

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет права, публічного управління
та національної безпеки
Кафедра психології

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Паламарчук Тетяна Миколаївна

УДК 159.9:327

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ В
МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

053 «Психологія»

Подається на здобуття освітнього ступеня _____ магістр
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Т. М. ПАЛАМАРЧУК

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи
МОСІЄНКО Оксана Вікторівна
кандидат економічних наук

Житомир – 2024

Висновок кафедри психології за результатами попереднього захисту:

Паламарчук Тетяну Миколаївну допущено до захисту.

Протокол засідання кафедри психології № _____ від «_____» _____ 2024 р.

Завідувач кафедри психології

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Алла ЛИТВИНЧУК
(власне ім'я та прізвище)

«_____» _____ 2024 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Паламарчук Тетяна Миколаївна захистила
(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(власне ім'я та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Паламарчук Т. М. Психологічні особливості комунікативного процесу в міжнародній економічній діяльності. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня “Магістр” за спеціальністю 053 «Психологія». – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

Дана кваліфікаційна робота присвячена дослідженню психологічних особливостей комунікативного процесу в міжнародній економічній діяльності. Основна увага приділяється аналізу сучасних підходів до ділових комунікацій, методології психології ділових комунікацій в міжнародній сфері. У роботі проведено емпіричне дослідження психологічних чинників та складових комунікативного процесу з урахуванням особливостей міжнародної діяльності. Отримані результати дослідження щодо впливу психологічних аспектів ділового спілкування на ефективність міжнародних комунікацій можуть бути використані у практичній діяльності вітчизняних компаній-суб’єктів міжнародного бізнесу.

Ключові слова: ділові комунікації, міжнародні комунікації, міжнародна діяльність, психологія комунікацій, переговорний процес, спілкування, ефективність.

SUMMARY

Palamarchuk T. Psychological features of the communication process in international economic activity.

Qualification work for the educational degree “Master” specializing in 053 “Psychology.” - Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

This qualification work is devoted to the study of psychological features of the communication process in international economic activity. The main focus is on the analysis of modern approaches to business communication, the methodology of psychology of business communications in the international domain. The paper presents an empirical study of psychological factors and components of the communication process, taking into account the features of international activity. The study findings on the influence of psychological aspects of business communication on the effectiveness of international communications can be used in the practical activities of domestic companies engaged in international business.

Keywords: business communication, international communication, international activity, psychology of communication, negotiation process, communication, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЛОГІЇ КОМУНІКАЦІЙ...	7
1.1. Ділові комунікації та спілкування як предмет психологічного дослідження.....	7
1.2. Ділове спілкування у міжнародній співпраці.....	18
Висновки по розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	26
2.1. Методи та організація емпіричного дослідження психології спілкування в контексті ефективних міжнародних комунікацій.....	26
2.2. Психологічний аналіз умов ефективних економічних міжнародних комунікацій.....	34
Висновки по розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН.....	50
3.1. Особливості побудови ділової бесіди і проведення міжнародних переговорів.....	50
3.2. Психологічні особливості міжнародних комунікацій: національно-культурний аспект.....	58
Висновки по розділу 3.....	64
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Однією з найважливіших і основних основ розвитку соціальних відносин в ринковій сфері є ділові комунікації. Ринок постійно розширюється з розвитком виробництва і технологій, та формує дифузійні бізнес процеси по всьому світу. Саме ділові комунікації та ділове спілкування забезпечують ефективне міжнародне співробітництво у різних сферах економіки. Беручи до уваги різні стилі спілкування людей, їхню здатність інтерпретувати те, що вони чують, і той факт, що ми живемо в часи, коли спілкування переважно відбувається онлайн, досить складним завданням є налагодити ефективні ділові комунікації в міжнародній сфері. Необхідною умовою міжнародного співробітництва, окрім знання мови та спільних ділових інтересів, є психологічні аспекти налагодження комунікацій, що і обумовило актуальність теми дослідження.

Мета дослідження: теоретико-експериментальне обґрунтування ролі психології в формуванні ефективної ділової міжнародної комунікації.

Відповідно до мети та предмета визначено **завдання дослідження:**

1. Здійснити теоретичний аналіз проблеми психології ефективних економічних комунікацій у міжнародній сфері: її ролі, структури, механізмів, чинників впливу для забезпечення міжнародного співробітництва.

2. Провести емпіричне дослідження чинників та складових ділових комунікацій у міжнародній сфері.

3. Розробити структурно-динамічну модель впливу психологічних аспектів ділового спілкування на ефективність міжнародних комунікацій.

Об'єкт дослідження – розвиток психологічних аспектів ділових економічних комунікацій у міжнародному співробітництві.

Предмет дослідження – психологічні особливості ділових комунікацій у міжнародній сфері.

Гіпотеза дослідження. Системотворним чинником та умовою ефективного співробітництва у міжнародній діяльності є психологія ділових комунікацій, де спілкування є основним елементом, що забезпечує ефективність міжнародної співпраці у сфері економіки.

Методи дослідження. Для виконання завдань дослідження було використано комплекс методів, серед яких: теоретичні (аналіз та узагальнення наукових праць); емпіричні (бесіда-інтерв'ю, анкетування); психодіагностичні методики: аналіз продуктів діяльності (тестування, аналіз успішних міжнародних контрактів, угод) та експертна оцінка міжнародних менеджерів – дослідження компоненту психології ділового спілкування у переговорах та ділових комунікаціях.

Публікації. Теоретичні та емпіричні результати проведеного дослідження опубліковано у 3-х публікаціях.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 55 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 68 сторінок змістовного тексту, робота містить 2 таблиці та 15 рисунків (в т. ч. діаграми).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЛОГІЇ КОМУНІКАЦІЙ

1.1. Ділові комунікації та спілкування як предмет психологічного дослідження

Ділові міжнародні комунікації відіграють ключову роль у сучасному бізнесі, оскільки вони забезпечують ефективну взаємодію між діловими особистостями, групами, компаніями, урядами та організаціями різних країн. Такі комунікації дозволяють налагоджувати партнерські стосунки, досягати узгодженості в цілях, ефективно вирішувати конфлікти та адаптувати бізнес до умов глобального ринку. Міжнародні комунікації є важливим фактором для зростання бізнесу, інновацій і конкурентоспроможності.

Основна роль психології в ділових міжнародних комунікаціях розкривається в наступних процесах міжнародного співробітництва:

Психологія партнерських стосунків та побудова довіри у співробітництві. У міжнародному бізнесі будівництво довірчих відносин з партнерами є критично важливим, оскільки від цього залежить стабільність співпраці. Психологія ділових комунікацій сприяє встановленню особистих та професійних зв'язків, що полегшує взаємодію між сторонами з різних культур. Довіра також є важливою для ефективного обміну інформацією і зниження ризиків у бізнес-процесах.

Адаптація до психологічних та культурних особливостей. Кожна культура має свої унікальні психологічні підходи до ведення бізнесу, стилю переговорів і навіть управління проектами. Психологія ділових міжнародних комунікацій дозволяє краще розуміти культурні особливості партнерів, уникати конфліктів, непорозумінь і покращувати взаємодію. Це включає розуміння невербальної комунікації, етикету, стилю прийняття рішень і ставлення до часу.

Психологія ведення переговорів. Переговори у міжнародному бізнесі зазвичай є більш складними, оскільки вони часто включають мовні бар'єри, різні

стилі спілкування та культурні відмінності. Ділові комунікації дозволяють досягти взаєморозуміння, відстоювати свої інтереси та знаходити компроміси, які задовольняють усі сторони. Ефективні переговори сприяють укладенню вигідних угод та довгостроковій співпраці.

Психологічна координація глобальних команд. Багато сучасних компаній працюють у міжнародних командах, які можуть бути розподілені по всьому світу. Ділові комунікації відіграють важливу роль у координації спільних проєктів, встановленні єдиних стандартів та уникненні непорозумінь. Ефективні комунікації засновані на психологічній сумісності та інших психологічних принципах, дозволяють усім членам команди працювати злагоджено, незважаючи на часові та культурні відмінності.

Психологія управління конфліктами. У міжнародному бізнесі неминуче виникають конфлікти через різні культурні особливості, очікування або підходи до ведення бізнесу. Завдяки діловим комунікаціям можна знайти спільне рішення, обговорити та врегулювати суперечливі питання в конструктивний спосіб.

Основними аспектами психології комунікацій є: сприйняття та інтерпретація інформації, невербальна комунікація, емоційний вплив та психологічні бар'єри в спілкуванні, соціальні та культурні фактори [15]. Те, як людина сприймає інформацію, залежить від її особистого досвіду, знань, культурних переконань і навіть настрою. Один і той самий сигнал або повідомлення може інтерпретуватися різними людьми по-різному, що впливає на ефективність комунікації. У психології комунікацій досліджується, як формується сприйняття інформації, та які бар'єри можуть виникати на цьому етапі. Велика частина інформації у спілкуванні передається невербально (міміка, жести, інтонація, контакт очей). Невербальні сигнали впливають на загальне враження та сприйняття інформації співрозмовником [26]. Наприклад, відкриті жести та позитивний контакт очей можуть створювати атмосферу довіри, тоді як

закрита поза або ухилення від погляду можуть викликати недовіру або навіть агресію. У міжнародних комунікаціях невербальні сигнали, такі як жести, міміка, інтонація і навіть дистанція між співрозмовниками, мають велике значення. Наприклад, у багатьох азійських культурах контакт очей може бути більш обмеженим, що може здатися співрозмовникам із Західної Європи чи США ознакою нещирості або невпевненості. Знання психологічних аспектів невербальної комунікації допомагає уникнути хибних інтерпретацій і поважати індивідуальні межі.

Емоції відіграють важливу роль у сприйнятті та передачі повідомлень. У психології комунікацій аналізуються емоційні стани, які можуть посилювати чи послаблювати ефект комунікації [14]. Наприклад, коли людина перебуває в стані стресу або тривоги, вона може інакше реагувати на звичні повідомлення або неправильно інтерпретувати наміри співрозмовника. Також, соціальний контекст і культура мають суттєвий вплив на те, як люди комунікують. Наприклад, в одних культурах (як-от у США) спілкування є більш прямим, тоді як в інших (наприклад, у Японії) комунікація може бути більш непрямомою і обережною. Знання культурних особливостей важливе для уникнення непорозумінь і побудови ефективного діалогу.

Психологічні бар'єри, як-от упередження, стереотипи, страхи, можуть заважати продуктивному спілкуванню. Наприклад, людина з низькою самооцінкою може уникати відкритого спілкування або сприймати навіть нейтральні коментарі як критику. Аналіз цих бар'єрів допомагає зрозуміти, чому спілкування іноді стає неефективним або конфліктним.

Основними психологічними аспектами в міжнародних комунікаціях є культурні відмінності. Психологія досліджує, як культура впливає на спосіб мислення та сприйняття інформації [5]. Наприклад, у деяких культурах (переважно західних) цінується індивідуалізм, що підштовхує до виразності та прямої в комунікації. В інших культурах (наприклад, східноазійських)

колективізм є домінуючою цінністю, що сприяє уникненню конфліктів і непрямій комунікації. Ці відмінності можуть впливати на те, як люди з різних культур сприймають один одного та реагують на слова і жести.

Важливим психологічним фактором формування ефективних міжнародних комунікацій є емпатія, або здатність зрозуміти емоційний стан співрозмовника, адже культурні та соціальні відмінності можуть створювати бар'єри. Знання психології емоцій дозволяє зрозуміти не лише те, що говорить людина, але й чому вона це робить, що допомагає створити атмосферу довіри і взаєморозуміння [5]. Саме психологія допомагає виявити і подолати культурні упередження та стереотипи, які можуть перешкоджати міжнародній співпраці. Стереотипи часто викликають недовіру і спонукають до неправильних суджень про поведінку іншої сторони. Наприклад, якщо є упередження, що певна національна група не схильна до серйозного обговорення, це може ускладнити конструктивний діалог. Розуміння та подолання упереджень дозволяє побудувати більш об'єктивне сприйняття.

Психологія також відіграє роль у розумінні того, як люди з різних культур ставляться до конфліктів [14]. В одних культурах конфлікт сприймається як нормальна частина дискусії і може відкрито вирішуватися (США, Ізраїль), тоді як в інших (Японія, Таїланд) конфлікт може вирішуватися непрямом, через компроміс. Важливо розуміти ці відмінності, щоб уникати тиску на співрозмовників і забезпечити комфортні умови для обговорення.

Дипломати, які знають особливості культур і психологічні нюанси, можуть уникати непорозумінь і конфліктів, враховуючи звичаї, цінності та психологічні особливості іншої сторони [29]. Наприклад, обговорення у певному форматі (як-от неформальна вечерея) можуть сприяти кращому порозумінню. Так, у японській культурі, де важливою є стриманість, представники можуть уникати прямої відмови. Діловим партнерам корисно знати ці особливості, щоб сприймати непрямі натяки як форму відмови і уникати тиску на співрозмовників.

Основою ефективної комунікації в діловому міжнародному середовищі є ділове спілкування. Ділове спілкування – це міжособистісне спілкування партнерів у діловій сфері (бізнесі) [17]. Психологія ділового спілкування в поєднанні зі знаннями та навичками у сфері економіки, фінансів та ін., отриманими в рамках багатьох інших спеціальностей, дозволяє успішно здійснювати професійну діяльність і у міжнародній сфері, адже сучасний розвиток ринку виходить далеко за межі однієї країни. Знання з області психології спілкування дозволяють не лише налагодити ефективну ділову міжнародну комунікацію, а й професійно займатися міжнародною соціально-економічною медіацією та вести власний бізнес за межами країни.

Психологія спілкування досліджує механізми, особливості та закони взаємодії між людьми, допомагаючи глибше розуміти себе, оточуючих і будувати ефективні відносини. У економічній міжнародній сфері діяльності знання психології є необхідними, оскільки професійна діяльність фахівця передбачає постійну взаємодію з клієнтами, колегами та партнерами.

Суть поняття «спілкування» розкривається багатьма науковцями, які дають спілкуванню різноманітні тлумачення (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Сучасні наукові тлумачення дефініції «спілкування»

Автор	Суть (тлумачення) дефініції «спілкування»
М.С. Каган	Автор досліджує спілкування як вид людської діяльності, якому властиві певна структура і атрибути.
Л.П. Буєва	Автор припускає, що спілкування є безпосередньо спостерігаємою і переживаною реальністю та конкретизацією суспільних відносин, відзначає їх персоніфікацію, особову форму.
В.М. Соковкін	Автор розглядає людське спілкування різносторонньо, зокрема: як комунікацію, як відносини, як діяльність, як взаємовплив та взаєморозуміння.
А.Н. Леонтьєв	Автор аналізує спілкування як певну сторону діяльності, що присутнє в будь-якій діяльності в якості її елемента, при цьому діяльність є необхідною умовою спілкування.

продовження таблиці 1.1

Г.М. Андреева	Автор виділила у спілкуванні взаємопов'язані сторони: комунікативну інтерактивну і перцептивну
Б.Г. Ананьев	Автор виокремлює головну та особливу характеристику спілкування як виду діяльності, а саме: побудову відносин людини з іншими людьми.

Здійснюючи узагальнення наукових праць, слід виділити наступні підходи щодо розуміння сутності ділового спілкування, його значення та особливостей (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Теоретичні підходи щодо сутності поняття «ділове спілкування»

Джерело: побудовано на основі [6].

Процесний підхід містить розуміння ділового спілкування як процес встановлення чи налагодження контактів між людьми, бізнес-партнерами; системний підхід передбачає ділове спілкування з метою розробки або прийняття ділових рішень, які стосуються мікро- та макросистем; поведінковий підхід ґрунтується на сутності ділового спілкування з позицій розуміння поведінки особистості, особливостей характеру людини, специфіки підсвідомості тощо. Процес ділового спілкування з позицій психології слід розглядати як важливий елемент у системі міжнародних комунікацій [6].

Ділове спілкування відноситься до специфічної форми активності людей, що

включає прямі та опосередковані контакти між учасниками ділових відносин, забезпечує реакцію та відповідний вплив на інформацію, дію інших осіб, містить взаємне сприймання [7]. В процесі ділового спілкування значно легше встановлюється взаємодія між людьми, коли вони спілкуються "однією мовою" та спрямовують взаємні зусилля до продуктивного співробітництва.

Процес ділового спілкування здійснюється в таких його формах (рис. 1.2.).

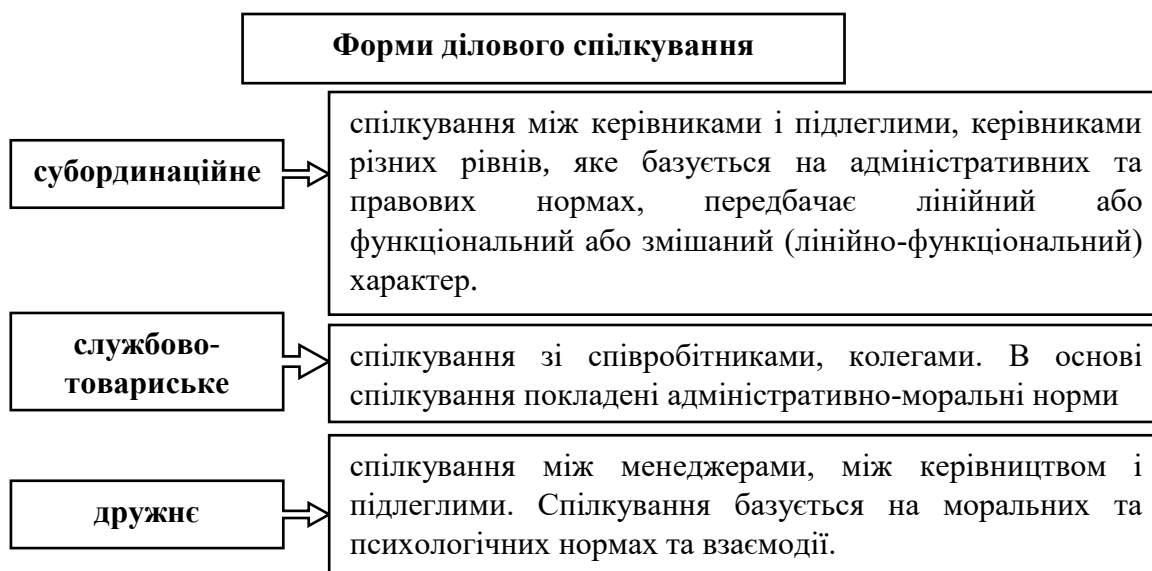


Рис.1.2. **Форми ділового спілкування**

Рівень управління, виробничі та суспільні умови, індивідуально-психологічні особливості та характер людей тощо визначають конкретну форму спілкування у діловій сфері [10]. У діловому спілкуванні в залежності від змісту, предмету спілкування розрізняють певні взаємозв'язані види: приятельське, товариське, професійне, робоче, формально-поверхове, випадкове [10]. Важливе значення у діловому спілкуванні є не лише його зміст, що визначає вид спілкування, а й відповідна поведінка сторін, культура, основою якої є уникнення приниження та образ партнера.

Результативність процесу управлінського спілкування в багатьох випадків буде залежати від комплексу дії етико-психологічних принципів, серед яких:

- умови для впровадження комунікативного потенціалу ділових співрозмовників, їхнього досвіду, комунікативних знань та здібностей;
- вміння дотримуватись «слова» та за певних обставин виконати взяті на себе зобов'язання;
- нести відповідальність за оголошену під час спілкування інформацію;
- ефективне використання часу ділового спілкування, а також викладання інформації у визначений часовий проміжок;
- здійснення заохочень чи покарань у діловому спілкуванні;
- дотримуватись принципам порядності, чесності у спілкуванні та у співпраці [18].

Види та типи ділового спілкування в значній мірі перебувають у безпосередній залежності від стилю управління. Стили управлінської діяльності та відповідні їм типи ділового спілкування представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Стили та типи ділового спілкування

Стиль управління	Тип спілкування	Характеристика
Авторитарний	Менторський інформативний	спілкування базується на одноосібному спілкуванні, що передбачає: накази, інструктаж, повчання, вказівки; спрямоване на передавання інформації
Демократичний	Натхненний конфронтаційний	спілкування є показником високої культури, ділової взаємодії; йому притаманна активна взаємодія всіх учасників, дотримання вимогливості та справедливості, вміння підтримувати розмову, слухати опонента; застосування широкого рольового діапазону; схиляння до дискусії та діалогу
Ліберальний	Ліберальний	спілкування визначається недостатністю вміння керівника у процесах ділової взаємодії з підлеглими здійснювати вплив на результат; керівник у такому спілкуванні «пливе за течією», в деяких випадках вдається до вмовляння

Процес спілкування в психологічному плані означає передачу чогось (повідомлення, сигналу, значення) від однієї людини іншій. Це відбувається завдяки знанню певного коду відправником і одержувачем повідомлення, який

має бути правильно зрозумілим. Таким кодом зазвичай є мова – вербальна комунікація. Окрім вербальної комунікації значну роль у спілкуванні відіграє мова тіла, тобто невербальна комунікація, а також уміння активно слухати.

Існують такі види спілкування [23]:

- міжособистісне – відбувається між двома людьми;
- внутрішньоособистісне – внутрішній монолог, розмова з самим собою;
- соціальне – групове, коли багато людей беруть участь у розмові.

Спілкування може бути пряме (так би мовити розмова «очі в очі») та непряме (з використанням доступних носіїв: телефон, комп'ютер, листи).

Спілкування дає можливість вибудувати міжособистісну комунікацію – співпрацю щодо обміну інформативними повідомленнями [19]. Ефективна комунікація формується під впливом вербального спілкування, основою якого є мова та невербального, так званої «мови тіла». При чому варто зазначити, що саме останнє найбільше впливає на ефективну комунікацію: пози, жести, постава на 55 %, голос (тон, висота, ритм) – на 38%, а вербальні сигнали (слова) – лише на 7 %. Це означає, що всі люди сприймають стимули, пов'язані з інформаційними повідомленням, усіма органами чуття. 80 % інформації про людей ми отримуємо не зі слів, а з поведінки та жестів. Особливо це відчувається коли співрозмовником є людина з іншої країни, коли присутній мовний бар'єр. Саме тому невербальне спілкування є важливим у міжнародній комунікації.

«Мова тіла» - постава і положення тіла, міміка і жести зрозумілі у будь якій країні і мають загальне значення у спілкуванні. Відкритість, що свідчить про позитивне ставлення до співрозмовника та зацікавленість, визначається у поставі коли пряма голова, розслаблені плечі, спокійний вираз обличчя, усмішка, підтримка зорового контакту. Закритість - вказує на небажання по відношенню до співрозмовника – це схилена голова, вираз смутку або гніву на обличчі, важко підтримувати зоровий контакт, згорблена фігура.

Важливим є підтримання зорового контакту зі співрозмовником, що

свідчить про зацікавленість і залученість у розмову та створює приємну атмосферу та дає відчуття безпеки. Відсутність зорового контакту може сигналізувати про небажання або збентеження при спілкуванні. Ефективним елементом невербального спілкування є посмішка. Посмішка свідчить про позитивне ставлення до співрозмовника; природна і справжня посмішка - це посмішка навколо очей і рота, люди швидко виявляють фальшиву посмішку.

При спілкуванні природні жести вітаються, вивчаються та швидко уловлюються одержувачами-співрозмовниками. Рукоштовування, вітання підняттям руки, налаштовують на позитивну комунікацію, а специфічні обійми - виражають «рівність». Важливим є і зовнішній вигляд, який має бути охайним, доглянутим. Особливу увагу в діловому спілкуванні відіграє стиль одягу. Протягом 7 секунд співрозмовник відчуває «ефект першого враження», коли бачить людину вперше. На основі того, що він бачить (і чує), формується думка про людину. Візуальне сприйняття має величезну силу впливу на ефективність спілкування.

Опосередковане спілкування має місце, коли певні елементи обміну інформацією між людьми обмежені: наприклад, слухові стимули (під час використання листів, електронної пошти, обміну миттєвими повідомленнями або читання текстових повідомлень), візуальні стимули (під час телефонної розмови), не-стимули вербальної комунікації (нездатність читати мову тіла, тембр голосу, вираз обличчя, настрій іншої людини). Цей тип комунікації певною мірою погіршує повідомлення, оскільки одержувач не має доступу до всього повідомлення, а отже, не декодує все повідомлення, яке обмежене носієм.

Одним з елементів психології спілкування є активне слухання, яке вимагає відданості та зосередженості на співрозмовнику. Це вміння контролювати увагу і перенаправляти її на співрозмовника. Є певні правила активного слухання - як слухати, щоб чути? [24]:

- виявляти інтерес до співрозмовника;

- зосередитися на розмові;
- задавати питання, це сигнал співробітникам, що їхня думка вам важлива;
- запитувати про аргументи, застереження;
- включити емпатію;
- підтримувати зоровий контакт;
- підтвердити або пояснити сказане, переконатися, що ви правильно розумієте слова співрозмовника (я правильно вас зрозумів...? хіба ні...?);
- давати співрозмовнику можливість запропонувати рішення;
- не перебивайте співрозмовника.

Одним з психологічних елементів ефективного ділового спілкування є така якість, як напористість. Напористість це не лише мистецтво говорити «ні», а й сміливість висловлювати свою думку, висловлювати критику, не ображаючи інших, зважаючи на власні потреби, вимоги, емоції; вміння просити і приймати відмову. Інструментом напористості є наполеглива відмова - чітке повідомлення, щоб перешкоджати постійному наполяганню. У наполегливій відмові не повинно бути ніяких образ, виправдань чи вибачень, лише можливість надати фактичні причини рішення. Співбесідник має реагувати коли інший співрозмовник переступає його межі: обговорює особисту тему, заборонену інформацію, ображає чи підвищує тон. Техніка наполегливої відмови від спілкування передбачає таку відповідь: «Я не розмовлятиму з тобою, доки ти не перестанеш кричати/доки не зміниш тон». При техніці напористості співбесідник має упевнено висловлюйте свої думки, але не демонструючи зверхності та не ображаючи інших. Для ефективного ділового спілкування рекомендується використовувати такі безпечні фрази [26]:

Я поважаю вашу точку зору...

На моє відчуття...

Моя думка з цього приводу така...

Я маю іншу думку...

Я з цим не згоден...

В ділових відносинах не слід сприймати відмову особисто, її потрібно сприймати як етап ділового спілкування. Співрозмовники у ділових комунікаціях повинні бути відкриті до різних варіантів відповіді партнера, у тому числі і у формі відмови. В діловому спілкуванні особливу роль грає самооцінка, адже вона є джерелом поведінки у партнерських відносинах. Якщо самооцінка правильна, тобто ні занадто висока, ні занадто низька, партнерам легше діяти наполегливо.

Отже, ділове спілкування є предметом психологічної науки, адже будь яке спілкування вибудовує комунікацію у соціумі, який наповнений людьми з певними особливостями темпераменту, характеру, цінностями і мотивами.

1.2. Ділове спілкування у міжнародній співпраці

Засади ділового спілкування склались у світовій практиці у процесі розвитку соціуму та економічних процесів, таких як поділ праці та розвиток виробництва. Кожна країна має свої ресурси та пріоритетні напрямки виробництва та економічного розвитку, які знаходяться в постійному розвитку і дифузії у світовому масштабі. Дифузія цих процесів виявляється у міжнародній торгівлі, обміні результатами науково-технічного прогресу, міграції робочої сили та культурному обміні. Основою взаємної ділової співпраці у світі є комунікація, адже соціум наповнює просторове середовище, а основним інструментом комунікаційних процесів у соціумі є спілкування. Ціллю ділового спілкування у міжнародному співробітництві є виявлення таких моральних норм та правил спілкування, що могли б забезпечити ефективну людську взаємодію в ділових процесах. Моральні правила і норми нагромаджуються, в певній мірі, у національних звичаях, писаних та неписаних національних традиціях, з іншої сторони, вони узагальнюються в універсальних етичних правилах й нормах,

моральних традиціях та законах (наприклад, правила ведення ділових перемовин). Для міжнародної співпраці характерним є і міжособистісне спілкування і спілкування всередині соціальної групи. Такі види спілкування служать підтримці хороших стосунків між резидентами країн і досягненню їх спільної мети в діловій сфері.

Аналіз теоретичних досліджень в галузі психології спілкування [5; 7; 30] показали відмінності у спілкуванні не лише між представниками різних націй і народностей, а й між жінками та чоловіками. Жінки володіють кращими вербальними навичками та більшою ініціативою в афілійованих розмовах, тобто тих, що стосуються почуттів, стосунків і вияву підтримки, а також більш балакучі, коли вони спілкуються зі знайомими людьми. Чоловіки, однак, переважають над жінками в наполегливій мові, тобто зосередженій на завданнях, висловленні власної думки та наданні порад чи інформації, а також вони більше говорять у контактах з незнайомцями. Їхні заяви, як правило, довші, тоді як заяви жінок коротші, але більш численні. Існує явна розбіжність у тому, як жінки та чоловіки довіряються: жінки роблять це частіше, а також беруть участь у більш невербальній комунікації, наприклад, посміхаються під час розмови, доторкаються до партнера, підтримують зоровий контакт, кивають. У випадку дітей дівчата, як правило, більш балакучі, але ця різниця зменшується, коли вони наближаються до дорослого віку, щоб розділитися на стилі спілкування, обговорені вище, які є результатом тенденції жінок підтримувати добрі стосунки з іншими, а чоловіків – підтримувати вийшли завдання.

Основою ділового спілкування у міжнародному співробітництві є міжкультурна комунікація, яка являє собою спілкування між представниками різних культур [10]. Мова та культура існують в нерозривному взаємозв'язку, тому крім мовних особливостей, таких як знання мови, перекладацька діяльність, необхідним при спілкуванні є врахування й інших культурних аспектів, серед яких: способи передачі інформації, емоції, міміка, жести, національні традиції та

звичаї, вірування тощо.

До головних особливостей ділового спілкування, в т.ч. у сфері зовнішньоекономічних відносин слід віднести:

- існування офіційного статусу певного об'єкту;
- дотримання загальновизнаним та загальноприйнятим правилам;
- передбачуваний характер міжнародних ділових контактів, що попередньо обговорюються та плануються, при цьому обов'язково визначається їх мета, зміст та можливі наслідки;
- конструктивний характер ділових взаємовідносин, їх спрямування на вирішення конкретних завдань, досягнення цілей, при цьому, не виходячи за рамки певного кола питань;
- значимість кожного ділового партнера як особистості;
- взаємоузгодженість ділових рішень, домовленостей, подальша співпраця та взаємодія партнерів;
- спрямований характер щодо встановлення взаємовигідних контрактів та підтримка зв'язків;
- діяльність людини, а не проблеми, які пов'язані з її внутрішнім світом [10].

Види ділових відносин між партнерами та їх характеристика представлено на рис. 1.3.

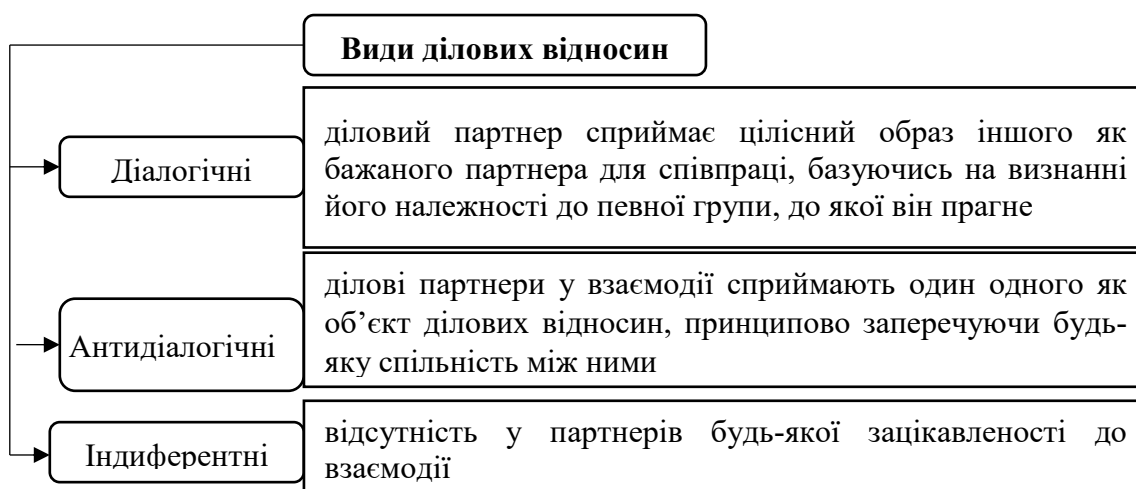


Рис. 1.3 Види ділових відносин

Діалогічний вид спілкування у сфері ділових міжнародних відносин передбачає побудову таких відносин у відповідності до монологічних та діалогічних принципів, в основі яких покладені: мета та завдання, психологічні особливості та індивідуальні властивості учасників, процес діалогічної взаємодії передбачає не лише інформаційний, але й психологічний контакт, який зв'язаний із психологічним станом ділових партнерів по спілкуванню, який виражається у взаємоприйнятті, взаєморозумінні, взаємовпливі людей [13].

Комунікатором називають людину, яка спрямовує інформацію на іншу людину, а реципієнт – це людина, яка її приймає. У діловому спілкуванні вони постійно міняються місцями. Тому важливим у міжнародній співпраці є схоже розуміння не лише змісту слів (знання мови) та значень, але й психологічний стан співрозмовника, його настрій, традиції та культура. Таким чином, ефективність ділового спілкування у міжнародній сфері, це не тільки обмін значеннями, скільки обговорення, обмін думками, ідеями, які ведуть до взаємодії, взаємозалежності і взаємовигоди, це завжди пошук спільного рішення.

Основні аспекти психології ділового спілкування, це невербальна комунікація, емоційний інтелект, активне слухання, мотивація та інтелект.

У діловому спілкуванні важливу роль відіграють невербальні сигнали, як-от міміка, жести, поза, тон голосу та контакт очей. Невербальні знаки можуть підсилювати або змінювати зміст вербального повідомлення, впливаючи на сприйняття співрозмовника. Наприклад, відкрита поза і прямий контакт очей можуть демонструвати впевненість і відкритість, тоді як схрещені руки можуть сприйматися як захист або закритість. Важливо вміти розпізнавати власні емоції та емоції інших, а також керувати ними. Емоційний інтелект сприяє ефективному спілкуванню, дозволяючи краще розуміти потреби та мотиви співрозмовника, знижувати напруження у складних ситуаціях і підтримувати позитивний клімат у команді. Здатність слухати і дійсно чути співрозмовника є ключовою у діловому спілкуванні. Активне слухання включає зосередженість на словах і

невербальних сигналах співрозмовника, задавання уточнюючих питань та перефразування. Це допомагає уникнути непорозумінь і забезпечує кращий зворотний зв'язок.

Конфлікти неминучі в будь-якому діловому середовищі, і психологія ділового спілкування надає інструменти для їх ефективного вирішення. Це включає методи активного слухання, емпатію, вміння зосереджуватися на вирішенні проблеми, а не на особистих питаннях. Здатність конструктивно підходити до конфліктів допомагає підтримувати продуктивні відносини і зберігати командний дух. Також, у діловому спілкуванні важливе значення мають ієрархія та соціальний статус. Люди часто реагують на тих, хто має вищий авторитет чи статус, і їхня поведінка може змінюватися залежно від позиції співрозмовника. Знання психології впливу статусу допомагає будувати стосунки з повагою до субординації, але водночас уникати надмірного авторитаризму.

Успішне ділове спілкування враховує мотиви та інтереси обох сторін. Розуміння потреб і прагнень співрозмовника допомагає знаходити компроміси, досягати угод і будувати взаємовигідні відносини. Наприклад, під час переговорів розуміння інтересів сторони дозволяє краще формулювати пропозиції та знаходити точки дотику. Дружелюбний тон, позитивна міміка та відкритість до діалогу допомагають створити комфортне середовище для спілкування. Це полегшує обмін інформацією, підвищує ефективність комунікації та сприяє побудові довірчих відносин. Вміння ставити себе на місце іншої людини є важливою якістю для успішного ділового спілкування. Це допомагає краще розуміти думки та почуття співрозмовника, що особливо важливо під час вирішення конфліктів або обговорення важливих рішень. Ділове спілкування потребує ясності та точності. Люди цінують прямоту, тому важливо уникати надмірного використання складних термінів і вчасно переходити до суті питання. Структуроване викладення інформації сприяє кращому сприйняттю та знижує ризик непорозумінь. У діловому середовищі ситуації можуть

змінюватися швидко, тому здатність адаптувати стиль спілкування під різних співрозмовників і обставини є важливою навичкою. Наприклад, при спілкуванні з колегами одного рівня можна бути більш неформальним, тоді як при спілкуванні з керівництвом варто дотримуватися більш офіційного стилю.

Психологія пропонує техніки ефективних комунікацій, а саме:

- Переконавання – важливий аспект ділового спілкування, особливо під час переговорів і продажів. Психологічні методи, такі як апеляція до авторитету, використання статистики чи демонстрація вигоди для співрозмовника, допомагають краще доносити свою позицію та підвищують шанси на успіх.

- Конструктивний зворотний зв'язок - психологічно грамотний зворотний зв'язок сприяє мотивації, зростанню і розвитку співробітників. Варто надавати зворотний зв'язок у формі «позитив - зона для розвитку - позитив», що допомагає людям сприймати критику як конструктивний інструмент для поліпшення, а не як особисту атаку.

- Раппорт – це встановлення емоційного зв'язку та взаємної довіри з співрозмовником. Використання міміки, інтонації та жестів, що відповідають стилю співрозмовника, дозволяє встановити доброзичливий контакт, що сприяє більш ефективному обміну інформацією.

- Перефразування - це техніка, яка дозволяє показати співрозмовнику, що його думка була зрозуміла, та уникнути можливих непорозумінь. Наприклад, перефразування думок співрозмовника допомагає переконатися, що обидві сторони однаково розуміють проблему, і є корисним для уточнення важливих деталей.

- Метод «Я-повідомлень» – психологічний підхід, коли говориться від власного імені, допомагає уникати обвинувачень. Наприклад, замість «Ви неправильно зробили» можна сказати «Я відчуваю, що результат міг би бути іншим». Це зменшує ймовірність конфлікту і дозволяє виразити свою думку в конструктивний спосіб.

- Акцент на вигодах: при спілкуванні важливо показати співрозмовнику, як ваше рішення або пропозиція може принести йому вигоду. Це підвищує мотивацію та зацікавленість співрозмовника і сприяє більшій довірі до вашої точки зору;

- Використання пауз. Пауза може слугувати інструментом для посилення важливих моментів. Вона дозволяє співрозмовнику обдумати сказане, а також створює момент для осмислення ключових ідей. Це особливо корисно під час переговорів і презентацій.

Означені техніки застосовуються у ефективному міжнародному співробітництві. Так, у переговорах використовують психологічні прийоми переконання, емпатію та активне слухання для досягнення взаємовигідних рішень. Уважне слухання позиції партнера і конструктивний зворотний зв'язок допомагають уникнути конфліктів і підвищують шанси на успіх. Керівники міжнародних проєктів, які володіють емоційним інтелектом і використовують конструктивний зворотний зв'язок, отримують більше довіри і поваги від співробітників. Вони здатні мотивувати команду, розвивати її навички і знижувати рівень стресу на робочому місці. У публічних виступах важливими є невербальні елементи, позитивний настрій і чіткість викладення. Впевнений тон, контакт очей і структура презентації допомагають краще донести інформацію до аудиторії та створюють позитивне враження.

Висновки до розділу 1

1. Міжнародні комунікації є важливим фактором для зростання бізнесу, інновацій і конкурентоспроможності в міжнародному економічному середовищі. Основна роль психології в ділових міжнародних комунікаціях розкривається в наступних процесах міжнародного співробітництва: налагодження партнерських стосунків, побудова довіри у співробітництві, адаптація до психологічних та культурних особливостей, ефективне ведення переговорів, психологія управління та профілактики конфліктів та ін..

2. Головними аспектами психології міжнародних комунікацій є: сприйняття та інтерпретація інформації, невербальна комунікація, емоційний вплив та психологічні бар'єри в спілкуванні, соціальні та культурні фактори.

3. Суттєвими психологічними аспектами в міжнародних комунікаціях є культурні відмінності. Різні культурні традиції, особливості етносу, правила та менталітет в країнах різняться, саме тому важливим є їх вивчення. Знання з психології забезпечують ефективне співробітництво специфічного культурного соціуму.

4. Основою ефективної комунікації в діловому міжнародному середовищі є ділове спілкування. Ділове спілкування – це міжособистісне спілкування партнерів у діловій сфері (бізнесі). Спілкування дає можливість вибудувати міжособистісну комунікацію – співпрацю щодо обміну інформативними повідомленнями. Ефективна комунікація формується під впливом вербального спілкування, основою якого є мова та невербального, так званої «мови тіла».

Психологія ділового спілкування досліджує, як люди взаємодіють у професійному середовищі, які чинники впливають на їхню поведінку, та як вони ухвалюють рішення в процесі комунікації. Використання психологічних методів і технік сприяє побудові ефективних ділових комунікацій.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

2.1. Методи та організація емпіричного дослідження психології спілкування в контексті ефективних міжнародних комунікацій

Специфіка міжнародної діяльності та міжнародних переговорів спрямовані на вирішення проблем, що стосуються організації співпраці чи врегулюванні конфліктних ситуацій потребують знання та володіння учасниками переговорного процесу методами психології. Психологічне забезпечення міжнародних комунікацій містить комплекс методів дослідження, пізнання та впливу на психологію особистості. Спілкування з точки зору психології являє собою складний, багатоаспектний процес встановлення, взаємодії та розвитку контактів між особистостями, що обумовлені відповідними потребами щодо спільної діяльності та передбачають обмін інформацією, розробкою та реалізацією єдиної стратегії взаємодії [16].

Ефективність комунікаційних процесів в міжнародному діловому середовищі потребують знання методології психології, оскільки:

- методологія є визначальною для пізнання об'єкту та предмету психології, якими є особистість в різних її проявах;
- без вдосконалення методологічних систем психологія нездатна охопити фактичну інформацію, матеріали емпіричних досліджень та експериментальні дані, які отримані в процесі психологічної діяльності;
- психолог в достатній мірі повинен володіти методологічним інструментарієм, оскільки несе відповідальність за отримання та використання інформації, як у теоретичному дослідженні, так при вирішенні практичних проблем і завдань [50, с. 13].

Методологія психології комунікації у міжнародній сфері базується на використанні ряду методів, зокрема: психологічного спостереження; психологічного експерименту; опитування; аналізу продуктів діяльності; тестового методу тощо.

Дослідження ділових комунікацій в міжнародному економічному середовищі здійснювалось нами за допомогою використання таких методів [18]:

1. Теоретичний аналіз - загальнонауковий метод дослідження, що передбачає розкладання досліджуваного явища на певні елементи, частини з метою розкриття його структури та особливостей.

2. Спостереження - систематичне, цілеспрямоване пізнання індивідуальних особливостей, простеження проявів спілкування людини в міжнародних, економічних умовах.

3. Методи математичної статистики - формування вибірок даних, первинна обробка даних, підготовка статистичних висновків.

4. Соціометричний метод - один з видів опитування, спрямований на кількісне вимірювання та проведення аналізу структури міжособистісних стосунків;

5. Бесіда - емпіричний метод отримання інформації, що базується на основі вербальної (словесної) комунікації.

6. Тестування - емпіричний метод з метою дослідження комунікативних та організаційних здібностей - Метод "КОС-2".

7. Графічний метод обробки аналітичних даних - побудова таблиць, рисунків, діаграм.

Метод опитування є поширеним прийомом психологічних досліджень, оскільки включає дії щодо збору вихідної інформації, містить безпосередню (бесіда, інтерв'ю) та опосередковану (анкетування) психологічну взаємодію між респондентом та дослідником. Це універсальний метод, який дає можливість спостерігачу отримати необхідну інформацію за короткий проміжок часу.

Ефективність ділової комунікації залежить від типу і виду питань, а також мови, якою володіє міжнародний партнер. Для успіху перемовин метод опитування використовують з метою отримання якомога більше інформації від партнера з питань перемовин. Під час переговорного процесу за допомогою запитань спрямовується розмова в необхідному напрямі, поскільки запитання надають можливість іншій стороні проаналізувати, здійснити обмін думками, як наслідок, дійти згоди. Відкриті запитання слугують дієвим прийомом для початку перемовин чи їх прискорення, допомагають отримати необхідну інформацію. Відкриті запитання вимагають змістовної відповіді на відміну від закритих запитань, які містять відповіді: «так» чи «ні». Відкриті запитання надають можливість учаснику перемовин, тобто тому, хто говорить передати емоції, емпатію, допомагають прийняти ситуацію з позиції партнера; запитання типу «як?» та «що?» допомагають при комунікації іншій стороні зосередитися на важливих поняттях та допомагають краще висловити власну позицію [33].

Психологічне забезпечення переговорного процесу в міжнародних комунікаціях передбачає використання тестового методу, що сприяє отриманню інформації для об'єктивної та якісної характеристики психологічного явища, дає можливість для співставлення результатів дослідження, є необхідним у вирішенні практичних завдань.

Тест - це діагностичний інструмент, який відповідає певним критеріям, зокрема містить узгодженість тестових запитань, має відповідну форму та спосіб представлення завдань, можливість для диференціації учасників тестування тощо. Визначені параметри становлять психометричні основи щодо проведення психодіагностики. Перевірка відповідності психодіагностичної методики відповідним параметрам дає можливість оцінити якість та рекомендувати для її впровадження [42, с. 7].

Ефективним методом психології є аналіз продуктів діяльності. Згідно зазначеного методу спостерігач здійснює аналіз результатів діяльності,

досліджує та аналізує архівну інформацію, щоденникові записи тощо з метою узагальнення, формулювання висновків щодо психологічних особливостей людини. За допомогою методу аналізу продуктів діяльності спостерігачем вивчаються психологічні особливості людини, яка жила в інші часи, можливість досліджувати різні обставини. Об'єктом дослідження є будь-яка людина, однак існують певні обмеження, а саме: спостерігач не має виходити за рамки фактів та може лише розробити гіпотезу психологічних особливостей цієї людини. Біографічний метод є різновидом психологічного методу аналізу продуктів діяльності. В сучасній психологічній науці набуває поширення метод аналізу змісту текстів. Слід зазначити, що психологічний метод аналізу продуктів діяльності використовується у комплексі з іншими методами психології.

Спілкування є одним із найважливіших чинників формування та розвитку професійної особистості, що передбачає пізнання в певних напрямках (рис. 2.1.).

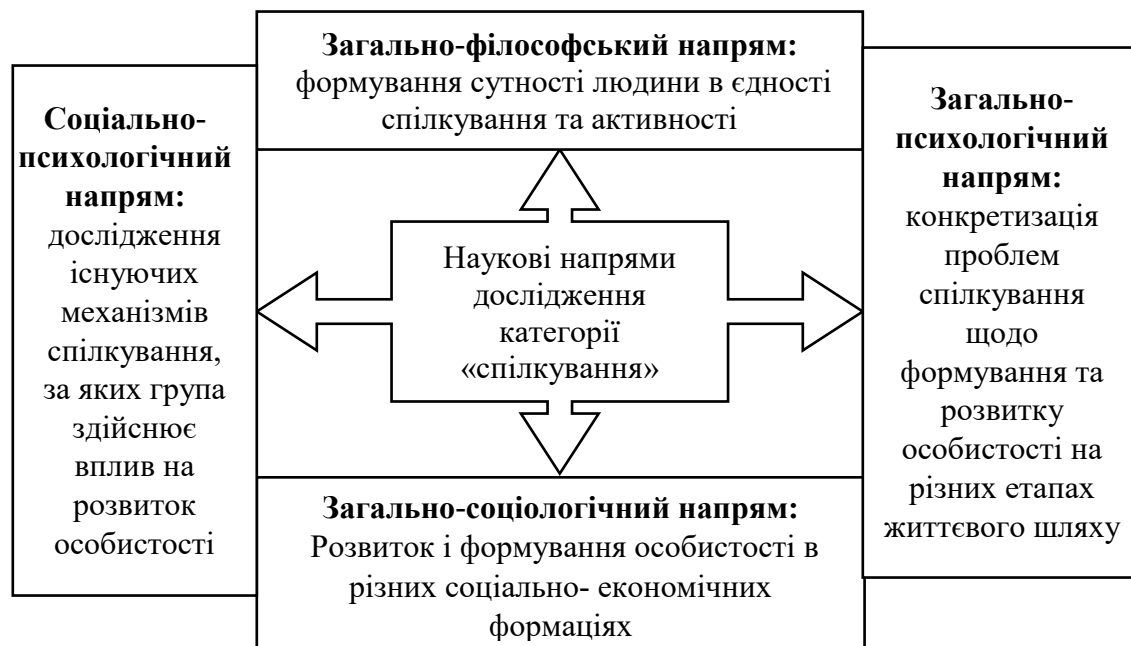


Рис. 2.1 Наукові напрями дослідження категорії «спілкування»

Увага науковців зосереджується на дослідженні того, як завдяки спілкуванню окрема особистість здатна засвоїти досвід, який набуло людство, при цьому долаючи труднощі щодо обмеженості власного існування. Розвиток особистості та процес самопізнання відбуваються лише в спілкуванні із собою чи з суспільством. Існуюча проблема впливу людини на людину є головною при дослідженні процесу спілкування. Такий вплив залежить від багатьох чинників, а також від того, які саме потреби, інтереси чи цінності приховані за бажанням особистості досягти певного результату в процесі спілкування. Зазначене є визначальним у тому, чи особистість діє виключно у власних інтересах, при цьому використовує інших тільки як засіб для досягнення бажаного, чи навпаки, прагне ефективно взаємодіяти, будуючи рівні партнерські відносини.

Практичною частиною дослідження психологічних аспектів ділових комунікацій у міжнародному співробітництві є опитування управлінського складу підприємств що здійснюють ділові міжнародні відносини (транспортні та торгівельні підприємства, логістичні компанії).

Опитування проводилось у формі анкетування. В опитуванні прийняли участь 50 респондентів. Респондентами є представники управлінського персоналу (керівники підприємств, відділів, підрозділів, служб) досліджуваних підприємств, що у своїй виробничій діяльності здійснюють міжнародне співробітництво, а саме: Логістична компанія ТОВ «АКРІС ЛОГІСТИК» (послуги транспортування та логістики), ТОВ «МАЛИН ФЕКТОРІ» (продаж заморожених овочів, грибів, фруктів ягід), ПАТ «Житомир-Авто» (міжнародні транспортні перевезення), ТОВ «КОДНЯ ТРЕЙД ЛОГІСТИК» (послуги логістики, торгівля лісоматеріалами).

Питання опитувальника представлено в АНКЕТІ. Бланк анкети наведено на рис. 2.2.

АНКЕТА

З метою визначення впливу психологічних аспектів на ефективність ділового спілкування у міжнародному співробітництві, просимо ВАС дати відповіді на питання:

1. Назва підприємства, вид діяльності _____
2. Країна міжнародної співпраці _____
3. Чи володієте ви мовою країни в достатній мірі для налагодження ефективної міжнародної співпраці _____
4. Чи приходилось Вам наймати перекладача _____
5. Чи впливає на результат ділових міжнародних перемовин знання культури країни міжнародної співпраці _____
6. Чи використовуєте Ви прийоми невербальної комунікації при ділових перемовинах _____
7. Чи володієте Ви навичками ділового етикету _____
8. Чи знаєте ви правила ведення ділових міжнародних перемовин _____
9. Зазвичай з ким Вам приходится спілкуватися в ділових відносинах: з жінками, чи чоловіками _____
10. Чи впливає знання психології спілкування на ефективність ділового співробітництва (ваша думка, за кількістю успішних контрактів, договорів) _____

Дякуємо за співпрацю!

Загальні результати опитування можна побачити на сайті psychology.com.ua

Рис. 2.2. Бланк Анкети-опитувальника

Методом графічного аналізу, а саме за допомогою діаграми, були інтерпретовані наступні результати анкетування (рис. 2.3).

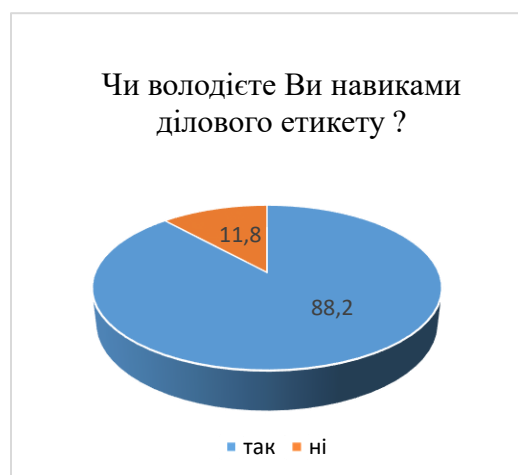
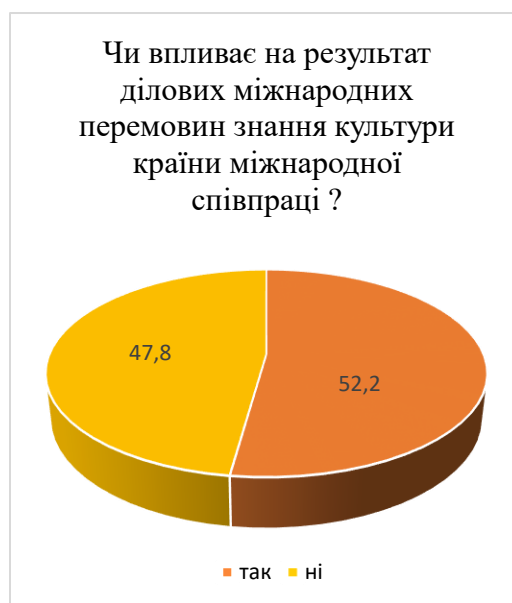


Рис. 2.3. Графічні результати опитування

За результатами опитування сформовано наступні висновки:

- Підприємства займаються такими видами діяльності, що мають міжнародну співпрацю, як: торгівля, перевезення і логістика.

- Більшість працюють з країнами Європейського Союзу, країнами східної Європи (Польща, Чехія, Румунія).

- 72,2 % респондентів володіють мовою країни – ділового партнера, близько 30 % наймають перекладача, що частково ускладнює ділову комунікацію з міжнародними партнерами.

- На питання, чи впливає на результат ділових міжнародних перемовин знання культури країни міжнародної співпраці, відповіді респондентів розділились майже навпіл. Зважаючи на те, що більшість досліджуваних підприємств співпрацює з країнами ближнього зарубіжжя, специфічних культурних особливостей майже не відчутно.

- Близько 65 % респондентів використовують засоби невербальної комунікації у діловій міжнародній співпраці.

- 88 % респондентів володіють навичками ділового етикету, вміють вести перемовини і ділові бесіди.

- У більшості випадків ділова співпраця відбувається з представниками чоловічої статі, зважаючи на вид економічної діяльності досліджуваних підприємств.

- На питання, чи впливає знання психології спілкування на ефективність ділового співробітництва, переважна більшість (95,1 %) респондентів, відповіли – так, впливає. Що підтверджує актуальність вивчення психологічних особливостей ділового спілкування.

2.2. Психологічний аналіз умов ефективних економічних міжнародних комунікацій

Центральна роль комунікацій у вигляді ділового спілкування, в міжнародному бізнесі незаперечна, однак наше розуміння цього феномену обмежене міжкультурним порівняльним фокусом на протигагу міжкультурним, орієнтованим на процес дослідженням, які фіксують динамічний характер міжнародних комунікативних взаємодій. Перетин культур та комунікацій в контексті міжнародних взаємодій розкриває домінуючи психологічні тенденції, якими мають керувалися в діловій сфері.

Провідна роль в ділових міжнародних комунікаціях належить такий психологічній характеристиці особистості як комунікативність і організаторські здібності. В міжнародному бізнесі комунікабельність незаперечна якість, яка впливає на обмежений міжкультурним порівняльним фокус ділового співробітництва. Саме процес дослідження цих якостей дозволяє фіксувати динамічний характер і ефективність міжнародних комунікативних взаємодій.

Для дослідження комунікативних здібностей управлінського персоналу досліджуваних компаній і підприємств нами було проведено дослідження за допомогою тесту “Діагностика комунікативних і організаційних схильностей (КОС-2)”, авторами якого є В.В. Синявський та Б.О. Федоришина. Дана методика дає можливість оцінити рівень комунікативних та організаторських схильностей, що відбуваються в різних видах діяльності, сферах, поведінці, діловій комунікації, у міжособистісному спілкуванні.

При проведенні дослідження було підготовлено опитувальник КОС та лист відповідей. Опитування проводилось в індивідуальному порядку, а також в колективі. Бланки для відповідей були роздані та доведена інструкція.

Інструкція для проведення опитування містила такі положення: «Вам необхідно дати відповіді на всі запропоновані запитання. Висловлюйте власну

думку з кожного із наведених запитань та відповідайте у такому вигляді: якщо Ваша відповідь на запитання є позитивною (Ви згодні), так у відповідній клітинці бланку для відповідей Вам необхідно поставити знак плюс (+), при умові, якщо відповідь є негативною (Ви не згодні) необхідно поставити знак мінус (-). Необхідно уважно слідкувати за тим, щоб номер запитання і номер клітинки, в яку Ви вносите відповідь на запитання співпадали. Пам'ятайте, що запитання носять загальний характер та не містять деталізацію. Необхідно відобразити в уяві типові ситуації та не замислюватися над подробицями. Не марнуйте багато часу, щоб проаналізувати, обміркувати, а тому, відповідайте швидко та з легкістю. Можливим є виникнення запитань, на які Вам важко надати відповідь, а тому слід намагатися надати відповідь, яка, на Вашу думку, має перевагу. Коли відповідаєте на будь-яке з таких запитань, намагайтеся звертати увагу на його перші слова. Кожна Ваша відповідь повинна бути узгодженою з ними. Надаючи відповіді на запитання, не слід намагатися здійснити заздалегідь позитивне враження. Для нас важливою є не певна Ваша відповідь, а загальний Ваш бал за комплексом запитань».

Кожному респонденту був виданий реєстраційний бланк, що наведено на рис. 2.4.

Реєстраційний бланк

П.І.П. (повністю) _____

Дата проведення обстеження _____

Вік _____

Стать: (чол./жін.) _____

Назва компанії, підприємства, фірми _____

Спеціальність _____

Посада _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	32
33	34	35	36
37	38	39	40

Рис. 2.4. Реєстраційний бланк тестування за методикою «КОС-2»

Текст опитувальника:

1. Чи багато у Вас друзів, з якими Ви у постійному спілкуванні?
2. Чи часто Вам вдається схилити своїх колег до прийняття ними Вашої думки?
3. Чи довго Вас турбує почуття образи, що завдане Вам кимось із Ваших колег?
4. Чи завжди Вам важко орієнтуватися в певній критичній ситуації?
5. Чи виникає у Вас прагнення щодо встановлення нових знайомств з різними людьми?
6. Чи подобається Вам займатися громадською роботою?
7. Чи вірно, що Вам приємніше й простіше проводити час за читанням книг або за будь-якими іншими заняттями, ніж спілкуватися з людьми?
8. Якщо виникли певні перешкоди у здійсненні Ваших намірів, чи легко Ви відступаєте від їх досягнення?
9. Чи легко Ви встановлюєте контакти з людьми, які є значно старшими за віком порівняно з Вами?

10. Чи Вам подобається придумувати та організовувати зі своїми друзями розваги та ігри?
11. Чи важко Вам влитися у новий для Вас колектив?
12. Чи часто Ви відкладаєте на інші дні ті справи, які необхідно було б виконати сьогодні?
13. Чи легко Вам вдається встановлювати контакти з незнайомими людьми?
14. Чи прагнете Ви домагатися, щоб Ваші друзі діяли відповідно до Вашої думки?
15. Чи важко Ви освоюєтеся у новому колективі?
16. Чи вірно, що у Вас не виникають конфлікти з колегами через невиконання ними своїх обов'язків, зобов'язань?
17. Чи прагнете Ви при слушній нагоді заводити знайомство з новою людиною?
18. Чи часто заради вирішення важливих справ Ви берете ініціативу на себе?
19. Чи дратують Вас люди, що оточують чи Вам приємно побути на самоті?
20. Чи вірно, що Ви здебільшого погано орієнтуєтесь в незнайомих для Вас умовах?
21. Чи подобається Вам постійно перебувати серед людей?
22. Чи виникає у Вас роздратування, коли Вам не вдалося закінчити розпочату справу?
23. Чи Ви вагаєтесь або відчуваєте незручність та сором'язливість, коли необхідно проявити ініціативу, щоб познайомитись з новою людиною?
24. Чи вірно, що Ви є втомленими від постійного спілкування колегами, друзями?
25. Чи подобається Вам брати участь у колективних іграх?
26. Чи часто Ви проявляєте ініціативу при вирішенні питань, що пов'язані з інтересами Ваших друзів?

27. Чи вірно, що Ви відчуваєте себе невпевнено серед малознайомих Вам людей?

28. Чи вірно, що Ви мало коли прагнете довести свою правоту?

29. Чи вважаєте Ви, що Вам не завдає особливих труднощів здійснити пожвавлення у малознайомому для Вас колективі?

30. Чи берете Ви участь у громадському житті колективу?

31. Чи прагнете Ви обмежити коло своїх знайомих невеликою кількістю людей?

32. Чи вірно, що Ви не прагнете відстоювати власну думку або рішення, якщо воно не було відразу прийняте Вашими колегами?

33. Чи відчуваєте Ви себе невимушено, коли потрапили в незнайомий колектив?

34. Чи охоче Ви беретеся до організації різних заходів для своїх друзів чи колег?

35. Чи вірно, що Ви не відчуваєте себе достатньо впевненим та спокійним, коли доводиться говорити перед великою кількістю людей?

36. Чи часто Ви спізнюєтеся на ділові зустрічі?

37. Чи правда, що у Вас багато друзів?

38. Чи часто Ви опиняєтесь в центрі уваги своїх колег?

39. Чи часто Ви хвилюєтесь, відчуваєте незручність при спілкуванні з незнайомими людьми?

40. Чи вірно, що Ви не дуже впевнено почуваєте себе в оточенні великої кількості людей?

Ключ тестування представлено на рис. 2.5.

«КЛЮЧ»

Схильності	Відповідь	Номер запитання
Комунікативні	так (+)	1,5,9,13,17,21,25,29,33,37
	ні (-)	3,7,11,15,19,23,27,31,35,39
Організаторські	так (+)	2,6,10,14,18,22,26,30,34,38
	ні (-)	4,8,12,16,20,24,28,32,36,40

Рис. 2.5. Ключ тестування за методикою “КОС-2”

Комунікативні схильності: наявність позитивної відповіді у запитань 1-го стовпця та негативної відповіді у запитань 3-го стовпця.

Організаторські схильності: наявність позитивної відповіді у запитань 2-го стовпця та негативної відповіді у запитань 4-го стовпця.

Обробка результатів тестування

1. Необхідно зіставити відповіді з наведеним “ключем” та зробити підрахунок кількості збігів за комунікативними та організаторськими схильностями окремо.

2. Провести розрахунок коефіцієнтів комунікативних (K_k) та організаторських (K_o) схильностей шляхом відношення кількості співпадаючих відповідей відповідно за комунікативними схильностями (K_x) та організаторськими схильностями (O_x) до максимально можливої кількості збігів (20) за такими формулами:

$$K_k = K_x / 20 \quad (2.1)$$

$$K_o = O_x / 20 \quad (2.2)$$

З метою проведення якісної оцінки результатів тестування необхідно зіставити отримані коефіцієнти комунікативних (K_k) та організаторських (K_o) схильностей зі шкалою оцінок (рис. 2.6.) та провести узагальнення результатів проведеного тестування.

Кк	Ко	Шкальна оцінка
0,10-0,45	0,20-0,55	1
0,46-0,55	0,56-0,65	2
0,56-0,65	0,66-0,70	3
0,66-0,75	0,71-0,80	4
0,76-1,00	0,81-1,00	5

Рис. 2.6. Шкала оцінок комунікативних та організаторських схильностей за “КОС-2”

Узагальнення та інтерпретація результатів тестування

При аналізі результатів тестування необхідно враховувати наступні параметри:

- Респонденти з оцінкою 1 мають низький рівень прояву комунікативних та організаторських схильностей.

- Респонденти з оцінкою 2 мають комунікативні та організаторські схильності на рівні нижче середнього, зокрема: вони не прагнуть до активного спілкування; невпевнено почувають себе в новому колективі; проводять час наодинці; обмежують нові знайомства; відчують певні труднощі при виступі перед аудиторією; відповідно при встановленні контактів з іншими людьми; не відстоюють власну думку; важко орієнтуються в незнайомій ситуації; тяжко переносять образи; у багатьох справах уникають відповідальності при прийнятті самостійних рішень; прояв ініціативи в громадській діяльності занадто занижений.

- Респонденти з оцінкою 3 мають середній рівень прояву комунікативних та організаторських схильностей, а саме: вони прагнуть до спілкуванню з людьми; відстоюють власну думку; не обмежують коло знайомств; завчасно планують власну діяльність однак їх потенціал не в повній мірі відрізняється стійкістю. Для

зазначеної групи респондентів необхідно активізувати діяльність з метою формування та подальшого розвитку комунікативних та організаторських схильностей.

- Респонденти з оцінкою 4 - це група з високим рівнем прояву комунікативних та організаторських схильностей, оскільки вони швидко знаходять друзів; впевнено почувають себе в нових умовах; постійно прагнуть розширити коло знайомих; проявляють ініціативу в спілкуванні; беруть участь у громадському житті колективу; надають допомогу близьким, друзям, колегам; беруть активну участь в організації громадських заходів; мають здатність самостійно прийняти рішення.

- Респонденти з оцінкою 5 володіють надзвичайно високим рівнем прояву комунікативних та організаторських схильностей, адже вони відчують потребу в комунікативній та організаторській діяльності; зі швидкістю орієнтуються у важких та незнайомих ситуаціях; відстоюють власну думку та домагаються, щоб вона була прийнята іншими людьми; впевнено поведуть себе в новому колективі; ініціюють та із задоволенням займаються організацією різних заходів; у важливій справі чи в складній ситуації здатні приймати самостійні рішення; наполегливі в діяльності, яка їх приваблює. Вони самостійно здійснюють пошук таких справ, які б задовольняли власну потребу в комунікаційній та організаторській діяльності.

У дослідженні (проходженні тесту КОС-2) взяли участь 30 респондентів, управлінській персонал підприємств та компаній які займаються міжнародною діяльністю, віком від 21 до 51 років (рис. 2.7.).

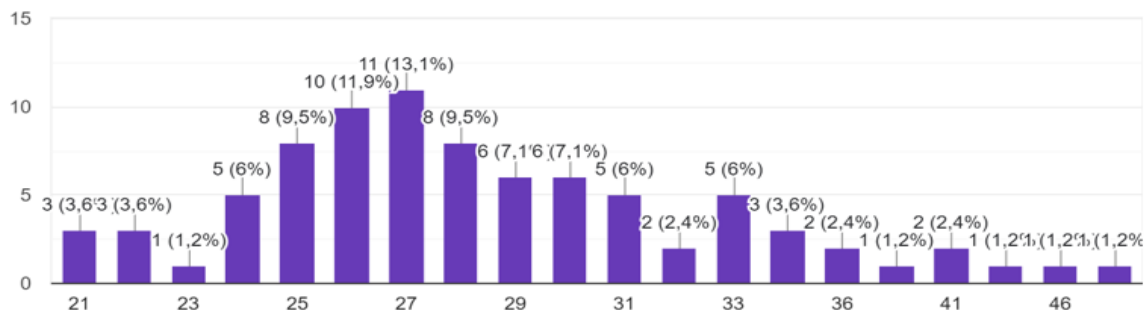


Рис. 2.7. Вік респондентів

Гендерний склад респондентів представлено на рис. 2.8.

Оберіть вашу стать:
84 відповіді

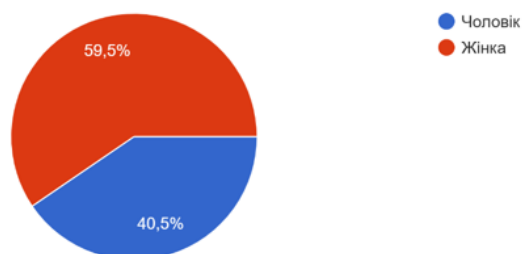


Рис. 2.8. Стать респондентів

З рис. 2.8 видно, що більшість досліджуваних – жінки (59,5%). Кількість чоловіків становить 40,5%.

За результатами відповідей на запитання тесту, серед досліджуваних найбільшу кількість набрали 5 (40,5 %), або 4 бали (34,5%), 3 бали (20,2%) та 2 та 1 бали (4,8%) (рис. 2.9).

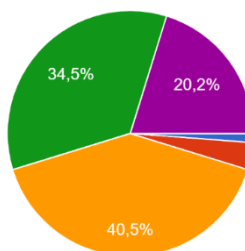


Рис. 2.9. Результативний показник тестування

Проведене дослідження свідчить, що більшість управлінського персоналу підприємств, що займаються міжнародною економічною діяльністю, мають середній та високий рівень комунікативних та організаторських здібностей, що позитивно впливає на організацію міжнародної співпраці з точки зору психологічних аспектів. Комунікативні здібності є однією з основних складових успішної міжнародної співпраці, адже вони визначають, наскільки ефективно учасники з різних країн можуть досягати спільних цілей, долати культурні бар'єри та будувати довірчі відносини. У міжнародному середовищі важливо не тільки мати хороші знання в галузі, а й вміти чітко й коректно передавати інформацію, розуміти культурні нюанси та уникати непорозумінь.

Основні аспекти комунікативних здібностей у міжнародній співпраці:

1. Володіння мовою міжнародного спілкування. Найчастіше основною мовою міжнародної співпраці є англійська, тому її знання є обов'язковим для більшості учасників міжнародних проектів. Водночас володіння іншими мовами (наприклад, іспанською, французькою, китайською) також може надати перевагу, особливо в регіональних проектах або галузях, де ці мови мають особливе значення.

2. Міжкультурна комунікація та чутливість до культурних відмінностей. Уміння зрозуміти і поважати культурні відмінності допомагає уникнути конфліктів, спричинених різними стилями спілкування, цінностями та підходами до ведення справ. Наприклад, у міжнародних переговорах часто важливо знати, чи є культура партнера більш індивідуалістичною чи колективістською, а також ставлення до ієрархії та часу, що може вплинути на динаміку переговорів.

3. Уміння слухати та виявляти емпатію. У міжнародній співпраці ефективно слухання є так само важливим, як і здатність до виразної мови. Слухання з емпатією дозволяє глибше розуміти потреби і цілі партнерів, а також створює атмосферу довіри та взаємоповаги. Це особливо важливо в ситуаціях, коли сторони мають різні культурні цінності або комунікаційні стилі.

4. Гнучкість у спілкуванні. Міжнародне середовище часто вимагає від комунікаторів вміння адаптуватися до нових умов, швидко змінювати підходи та знаходити рішення для різних ситуацій. Це включає здатність ефективно змінювати стиль спілкування залежно від культурних особливостей партнера (наприклад, зменшувати рівень формальності або, навпаки, додавати більш офіційний тон).

5. Невербальні комунікативні навички. Жести, міміка, контакт очей, манера триматися – усе це відіграє важливу роль у міжнародній комунікації. Наприклад, у деяких культурах уникання прямого контакту очей вважається проявом поваги (як у Японії), тоді як у західних культурах це може сприйматися як ознака невпевненості або нечесності. Розуміння невербальних сигналів партнерів може допомогти уникнути непорозумінь.

6. Здатність до чіткого формулювання думок. У міжнародному середовищі важливо передавати інформацію максимально точно, щоб уникнути двозначностей і непорозумінь. Здатність висловлювати свої думки структуровано та ясно допомагає досягти взаєморозуміння між учасниками, особливо коли мова йде про складні технічні питання або фінансові умови співпраці.

Ділове спілкування у міжнародній сфері має ряд умов, які впливають на його ефективність [17]:

1. Використання стандартизованих практик ділового спілкування. У діловому спілкуванні практики мають дотримуватись стандартизованих в певному культурному чи національному контексті правил спільної діяльності, незважаючи на те, що ділова сфера має різноманітне походження, саме сфера культурних відмінностей має невідчуватися спільними правилами та техніками.

2. Домінування однієї мови в процесі налагодження міжнародних ділових контактів. У ділових умовах спілкування зазвичай ведеться однією основною мовою, це спрощує процеси спілкування та розуміння, оскільки менше потреби

орієнтуватися в мовному розмаїтті та використовувати послуги перекладу.

3. Врахування часові поясів. Світ величезний і на континентах, країнах різні часові пояси. Компанії, що працюють у одному географічному регіоні, часто стикаються з менш екстремальними варіаціями часових поясів, що спрощує планування та координацію. З урахуванням розвитку інтернет технологій, багато бізнес договорів укладаються в онлайн форматах, тому зазвичай у діловій сфері мають справу з різними часовими поясами. Важливим в цьому контексті виступає планування зустрічей, координація проектів і керування термінами в різних часових поясах, щоб забезпечити ефективне спілкування та співпрацю.

4. Юридичні та регулятивні відмінності ведення бізнесу в різних країнах. Міжнародний бізнес часто передбачає навігацію складними правовими та регулятивними ландшафтами, де спілкування із зацікавленими сторонами в різних юрисдикціях вимагає розуміння відповідних законів і вимог їх дотримання.

5. Місцевий етикет. Розуміння та дотримання місцевого етикету є важливим, але діапазон культурних відмінностей може більше міститися в межах певного регіону чи країни. Так, японці в ділових зустрічах є не емоційними, стриманими в жестах, їх культура вимагає відповідного поведження і поведінки – не припустимо під час ділових зустрічей голосно розмовляти, обійматися, дарувати подарунки. Тоді як, американські бізнесмени емоційні, часто гіперактивно дискутують, приймають при розмові вільні, домінуючі пози, люблять тактильний контакт і у співпраці розраховують на відповідну зворотну реакцію.

6. Ефективні психологічні міжособистісні навички спілкування. Міжнародне спілкування вимагає додаткового рівня культурної обізнаності, управління мовою та здатності до адаптації через складнощі, пов'язані з транскордонними взаємодіями. Саме знання з області психології спілкування дозволяють досягти ефективності у міжнародному співробітництві.

У психології ділового спілкування є кілька порад що забезпечують

ефективне спілкування в бізнесі [13]:

1. При розмові описуйте те, що ви чуєте за допомогою органів чуття (зір, слух, дотик), наприклад, я чую, як ви говорите щось зовсім інше, ніж ми домовилися...- це можна одразу показати жестами.

2. Підготуйте список аргументів (наведіть факти), які ваш співрозмовник не буде заперечувати. Використовуйте техніки конструктивної відмови: так, але...., я маю іншу думку.....

3. Ваші спостереження за реальною ситуацією при спілкуванні мають бути конкретними та детальними, без залучення досвіду з минулого. Всі емоції при спілкуванні мають бути пов'язані з поточною ситуацією.

4. Розвивайте емоційний інтелект: самосвідомість, самоконтроль і саморегуляцію емоцій. Не дозволяйте емоціям брати верх над вами під час ділової розмови.

5. Уникайте таких слів, як «завжди» і «ніколи!» - це слова, які відволікають від справжнього. Дайте можливість обговорення різних варіантів, планів і перспектив.

6. Не засуджуйте бізнес партнерів за невдалі дії та результати, адже минулі невдалі справи не можуть гарантувати 100 % невдачу у новій справі. Люди у бізнесі можуть помилятися.

7. Передаючи повідомлення партнеру, команді чи окремій особі, переконайтеся, що вони зрозуміли його так, як ви хотіли. Це допоможе вам уникнути непорозумінь, спричинених різним отриманням повідомлення.

8. Під час спілкування в Інтернеті зверніть особливу увагу на поради, наведені вище. Не залишайте місця для неправильного тлумачення вашого повідомлення. Активуйте напористість і прямо пишіть, що вам потрібно і чого очікуєте. Вкажіть: що, коли, де, до коли і т. д. Переконайтеся, що одержувач зрозумів ваше повідомлення правильно.

10. Пам'ятайте про комунікативні бар'єри, що є наслідком, наприклад,

культурних відмінностей, стереотипів, благополуччя одержувача та нездатності оцінити ситуацію з точки зору співрозмовника.

Отже, ділове спілкування є основою більшості міжнародних бізнес-операцій. Організації створюються, керуються, очолюються та розпускаються за допомогою ділового спілкування, яке відіграє важливу роль в обміні знаннями, розвитку та підтримці стосунків, укладенні угод, а також встановленні та збереженні партнерства. Усе частіше успішне ділове спілкування визнається психологічними факторами на міжособистісному, груповому та організаційному рівнях.

Висновки по розділу 2

1. В практичній частині дослідження ділових комунікацій в міжнародному економічному середовищі використовувались такі методи: теоретичний аналіз; соціометричний метод, а саме анкетування; емпіричний метод, а саме бесіда; тестування (метод “КОС-2”); методи математичної статистики, а саме формування статистичної вибірки, первинна обробка отриманих даних, розробка статистичних висновків; графічний метод обробки аналітичних даних, а саме побудова таблиць і діаграм.

2. Практичною частиною дослідження психологічних аспектів ділових комунікацій у міжнародному співробітництві є опитування управлінського складу підприємств що здійснюють ділові міжнародні відносини (транспортні та торговельні підприємства, логістичні компанії). Опитування проводилось у формі анкетування. В опитуванні прийняли участь 50 респондентів. За результатами проведеного анкетування можемо сформулювати наступні висновки: 72,2 % респондентів володіють мовою країни – ділового партнера, що позитивно впливає на ефективність міжнародних комунікацій; близько 30 % наймають перекладача, що частково ускладнює ділову комунікацію з міжнародними партнерами; більшість досліджуваних підприємств співпрацює з країнами ближнього зарубіжжя, тому специфічних культурних особливостей майже не відчують; близько 65 % респондентів використовують засоби невербальної комунікації у діловій міжнародній співпраці; 88 % респондентів володіють навичками ділового етикету, вміють вести перемовини і ділові бесіди; 95,1 % опитуваних вважають, що знання психології суттєво впливають на ефективність ділових міжнародних комунікацій.

3. Для дослідження комунікативних здібностей управлінського персоналу досліджуваних компаній і підприємств нами було проведено дослідження за допомогою тесту “Діагностика комунікативних і організаційних схильностей

(КОС-2)”, авторами якого є В.В. Синявський і Б.О. Федоришина. Дана методика дозволяє оцінити рівень розвитку комунікативних та організаторських схильностей. У дослідженні (проходженні тесту КОС-2) взяли участь 30 респондентів. Проведене дослідження показало, що більшість управлінського персоналу підприємств, що займаються міжнародною економічною діяльністю, мають середній та високий рівень комунікативних та організаторських здібностей, що позитивно впливає на організацію міжнародної співпраці з точки зору психологічних аспектів.

4. Комунікативні здібності є фундаментальними для ефективної міжнародної співпраці. Вони допомагають подолати культурні бар’єри, будувати довіру та досягати консенсусу, що є критичним у складних багатонаціональних проектах. Розвиток комунікативних навичок, включаючи мовні знання, міжкультурну чутливість та невербальну комунікацію, є інвестицією, яка сприяє успіху у міжнародному середовищі.

РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

3.1. Особливості побудови ділової бесіди і проведення міжнародних переговорів

Ділова бесіда — це форма комунікації, яка використовується для вирішення професійних питань, обговорення робочих завдань, укладання угод або прийняття рішень у бізнес-середовищі [26]. Така розмова вимагає дотримання певних правил етикету та структури, що допомагає забезпечити ефективність і продуктивність діалогу. Основними характеристиками ділової бесіди є чітка мета ділової бесіди, підготовленість, структурованість, офіційний тон та узгодження інтересів під час ділової бесіди.

Кожна ділова бесіда має конкретний результат, якого прагнуть учасники (угода, рішення, домовленість), тому чітко визначена мета є надважливим елементом структури ділової бесіди. Також, важливо заздалегідь продумати ключові питання, підготувати документи або аргументи. Бесіда має мати певну структуру, а саме: початок, основну частину та завершення, де підбиваються підсумки та визначаються подальші кроки, що значно підвищує її психологічну ефективність, адже учасники ділової бесіди налаштовані до співпраці за чітко визначеною структурою [55]. Мова ділової бесіди має бути коректною та ввічливою, без просторіччя чи емоційних перебільшень. Важливим під час проведення ділової бесіди є знайти компроміс і врахувати позиції всіх учасників бесіди.

Результатами ділової бесіди є угода, рішення та домовленість. Кожен із цих термінів має свої психологічні особливості та цінність у міжнародних ділових комунікаціях. Їх досягнення забезпечує ефективність співпраці та сприяє

успішному завершенню обговорень.

Угода – це формальне затвердження співпраці між двома або більше сторонами з чітко прописаними умовами та зобов’язаннями [40]. Вона в діловому економічному співробітництві має юридичну силу й оформляється письмово (договір, контракт). Угода досягається після детальних переговорів, де сторони узгоджують усі умови співпраці та обмінюються документами для підписання.

Приклади угод у бізнесі та економічному співробітництві [41]:

- Контракт на міжнародну поставку товарів або надання послуг іноземними організаціями і підприємствами.
- Ліцензійна угода на використання інтелектуальної власності в міжнародному співробітництві.
- Договір про міжнародне партнерство чи спільну діяльність.

Ключовими рисами міжнародної ділової угоди є юридична фіксація зобов’язань сторін, чітко визначені терміни та умови, наслідки у разі невиконання угоди.

Рішення – це конкретний вибір або результат обговорення, який передбачає дії для досягнення мети [43]. Рішення може бути одноосібним (наприклад, прийнятим керівником міжнародного проєкту) або колективним (погодженим між кількома учасниками бесіди). Прийняття рішення зазвичай відбувається після обговорення варіантів і аналізу можливих наслідків. Важливо, щоб рішення було обґрунтованим та підкріпленим відповідальними особами або планом дій. Приклади рішень: призначення керівника міжнародного проєкту, вибір постачальника серед кількох кандидатів, провадження нової стратегії продажів на міжнародному ринку та ін.

Домовленість – це усний або письмовий консенсус між сторонами щодо спільних дій або співпраці [43]. На відміну від угоди, домовленість може не мати формальної юридичної сили, проте є важливим етапом комунікації та планування. Вона допомагає прояснити позиції сторін та визначити наступні

кроки. Інколи домовленості можуть трансформуватися в офіційні угоди. Домовленість є проміжним етапом на шляху до угоди.

Приклади домовленостей: узгодження зустрічі для подальшого обговорення, визначення попередніх умов співпраці перед укладанням міжнародної угоди, усна домовленість про випробувальний період у міжнародній співпраці.

Між угодою, рішенням та домовленістю є чіткий взаємозв'язок. Так, домовленість часто є першим кроком, який допомагає сторонам узгодити позиції та підготувати підґрунтя для укладення угоди; рішення приймається як ключова дія в процесі обговорення, щоб обрати найкращий варіант або визначити план дій; угода є фінальним результатом переговорів та домовленостей, який фіксує зобов'язання сторін у юридичній або письмовій формі.

Досягнення угоди, прийняття рішення та встановлення домовленостей є основними елементами успішної ділової бесіди. З психологічної точки зору, вони забезпечують впорядкованість і зрозумілість співпраці, мінімізують ризики виникнення конфліктів та сприяють не лише досягненню поставлених економічних цілей, а й налагодженню міжособистісних та групових контактів. Щоб отримати максимальний психологічний результат, важливо грамотно підходити до кожного етапу бесіди та фіксувати всі ключові моменти для подальшої роботи.

Психологія ділової бесіди є важливою складовою ефективної комунікації в економічному та бізнес-середовищі. Вона охоплює розуміння поведінки, мотивів та емоцій співрозмовників для досягнення спільної мети. Вміння враховувати психологічні аспекти дозволяє створити атмосферу довіри, знизити рівень напруги й уникнути конфліктів під час обговорень.

Ключовими психологічними принципами ділової бесіди є [47]:

1. *Емпатія* – здатність поставити себе на місце співрозмовника та зрозуміти його позицію й емоції. Це сприяє встановленню довіри та зменшує ймовірність

конфліктів.

2. *Активне слухання* – уважне слухання співрозмовника із зацікавленістю, підтвердженням розуміння через уточнюючі запитання чи перефразування. Це допомагає уникнути непорозумінь.

3. *Емоційний контроль* – уміння керувати власними емоціями та уникати агресії або надмірної експресивності. Спокійний тон сприяє конструктивному діалогу.

4. *Позитивне налаштування* – налаштування на співпрацю, а не на суперництво. Навіть у разі розбіжностей важливо шукати спільні інтереси та компроміси.

5. *Психологічна гнучкість* – здатність швидко реагувати на зміни в бесіді, коригувати свою позицію або аргументи без втрати впевненості.

Варто зауважити на психологічних тактиках які використовуються для успішної ділової бесіди, а саме: створення довірливої атмосфери, заміна емоційності раціональним мисленням, використання техніки “відзеркалення”, використання невербальної комунікації (мови тіла) та запобігання маніпуляціям при діловому спілкуванні.

Для створення довірливої атмосфери психологи рекомендують використовувати відкриту мову тіла - прямий контакт очима, привітну міміку. Жести та постава багато говорять про настрій і наміри. Спокійна поза і врівноважений голос демонструють впевненість і відкритість до співпраці. Починати ділову бесіду потрібно з позитивних або нейтральних тем для зниження напруги, адже люди в економічному середовищі можуть мати різні цілі (наприклад одні прагнуть купити дешевше, інші - продати дорожче). Разом з тим, під час ділових бесід потрібно уникати активних проявів емоційності, аргументуючи позицію в бесіді фактами та прикладами, уникаючи особистих висловлювань чи критики. Якщо виникає емоційне напруження під час ділової бесіди, необхідно зробити паузу або змістити фокус уваги на інші аспекти

питання.

Техніка «дзеркалення» в діловій бесіді передбачає відображення емоції або поведінки співрозмовника (напр. міміка, тон), що сприяє встановленню психологічного контакту [34]. Людині завжди приємніше спілкуватися з іншою людиною яка в чомусь на неї схожа. Якщо в процесі ділової бесіди співрозмовник намагається використати маніпуляції, на противагу цьому варто задавати уточнюючі питання і повертати розмову до раціональних аргументів.

Для ділової бесіди є характерними певні психологічні стилі поведінки (рис. 3.1).

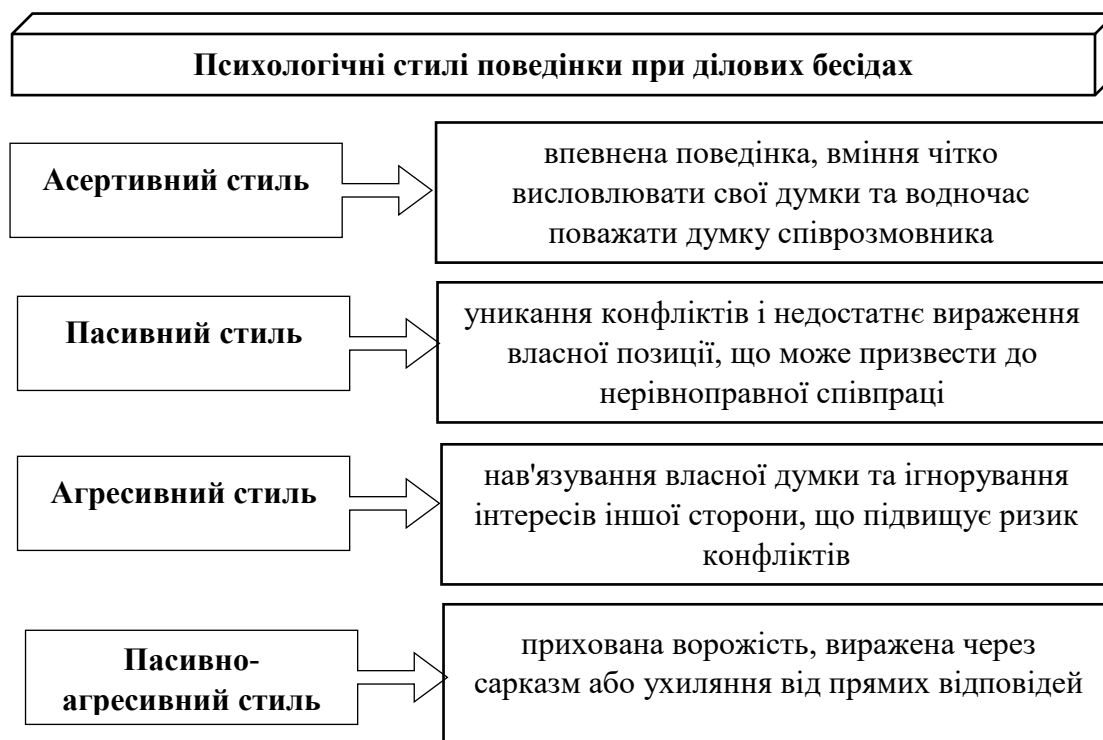


Рис. 3.1. Психологічні стилі поведінки при ділових бесідах

В ділових бесідах можуть виникати психологічні бар'єри. Психологічні бар'єри у ділових бесідах виникають через емоційні, когнітивні та поведінкові чинники, які заважають ефективному спілкуванню [40]. Ці бар'єри можуть викликати непорозуміння, знижувати якість діалогу та перешкоджати досягненню домовленостей. Усвідомлення таких бар'єрів допомагає уникати їх

впливу та підвищити ефективність комунікації.

Серед основних психологічних бар'єрів ділового спілкування виділяють [17]:

- Упередження: заздалегідь сформована думка про співрозмовника може заважати об'єктивному сприйняттю його позиції.
- Стрес і емоційне вигорання: надмірний стрес може вплинути на здатність чітко висловлюватися та приймати зважені рішення.
- Невміння слухати: перебивання чи відволікання на інші справи знижують ефективність діалогу.
- Конфліктні установки: намагання виграти суперечку будь-якою ціною може зашкодити досягненню угоди.
- Страх критики: боязнь негативної оцінки може призводити до замкнутості та уникання дискусій.
- Зайва емоційність: надмірний гнів, роздратування або хвилювання можуть зруйнувати конструктивний діалог.
- Невпевненість у собі: людина може уникати висловлювати свою думку, що знижує ефективність переговорів.

Також виділяють когнітивні, комунікативні, поведінкові та соціокультурні бар'єри в реалізації ділових бесід (рис. 3.2.).

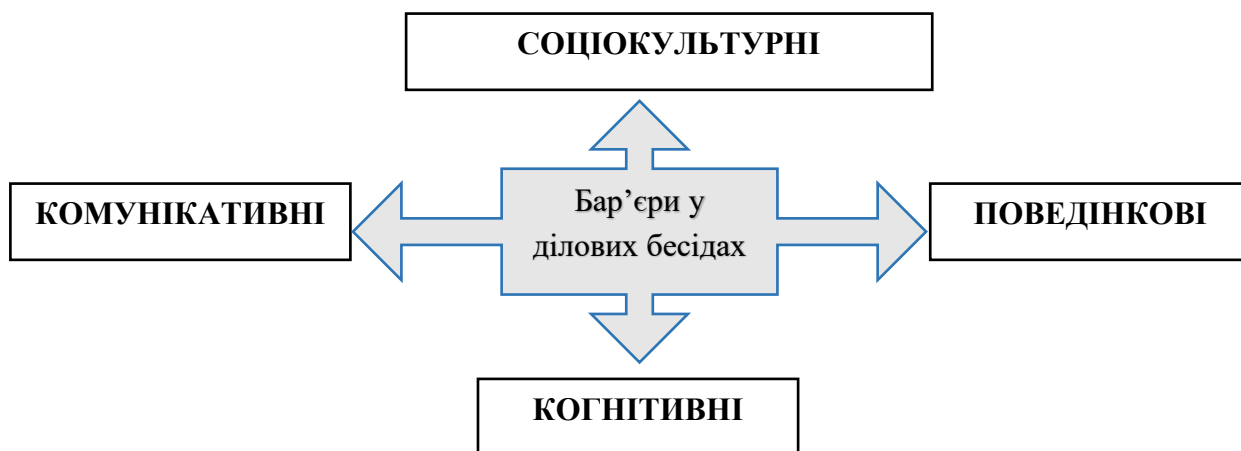


Рис.3.2 Види бар'єрів у ділових бесідах

1. Когнітивні бар'єри пов'язані з обмеженнями у сприйнятті та розумінні інформації. До таких бар'єрів відносяться: упередження та стереотипи, це заздалегідь сформована думка про людину або ситуацію може заважати об'єктивному сприйняттю інформації; перекручування інформації, тобто кожна сторона може сприймати ті самі факти по-різному, що створює непорозуміння; селективне слухання, це коли людина чує лише те, що відповідає її очікуванням, ігноруючи решту інформації.

2. Комунікативні бар'єри з'являються через недостатні навички ведення діалогу або помилки у взаємодії, до них відносяться: перебивання та домінування в розмові викликають роздратування співрозмовника; нечітка мова або використання термінів, які співрозмовник не розуміє, знижують якість комунікації; відсутність зворотного зв'язку: якщо співрозмовник не підтверджує розуміння, це може спричинити хибні висновки.

3. Поведінкові бар'єри, проявляються у вигляді небажання співпрацювати чи свідомого блокування комунікації, до них відносяться: пасивність, це уникання обговорень або ухиляння від відповідей; агресивність, проявляється через спроби нав'язувати свою думку або знецінювати позицію партнера; пасивно-агресивна поведінка, тобто приховане вираження незгоди, сарказм або ухиляння від прямих відповідей.

4. Культурні та соціальні бар'єри - це відмінності в культурних або соціальних звичаях можуть спричиняти труднощі в спілкуванні, а саме: нерозуміння культурних особливостей [46]. Іноді невербальні сигнали або стиль спілкування можуть тлумачитися неправильно тому що люди мають різні традиції та культурну специфіку спілкування. Розбіжності в цінностях, а саме різне розуміння важливих аспектів може створювати бар'єри у пошуку спільного рішення.

В психології існують методи та інструменти які дозволяють подолати психологічні бар'єри в діловій бесіді (рис. 3.3.)



Рис. 3.3. Інструменти подолання бар'єрів ділового спілкування

В діловому спілкуванні необхідно уважно слухати співрозмовника, не перебивайте та підтверджувати розуміння за допомогою уточнювальних запитань. Важливим є вміння контролювати емоції. Якщо виникає напруження, необхідно зробити паузу та переформулювати питання в спокійному тоні. Психологи рекомендують практикувати техніки дихання для зниження стресу. Під час ділового спілкування необхідно уникати стереотипів та упереджень, тому підходити до бесіди треба відкрито, без заздалегідь сформованих суджень про співрозмовника чи ситуацію.

Особливо важливим в діловому спілкуванні є забезпечення зворотного зв'язку. Для цього потрібно підтверджувати, розуміння позиції іншої сторони, обговорювати та уточнювати проблемні питання. Також необхідно покращувати мовні та невербальні навички, використовувати просту й зрозумілу мову, слідкувати за мовою тіла, щоб демонструвати відкритість до співпраці, розвивати психологічну гнучкість, тобто адаптувати аргументи та змінювати підхід ділової бесіди у разі потреби.

Отже, психологічні бар'єри можуть значно ускладнити ділову бесіду, але їх можна подолати за допомогою емоційної компетентності, активного слухання та відкритості до співпраці. Психологія ділової бесіди спрямована на досягнення

балансу між раціональними аргументами та емоційною компетентністю. Вміння слухати, розуміти мотиви співрозмовника та контролювати власні емоції сприяє досягненню продуктивних домовленостей і встановленню довготривалих партнерських відносин. Розвиток психологічних навичок підвищить ефективність комунікації та сприятиме досягненню продуктивних домовленостей в економічній сфері.

3.2. Аспекти національно-культурних особливостей міжнародного ділового спілкування

Національно-культурні особливості ділового міжнародного спілкування є важливим аспектом успішної взаємодії з партнерами з різних країн. Культура, традиції, етикет і комунікативні стилі впливають на те, як люди ведуть переговори, ухвалюють рішення та реагують на пропозиції. Розуміння цих відмінностей дозволяє уникнути непорозумінь і побудувати міцні професійні стосунки.

Серед ключових аспектів національних особливостей у діловому спілкуванні виділяються такі елементи: ставлення до часу, привітання, стиль комунікацій, ієрархія та прийняття спільних рішень, значення невербальної комунікації, сприйняття формальних домовленостей, поєднання особистих та формальних стосунків [49].

Емпіричне дослідження аспектів національно-культурних особливостей комунікацій у міжнародній сфері дають змогу стверджувати, що в таких країнах як: Німеччина, Швейцарія, Японія, щодо аспекту цінування часу, пунктуальність є принципово важливою в аспекті ставлення до часу. Запізнення на ділові зустрічі в цих країнах вважаються неповагою та знижують рівень довіри. В США та Канаді теж цінують пунктуальність, але допускають невеликі запізнення на

ділові зустрічі. Італія, Іспанія, Бразилія, Близький Схід мають гнучкий підхід до часу; так, запізнення можуть бути частиною звичних культурних практик [34].

Аспект “привітання” в таких країнах як: Східна Азія (Японія, Південна Корея) має власну специфіку, яка полягає в тому, що звичним способом привітання в ділових комунікаціях є поклон, а от рукостискання використовуються рідше. Тоді як в Європі та США рукостискання вважається основним привітанням, особливо при першій зустрічі. В країнах Близького Сходу рукостискання можливі, але фізичний контакт обмежується певними правилами, особливо у спілкуванні з жінками.

США, Велика Британія, Канада мають відкритий і прямий стиль спілкування, орієнтований на швидке ухвалення рішень. Японія, Китай, Південна Корея мають непрямий стиль комунікації, де важливим є підтекст, тому в діловому спілкуванні співрозмовники можуть уникати прямої відмови, або прямого схвалення рішення. Німеччина також має прямий стиль комунікації, але акцент у діловій комунікації робиться на деталях та точності.

Аспект “ієрархія та прийняття спільних рішень” передбачає, наприклад респект (повагу) до старших, де ієрархія посад, влади та досвіду є визначальним. Така концепція є характерною для Японії і Китаю. У США та Канаді акцент в ділових комунікаціях робиться на індивідуальності та швидкому ухваленні рішень, незалежно від статусу учасників. На Близькому Сході цінуються формальні титули та статус, і рішення часто приймаються лише на вищих рівнях [34].

Значення невербальної комунікації є важливим у таких країнах як Індія та Італія, тут активно використовуються жести, міміка, іноді навіть дотики (залежно від ситуації). Скандинавські країни утримуються від зайвих жестів, тримають дистанцію та демонструють стриманість. У Східній Азії (Японія, Китай) невербальні сигнали можуть бути дуже тонкими, навіть не активними, а прямий контакт очима іноді сприймається як виклик.

В аспекті “ставлення до формальних домовленостей” такі країни як Німеччина, Швейцарія, США надають великого значення формальним угодам та письмовим домовленостям. На Близькому Сході та Латинській Америці усні домовленості та особисті відносини можуть мати більше значення, ніж формальні документи. У Китаї можуть змінювати умови угоди в процесі, вважаючи це гнучким підходом [51].

Особисті та професійні стосунки на Близькому Сході, у Латинській Америці та Індії великого значення надають побудові особистих відносин перед обговоренням бізнес-питань. Для Європи та США характерними є саме професійні відносини які часто мають пріоритет, і вони чітко відділяються від особистих, в Японії надання подарунків та дотримання етикету є невід’ємною частиною побудови професійних відносин.

Національні особливості ведення ділових переговорів значно впливають на процес комунікації і досягнення домовленостей. Кожна країна має свої унікальні підходи, етикет та очікування під час переговорів. Розуміння цих відмінностей допомагає краще зрозуміти потреби партнерів, уникнути конфліктів та підвищити шанси на успіх.

Розглянемо особливості ведення ділових переговорів у різних країнах [51]:

США. Орієнтація ділових переговорів орієнтована тільки на результат. Американці часто прагнуть до швидкого прийняття рішень і сконцентровані на результаті, вони цінують чесність і відкриту комунікацію, уникають завуальованих фраз. В США переговори зазвичай відбуваються за чіткою структурою, де питання обговорюються послідовно. Там завжди цінують дух суперництва та часто використовують жорсткі переговорні тактики для досягнення найкращих умов.

Японія. Характерною ознакою ведення переговорів у Японії є ієрархічність. Японські переговори характеризуються глибокою повагою до старших за статусом, і часто рішення ухвалюються колективно. Японці уникають

прямолінійності, віддають перевагу м'якому підходу та завуальованим відмовам. Для японців важливо створити атмосферу довіри та партнерства, що може займати чимало часу, вони завжди віддають перевагу детальному обговоренню всіх аспектів, прагнучи досягти максимальної точності.

Німеччина. Німці надають великого значення плануванню і дотриманню структури. Важливим в переговорах є точність та пунктуальність, запізнення і недотримання термінів сприймаються як неповага. Німці зазвичай висловлюють свою думку прямо і очікують того ж від співрозмовника. Усі домовленості фіксуються в письмовому вигляді, з повним переліком обов'язків та зобов'язань.

Китай. Для Китаю пріоритетний є стосунки (гуаньсі). Китайці надають значення особистим і довірливим стосункам, що є основою для початку переговорів. У переговорах з ними важливо дотримуватись поваги до старших за віком чи статусом. Вони можуть переглядати умови угоди навіть після укладення договору, що для них є ознакою адаптивності, часто уникають прямої відмови, висловлюючи незгоду завуальовано.

Велика Британія в переговорах сповідує офіційність та ввічливість. Британці відомі своїм стриманим і формальним стилем ведення переговорів, вони можуть використовувати непрямі висловлювання, щоб уникнути відкритої незгоди. Часто підходять до нових пропозицій із обережністю, зважуючи всі ризики, надають великого значення аргументації та раціональному підходу, очікуючи детальних обґрунтувань.

Індія. Індійці цінують гнучкий підхід і можуть вносити зміни в переговори на будь-якому етапі, надають великого значення особистим стосункам, зокрема довірі. Переговори ведуться з урахуванням соціального статусу, і рішення можуть прийматися лише старшими за віком чи рангом. Індійці можуть не поспішати з ухваленням рішень і вважають це частиною стратегії.

На Близькому Сході високу цінність в переговорах має довіра та особисті стосунки. Довіра будується перед початком переговорів, і це може займати

певний час. А от точність не завжди є критичною, процес переговорів може бути тривалим, і рішення ухвалюються неквапливо. Важливо дотримуватися поваги до старших за віком або статусом. Учасники уникають прямих відмов, можуть висловлювати незгоду обережно, щоб уникнути конфліктів.

Франція. Французи цінують інтелектуальні дискусії і не уникають дебатів. Зазвичай використовують прямолінійність, але очікують ввічливості та поваги до культурних традицій. Звертаються один до одного за допомогою титулів і статусів, особливо на початкових етапах переговорів. Французи надають великого значення детальній підготовці до переговорів та ретельному аналізу пропозицій.

Культурні особливості відіграють вирішальну роль у процесі переговорів, оскільки впливають на стиль спілкування, прийняття рішень, ставлення до конфліктів та загальну атмосферу взаємодії між сторонами. Успішне врахування культурних відмінностей допомагає запобігти непорозумінням, підвищує ефективність переговорів та сприяє побудові міцних ділових стосунків.

Для ефективного ділового міжнародного співробітництва потрібно використовувати психологічні методи і інструменти що дозволять побудувати міцні ділові комунікації в економічному середовищі [14]. По-перше, необхідно знати культурні особливості та традиції партнерів, щоб бути готовими до їхніх очікувань та стилю ведення бесіди. Необхідно враховувати важливість статусу та старшинства в багатьох культурах, особливо у Східній Азії та на Близькому Сході. Необхідно бути готовими до непередбачених змін у процесі переговорів та вміти адаптуватися до культурних відмінностей. У багатьох культурах цінують формальність та повагу до правил етикету, особливо на початку спілкування, тому важливим є дотримання правил етикету. Не всі переговори мають проходити в строгому діловому ключі – у багатьох країнах важливі особисті зустрічі поза офісом, так, у США чи Німеччині варто використовувати більш прямий стиль комунікації, в Японії чи Китаї – непрямую комунікацію [27].

Завжди потрібно адаптувати власні очікування щодо пунктуальності та тривалості обговорень та бути готовими, що важливі рішення в де яких країнах можуть вимагати додаткового часу. Під час налагодження ділової міжнародної комунікації потрібно звертати увагу на невербальні сигнали, особливо якщо країна партнерів має непрямий стиль комунікації. Знайомство та створення особистих стосунків може суттєво підвищити шанси на успіх, особливо у культурах, де цінують особисту довіру.

Отже, культурні особливості відіграють ключову роль у процесі міжнародних переговорів, і їхнє врахування значно підвищує шанси на успішне завершення переговорного процесу. Знання основних особливостей допомагає швидше встановити контакт, подолати непорозуміння та побудувати довготривалі партнерські відносини. Успішне міжнародне ділове спілкування вимагає врахування національних особливостей комунікації та поваги до культурних традицій партнерів. Знання цих аспектів дозволяє вибудувати довготривалі та продуктивні відносини з партнерами по всьому світу.

Висновки до розділу 3

1. Основними комунікаційними процесами в міжнародному економічному співробітництві є ділові бесіди та переговори. Ділова бесіда – це форма комунікації, яка використовується для вирішення професійних питань, обговорення робочих завдань, укладання угод або прийняття рішень у бізнес-середовищі. Міжнародні переговори являють собою процес міжособистісної взаємодії міжнародних партнерів, що спрямований на розв’язання конфліктів або розвиток співробітництва та містить спільне прийняття рішень, які матимуть міжнародне значення. Врахування психологічних аспектів ділового спілкування дозволяють проводити ефективну міжнародну комунікацію, професійно займатися міжнародною соціально-економічною медіацією, а також сприяти успішному розвитку міжнародного бізнесу.

2. Досягнення угоди, прийняття рішення та встановлення домовленостей є основними елементами успішної ділової міжнародної комунікації. В площині психології, актуальним є розгляд особливих компонентів міжнародних комунікацій, до яких відносяться культурні чинники, особливості аналізу переговорного процесу та деякі хронотопні фактори, які забезпечують впорядкованість і зрозумілість співпраці, мінімізують ризики виникнення конфліктів та сприяють не лише досягненню поставлених економічних цілей, а й налагодженню міжособистісних та групових контактів.

3. Психологія ділової бесіди є важливою складовою ефективної комунікації в економічному та бізнес-середовищі, вона охоплює розуміння поведінки, мотивів та емоцій співрозмовників для досягнення спільної мети. Вміння враховувати психологічні аспекти дозволяє створити атмосферу довіри, знизити рівень напруги й уникнути конфліктів під час обговорень. Ключовими психологічними принципами ділової бесіди є: емпатія, активне слухання, емоційний контроль, психологічна гнучкість та позитивне влаштування ділових співрозмовників.

4. Важливим психологічним аспектом ефективної міжнародної комунікації є культурні та національні особливості ведення переговорних процесів. Так, представники США, звиклі до прямоти, можуть сприймати м'яку японську комунікацію як ухиляння від відповіді або невизначеність, тоді як для японців це спосіб зберегти ввічливість і уникнути тиску. Врахування цього дозволяє американським переговорникам уникати прямих запитань, які можуть викликати дискомфорт, натомість даючи японським колегам час на обдумування. Європейські компанії, що цінують точність і пунктуальність, можуть розчаруватися в процесі довгих обговорень і спонтанних змін підходів у арабських країнах. Але розуміння, що таке ставлення до часу пов'язане з культурою, допомагає європейським партнерам адаптуватися і виділяти більше часу для будування особистих стосунків.

5. Успішні переговори в багатокультурному середовищі вимагають психологічного знання та розуміння культурних відмінностей. Це дозволяє будувати довірчі стосунки, уникати непорозумінь і досягати оптимальних результатів для обох сторін. Врахування культурних особливостей – це не лише вияв поваги, а й ефективний психологічний інструмент для зміцнення ділових зв'язків.

ВИСНОВКИ

1. Міжнародне ділове спілкування – вид ділового спілкування, яке відбувається в різних культурах. Це міжособистісне спілкування партнерів у діловій міжнародній сфері (бізнесі), направлене на вирішення взаємовигідних питань, однак це може бути проблемою, оскільки культурні норми та очікування можуть сильно відрізнятися від країни до країни, що може призвести до виникнення труднощів та складних ситуацій у процесі спілкування. Саме тому психологічні аспекти ділового спілкування є актуальними в міжнародній співпраці.

2. Міжнародне ділове спілкування та загальне ділове спілкування мають спільні принципи, а саме поєднання вербальних та невербальних інструментів спілкування. При чому останні в де-яких випадках можуть грати ключову роль в ефективному спілкуванні. Ефективність ділового спілкування залежить від дотримання етико-психологічних норм та правил, а в міжнародній сфері вимагає чутливості до культурних нюансів, традицій і стилів спілкування. Міжнародне ділове спілкування передбачає дотримання глобального ділового етикету та правил міжкультурної комунікації, а саме розуміння належних привітань, стилів переговорів і звичаїв. Усвідомлення цих культурних норм є життєво важливим для побудови довіри та підтримки позитивних стосунків у міжнародному співробітництві. Неправильне тлумачення культурних норм може призвести до непорозумінь і перешкодити діловим відносинам.

3. Робота з кількома мовами є особливою складовою міжнародного ділового спілкування. Одним з елементів психології ділового спілкування є активне слухання, тобто розуміння ділового партнера. Мовні відмінності можуть призвести до неправильного спілкування, і для ефективного подолання цих прогалин важливо використовувати перекладачів або найняти багатомовний персонал.

4. Дослідження психологічних аспектів ділового спілкування передбачає використання сукупності загальнонаукових методів та методів психології, серед яких: теоретичний аналіз; психологічного спостереження; психологічного експерименту; емпіричний метод дослідження; метод опитування; тестового методу; метод аналізу продуктів діяльності; методи математичної обробки даних; графічні методи тощо.

5. Практичною частиною дослідження психологічних аспектів ділового спілкування у міжнародному співробітництві є опитування управлінського складу підприємств що здійснюють ділові міжнародні відносини. Опитування проводилось у формі анкетування, в якому прийняли участь 50 респондентів - представників управлінського персоналу (керівники підприємств, відділів, підрозділів, служб) підприємств, що у своїй виробничій діяльності здійснюють міжнародне співробітництво, а саме: Логістична компанія ТОВ «АКРІС ЛОГІСТИК» (послуги транспортування та логістики), ТОВ «МАЛИН ФЕКТОРІ» (продаж заморожених овочів, грибів, фруктів ягід), ПАТ «Житомир-Авто» (міжнародні транспортні перевезення), ТОВ «КОДНЯ ТРЕЙД ЛОГІСТИК» (послуги логістики, торгівля лісоматеріалами).

Опитування показало, що 72,2 % респондентів володіють мовою країни – ділового партнера при веденні перемовин та укладанні ділових договорів. Лише близько 30 % наймають перекладача, що частково ускладнює ділову комунікацію з міжнародними партнерами. Половина респондентів відмітили, що знання культури країни міжнародної співпраці впливає на результат ділових міжнародних перемовин. Зважаючи на те, що більшість досліджуваних підприємств співпрацює з країнами ближнього зарубіжжя, специфічних культурних особливостей майже не відчутно. Близько 65 % респондентів використовують засоби невербальної комунікації у діловій міжнародній співпраці, а майже 88 % респондентів володіють навичками ділового етикету, вміють вести перемовини і ділові бесіди. Респонденти зазначили, що у більшості

випадків ділова співпраця відбувається з представниками чоловічої статі (зважаючи на вид економічної діяльності досліджуваних підприємств). Що показово, майже всі респонденти (95,1 %) заявили, що знання психології спілкування впливають на ефективність ділового співробітництва. Що підтверджує актуальність вивчення психологічних особливостей ділового спілкування.

6. Ділове спілкування у міжнародній сфері має ряд умов, які впливають на його ефективність, серед них: використання стандартизованих практик ділового спілкування, домінування однієї мови в процесі налагодження міжнародних ділових контактів, врахування часові поясів, юридичних та регулятивних відмінностей ведення бізнесу в різних країнах. Особливою умовою успішного ділового спілкування у міжнародному співробітництві є знання місцевого етикету, культурних відмінностей та традицій. Однією з найважливіших умов ефективного міжнародного співробітництва є психологічні міжособистісні навички спілкування. Міжнародне спілкування вимагає додаткового рівня культурної обізнаності, управління мовою та здатності до адаптації через складнощі, пов'язані з транскордонними взаємодіями. Саме знання з області психології спілкування дозволяють досягти ефективності у міжнародному співробітництві.

7. Ділова комунікація у міжнародній діяльності характеризується трансграничним характером взаємодії між економічними суб'єктами та визначає потребу у володінні знаннями та практичними навичками з психології ділового спілкування. Сучасній психології властиві не лише методологічні можливості у пізнанні закономірностей психології людини, але й спроможність забезпечити ефективність перемовин, оскільки переговорний процес являє собою мистецтво та науку, що спрямовані на досягнення згоди внаслідок успішної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аносова, А. В. Комунікативна культура в сучасній педагогічній практиці: навч.-метод. посіб. / Департамент освіти і науки Київ. обл. держ. адмін., Київ. обл. ін-т післядиплом. освіти пед. кадрів, 2017. 168 с.
2. Баклицький, І. О. Психологія праці : підручник / І. О. Баклицький. 2-е вид., переробл. і допов. К. : Знання, 2008. 656 с.
3. Блінов О.А. Психологічне забезпечення переговорного процесу : навч. посіб. К. : НАУ, 2013. 255 с.
4. Баранюк Н. І., Гоза В. М. Вплив керівника на підлеглих як прояв його влади та авторитету. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія психологічна. 2014. Вип. 1. С. 223- 232.
5. Березіна, Н. О. Організаційно-правові аспекти діяльності психологічної служби системи освіти : спецкурс для слухачів очно-дистанц. форми навч. в сист. післядиплом. пед. освіти / Н. О. Березіна [та ін.] ; Нац. акад. пед. наук України, Ун-т менедж. освіти. К. : Ун-т менедж. освіти, 2015. 36 с.
6. Бестужева С. В. Концептуальні підходи до визначення сутності ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу: аналітичний аспект. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2020. Вип. 1 (57). С. 7-11.
7. Бех, І. Д. Особистість у просторі духовного розвитку : навч. посіб. / І.Д. Бех. К. : Академвидав, 2012. 256 с.
8. Бондарчук, О. І. Психологічні умови попередження професійного стресу та професійного вигорання керівників освітніх організацій : спецкурс для слухачів очно-дистанц. форми навч. в сист. післядиплом. пед. освіти / О. І. Бондарчук [та ін.] ; Нац. акад. пед. наук України, Ун-т менедж. освіти. К. : Ун-т менедж. освіти НАПН України, 2015. 32 с.
9. Бондарчук, О.І. Розвиток мотивації вдосконалення психологічної компетентності керівників освітніх організацій в умовах очно-дистанційної

форми навчання : спецкурс для слухачів очно-дистанц. форми навч. в сист. післядиплом. пед. освіти / О. І. Бондарчук, Н. І. Пінчук, Д. Б. Рождественська ; Нац. акад. пед. наук України, Ун-т менедж. освіти. К. : Ун-т менедж. освіти, 2012. 32 с.

10. Васильченко О. М., Жебчук І. В. Переконання як засіб психологічного впливу в управлінській діяльності керівника закладу загальної середньої освіти. *Психологічний часопис*. 2019. Т. 5, № 9. С. 45-56.

11. Вашека Т. В. Психологія спілкування: навчально-методичний комплекс / Т. В. Вашека, І. С. Гічан. К. : Книжкове видавництво НАУ, 2006. 184 с.

12. Виговська О. Теорія та практика міжнародних переговорів : навч.-метод. посіб. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2023. 220 с.

13. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О. Групова динаміка та комунікації. Навча. Посіб. Київ : ДУТ, 2018. 223 с.

14. Винославська О. В. Функції та структура спілкування. Психологія: навч. посіб. К. : ІНК ОС, 2005. 352 с.

15. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація: навч. посібник К. : Вид. центр «Академія», 2006. 255 с.

16. Гура О.І., Гура Т.Є. Психологія управління соціальною організацією : навч. посіб. Запоріжжя : КПУ, 2013. 168 с.

17. Галашова О. Г. Формування навичок міжкультурної ділової комунікації в сфері менеджменту. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 262-267.

18. Головаха Є. І. Психологія людського взаєморозуміння / Є. І. Головаха, Н. В. Паніна. К. : 1989. 189 с.

19. Гребінь Н. В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Проблеми сучасної психології*. 2013. Вип. 21. С. 80-93.

20. Дуткевич Т. В. Конфліктологія з основами психології управління. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 456 с.

21. Емоційний розвиток дитини / [упоряд. С. Максименко, К. Максименко, О. Главник]. К. : Мікрос-СВС. 2003. 112 с. (Психологічний інструментарій).
22. Збірник нормативно-правових документів психологічної служби та ПМПК системи освіти України / упоряд. В. Г. Панок, І. І. Цушко, А. Г. Обухівська ; Мінво освіти і науки України, Акад пед. наук України, Укр. наук.-метод. центр практ. психології і соц. роботи. К. : Шкільний світ, 2008. 256 с.
23. Ішмуратов А.Т. Конфлікт і згода: Основи когнітивної теорії конфліктів. К. : Либідь, 2005. 464с.
24. Кайлюк Є. М., Фесенко Г. Г. Психологія управління: навч. посіб. 2- ге вид. перероб. та доп. Х. : ХНАМГ, 2012. 202 с.
25. Карамушка Л.М. Психологічні засади організаційного розвитку : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 206 с.
26. Карамушка Л.М. Методики діагностики психологічних особливостей інноваційних змін в освітніх організаціях : навч. практикум для слухачів очнодистанц. форми навч. в сист. післядиплом. пед. освіти / Л. М. Карамушка, О.С.Толков ; Нац. акад. пед. наук України, Ун-т менедж. освіти. К. : Ун-т менедж. освіти, 2015. 32 с.
27. Карамушка Л.М. Психологія підприємницької поведінки в освітніх організаціях : спецкурс для слухачів очно-дистанц. форми навч. в сист. післядиплом. пед. освіти / Л. М. Карамушка, О. В. Креденцер ; Нац. акад. пед. наук України, Ун-т менедж. освіти. К. : Ун-т менедж. освіти, 2012. 24 с.
28. Корольчук М.С. Соціально-психологічне забезпечення діяльності в звичайних та екстремальних умовах : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / М. С. Корольчук, В. М. Крайнюк. К. : Ніка-Центр, 2009. 580 с.
29. Костриця Н.М. Методика навчання студентів спілкування в управлінській діяльності [Текст] / Н.М. Костриця, В.І. Свистун, В.В. Ягупов. К. : Центр навч.л-ри, 2006. 272 с.
30. Кириченко В.В. Психологія праці та інженерна психологія : навчальний

посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2022. 240 с.

31. Красноручський О. О., Смігунова О. В. Етичні аспекти проведення ділових переговорів в сучасних умовах. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2016. Вип. 171. С. 21-26.

32. Леонова Н. С. Нарада як вид офіційно-ділового спілкування. Наукова скарбниця освіти Донеччини. 2012. № 4. С. 81-85.

33. Лисиця Н. М., Ястремська О. О., Вдовічена О. Г. Стратегії ведення ділових переговорів в українському бізнес-середовищі. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 9 (15). С. 74-82.

34. Лозниця В.С. Психологія менеджменту [Текст] / В.С. Лозниця. К.: ТОВ"УВПКЕксОб", 2001. 512 с.

35. Максименко С. Д. Загальна психологія: навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

36. Максименко, С. Д. Психологія особистості : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / С.Д. Максименко, [К.С. Максименко, М.В. Папуча] ; за ред. С.Д. Максименка. К. : КММ, 2007. 296 с.

37. Максименко, С. Д. Психологія та педагогіка : підручник / С.Д. Максименко [та ін.]. К. : Слово, 2012. 584 с.

38. Максимов, М. В. Психологія розвитку : тести : навч. посіб. / М. В. Максимов. К. : Ліра-К, 2010. 242 с.

39. М'ясоїд, П.А. Задачі з курсу загальної психології : задачі для студ. вищ. навч. закладів / П.А. М'ясоїд. К. : Вища школа, 2000. 184 с.

40. Мельник, Л. П. Психологія управління: курс лекцій / Л. П. Мельник; Міжрег. Акад. упр. персоналом (МАУП). 2-е вид., стер. К. : МАУП, 2002. 176 с.: іл. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. К.: Академвидав, 2003. 568 с.

41. Москаленко, В. В. Соціальна психологія : підручник. К. : Центр. навч. л-

ри, 2005. 624 с.

42. Нікітчук У.І. Психологічне тестування: навч.-метод. посіб. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. 115 с.

43. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління [Текст]. К.: Академвидав, 2003. 568 с.

44. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навч. посібник. К. : Академвидав, 2005. 448 с.

45. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 356 с.

46. Почепцов Г.Г. Теорія комунікацій [Текст]. К.: Вид. центр „Київ. ун-т”, 1999. 212 с.

47. Практикум із групової психокорекції : підручник / С. Д. Максименко [та ін.]. Мелітополь : вид-во Мелітоп. держ. пед. ун-ту ім. Б. Хмельницького, 2015. 412 с.

48. Психологічна служба : підручник / [А. Г. Обухівська та ін.] ; за наук. ред. В. Г. Панка ; Нац. акад. пед. наук України, Укр. наук.-метод. центр практ. психології і соц. роботи, Всеукр. асоц. практикуюч. психологів. К. : Ніка-Центр, 2016. 362 с.

49. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування [Текст]. Л.: Сполом, 2001. 224 с.

50. Рибалка В.В. Методологічні проблеми наукової психології: посібник. К.: ІООД НАПН України. 2017. 160 с.

51. Слюсаревський, М. М. Психологія міграції : навч. посіб. / М.М. Слюсаревський, О. Є. Блінова ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. Кіровоград : [Імекс-ЛТД], 2013. 244 с.

52. Скрипченко О. В. Загальна психологія : навч. посібник /О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська та ін. К. : Либідь, 2005. 465 с.

53. Трофімов Ю. Л. Психологія : підручник / Ю. Л. Трофімов, В. В. Рибалка,

П. А. Гончарук та ін.; за ред. Ю. Л. Трофімова. К. : Либідь, 2001. 560 с.

54. Туриніна О.Л. Методологія та методи психологічного дослідження: навч.-метод. посіб. Київ : ДП “Вид. дім “Персонал”. 2018. 206 с.

55. Ходаківський Є.І. Психологія управління: Навч. посіб. / Є.І. Ходаківський, Ю.В. Богоявленська, Т.П. Грабар. К.: Центр учбової літератури, 2016. 687 с.