

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ СКЛАДНИК ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Питання формування професійної компетентності розглядали на різних рівнях і під різними кутами зору різні науковці: С. Александрова, М. Кухта, І. Писаревський, В. Федорченко, І. Чейпеш та ін. Беззаперечним є той факт, що сучасному фахівцеві будь-якого рівня для того, щоб бути конкурентоздатним на ринку праці, вже недостатньо мати тільки вузькопрофесійне знання. Роль комунікативної компетентності у професійній діяльності працівника зростає, зокрема вона особливо актуальна у сфері туризму. Модель туристської освіти передбачає, по-перше, здобуття конкретних спеціалізованих знань з особливостей туристичної діяльності щодо формування, просування та реалізації туристичного продукту; по-друге, знань з історії, географії, культури, іноземних мов; по-третє, здобуття знань про психологію людини і набуття навичок міжособистісних стосунків. Четвертим складником, що репрезентує окрему ланку туристської освіти і ніби пронизує всі вище названі, є вивчення основ комунікативної діяльності. Без цього складника всі інші вміння і навички у сфері сервісу лишаються безрезультатними. Всі основні види професійної діяльності менеджера з туризму здійснюються, зрештою, через організацію спілкування з клієнтами та іншими учасниками цього процесу. У середньому тільки 9 % клієнтів змінюють агентство через ціни, 14 % – через якість надаваних турпродуктів і 67 % клієнтів причиною зміни фірми називають манеру поведінки співробітників.

Найважливішими елементами комунікативної компетентності лінгвісти вважають: мовний (будувати комунікаційну мережу для обміну інформацією та зворотного зв'язку, вести кореспонденцію, документально оформляти управлінське рішення, вміти спілкуватися рідною та іноземною мовою); дискурсивний (володіти термінологією свого фаху, поповнювати лексику власної мови); соціолінгвістичний (дотримуватися загальноприйнятих норм поведінки та моралі в міжособистісних відносинах, адаптуватися до нових ситуацій); ілокутивний (вміти втілювати у повідомленні конкретні комунікативні інтенції, мету адресанта, знати комунікативні технології телефонних розмов, ділових бесід, листування); стратегічний (добирати ефективні стратегії і тактики спілкування); соціокультурний (розуміти

традиції та звичаї інших культур, уміти виявляти толерантне ставлення, виконувати конституційні обов'язки, дотримуватися норм законодавства).

Серед технік, що забезпечують сприятливий психологічний клімат, найефективнішими є такі. 1. Скорочення фізичної та соціальної дистанції: привітати співрозмовника усмішкою, доброзичливим поглядом, міцним рукоштовпанням, підвестись йому назустріч, звертатися до нього на ім'я. 2. Демонстрування бажання зрозуміти позицію співрозмовника: викласти свої пропозиції з позиції його інтересів, розкрити їхню користь саме для нього. 3. Емоційна підтримка розмови: активне й уважне слухання, легкі кивки головою, ведення бесіди з тією ж швидкістю, доречні компліменти, керування власними емоціями, толерантність у висловленнях, уміння запобігати конфліктам та ефективно урегульовувати їх у разі виникнення. Недотримання та порушення фахівцем із туристичного обслуговування норм комунікативної діяльності може стати причиною непорозуміння, викликати заперечну реакцію у співрозмовника, негативно позначитися на його подальшій кар'єрі і, зрештою, на економічній ефективності підприємства. Комунікативна компетентність працівника стає результативною, коли клієнт має бажання працювати саме з цим, а не іншим фахівцем.

Отже, комунікативна компетентність є засобом самореалізації та координації у професійній діяльності, рівень її сформованості допоможе реалізувати себе як висококваліфікованого та конкурентоспроможного спеціаліста на ринку праці.