникативная компетентность персонала и обозначим их сущность.

1. Мотивационный компонент – совокупность устойчивых мотивов трудового поведения, целей, ценностей, регулирующих профессиональную деятельность, которая обеспечивает самореализацию работника. Данный компонент включает в себя мотивы, потребность в овладении профессией, интерес и установка на получение определенной специальности, психоэмоциональный настрой к получению профессии или овладению профессиональными знаниями, умениями и навыками.

⁵ Кошарная Г.Б. Афанасьева Ю.Л. Ценностные ориентации современной российской молодежи. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2007. № 4. С. 3-8.

⁶ Шавырина И.В., Демененко И.А. Ценностно-мотивационные ориентиры студенческой молодежи // Вестник Института социологии. 2017. Т.8. №2 (21). С. 128-139.

2. Ценностно-смысловой компонент – дает знания ценности, которые активизируются в общении. Человек получает навыки, наблюдая за поведением близких людей, подражает их примеру, что происходит неосознанно. Человек, не задумывается о самой форме этого процесса и может познавать его на протяжении всей жизни. Это позволяет лучше понять особенности собственного стиля общения, усовершенствовать его, разнообразить коммуникативные возможности. Личностные ценности, проявляясь в базовых отношениях к себе и другим людям, регулируют общение и придает ему определенный смысл.

3. Эмоционально-волевой компонент коммуникативной компетентности обусловлен создавать и поддерживать позитивный контакт с собеседником, самостоятельной регуляцией, уметь реагировать на изменение состояния партнера и предвосхищать его. Эмоциональный компонент создает ощущение психологически благоприятного или неблагоприятного, комфортного или дискомфортного общения.

4. Поведенческий компонент образуют особенности человека, который вступает в общение, которые натуральным образом влияют на содержание, процесс и сущность коммуникации. Аутизм, застенчивость, беззастенчивость, отчужденность, эгоистичность, заносчивость, тревожность, ригидность, агрессивность, конфликтность, авторитарность, неблагоприятным образом сказываются на общении. Коммуникативная компетентность должна иметь базу, а именно уверенность в себе, оптимизме, доброжелательности и уважении к людям, справедливости, альтруизме, честности, стрессоустойчивости, эмоциональной стабильности, уравновешенности. Данный компонент состоит из коммуникативных умений, способов деятельности и опыта, который является образованием, интегрирующим в себя на уровне поведения и деятельности все проявления коммуникативной компетентности. Коммуникативные умения как элементы создают коммуникативное поведение.

Объединив все научные разработки по проблеме коммуникативной компетентности, которые выше рассматривались, можно сделать вывод, что коммуникативной компетентность – это система психологических знаний о себе и о других, умений, навыков в общении, планов поведения в социальных ситуациях, позволяющая строить эффективное общение в соответствии с целями и условиями профессионального и межличностного взаимодействия.

Таким образом, коммуникативная компетентность – система внутренних ресурсов, необходимых для построения

коммуникативного воздействия в определенном круге ситуаций межличностных контактов .

Работники должны владеть не только языковыми формами, но у них должно быть сформировано представление о том, как их использовать в реальной коммуникации. Он различает коммуникативные функции по их принадлежности к той или иной социальной ситуации⁷.

Показателями сформированной коммуникативной компетентности является использование речевых и невербальных средств (мимики и жестов). Также четко прослеживается направленность на парное или групповое взаимодействие работников .

Формирование коммуникативных умений способствует повышению мотивации работников, содействует установлению межпредметных связей. Это способствует развитию познавательной активности, воображения, самодисциплины, навыков совместной деятельности и многому другому.

Литература:

1. Кормишина Г.М. Организаторские и коммуникативные способности современного руководителя // Вестник ЧГАКИ. 2016. №1 (29). С. 15-17.
2. Демененко И.А. Применение клиентоориентированного подхода в процессе выполнения социально-институциональных функций в системе высшего образования // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. № 2 (18). С. 131-136.
3. Алифанова Е.М. Формирование коммуникативной компетентности. Волгоград, 2015. 302 с.
4. Березнико А.А. Специфика обратной связи в групповой работе с персоналом // Журнал практического психолога. № 8. 2015. С.62.
5. Кошарная Г.Б. Афанасьева Ю.Л. Ценностные ориентации современной российской молодежи. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2007. № 4. С. 3-8.
6. Шавырина И.В., Демененко И.А. Ценностно-мотивационные ориентиры студенческой молодежи // Вестник Института социологии. 2017. Т.8. №2 (21). С. 128-139.
7. Гулей И.А. Организационная культура как маркетинговый актив конкурентоспособности вуза // Вестник Белгородского

⁷Гулей И.А. Организационная культура как маркетинговый актив конкурентоспособности вуза // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2018. № 4. С. 197.

государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2018. № 4. С. 19

Бредихина Е.Ю., Бережная А.В.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород

РИСКИ КАК ОБЪЕКТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ: АНАЛИЗ И ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ

В условиях рыночной экономики прослеживается опасность возникновения кризисных явлений в деятельности предприятия, в дальнейшем приводящих к его банкротству. Управление системами на предприятии в состоянии неравновесия и дисбаланса требует от руководителей освоения практических навыков предвидения, прогнозирования и распознавания кризисов, устранения отрицательных последствий возникающих негативных факторов [1].

Риск предпринимательской деятельности присутствует на всех фазах становления и развития предприятия, именно поэтому вопросы, связанные с предупреждением и страхованием рискогенной природы бизнеса актуальны на сегодняшний момент. Минимизировать финансовые потери и банкротство предприятия возможно при своевременном обнаружении области повышенного риска, оценке его уровня, уменьшении или возмещении ущерба. По этой причине риск-менеджмент может быть органично внедрен в качестве функциональной составляющей, в общую концепцию антикризисного управления на предприятии.

Риск — это угроза потери части ресурсов, отсутствия доходов или угроза появления дополнительных расходов [2].

Ключевой задачей управленцев в бизнес структурах становится сведение рисковых компонентов к минимуму. В нижеприведённой таблице проиллюстрирована природа рисковой конъюнктуры, складывающаяся из внешних и внутренних факторов.

Таблица 1.

Классификация внешних и внутренних факторов рисковой природы деятельности предприятия [3]

Внешние факторы	Внутренние факторы
Экономический кризис	Предприниматель (его знания; профессиональные и личностные характеристики как собственника фирмы)