

О.М. Муравйова, викл.

Т.А. Кравцова, викл.

О.В. Обозна, викл.

НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У РАМКАХ АНГЛОМОВНОГО СПЕЦКУРСУ «ПРАКТИКА КОМЕРЦІЙНИХ ПЕРЕГОВОРІВ»

Досліджено педагогічні та методичні особливості навчання ведення комерційних переговорів англійською мовою. Конкретизовано мету та зміст переговорів як ситуації ділового спілкування, виділено їх фази, функції та основні групи вмінь. Проведено класифікацію, а також теоретично обґрунтовано комплекс комп'ютерних вправ і тестових завдань у текстовому процесорі. Запропоновано етапи, на підставі яких розроблено модель навчання майбутніх економістів комерційних усних та писемних переговорів у текстовому процесорі за умов кредитно-модульної системи.

Исследованы педагогические и методические особенности обучения проведению коммерческих переговоров на английском языке. Конкретизированы место и роль переговоров как ситуации делового общения, выделены их фазы, функции и основные группы умений. Проведена классификация и дано теоретическое обоснование компьютерных упражнений и тестовых заданий в текстовом процессоре. Предложены этапы, на основании которых разработана модель обучения будущих экономистов коммерческим устным и письменным переговорам в текстовом процессоре в рамках кредитно-модульной системы.

The article dwells upon the pedagogical and methodological premises of commercial oral and written negotiations in English. A place and role of negotiations as situation of business intercourse has been specified; their phases, functions and basic groups of abilities have been selected. Classification has been provided and the theoretical ground of computer exercises and test tasks is given in a word processor. The stages on the basis of which the model of teaching of future economists to the commercial verbal and writing negotiations have been developed in a word processor within the framework of the credit-module system are offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Активізація зовнішньої політики України, розширення та зміцнення міжнародних економічних зв'язків зумовлюють появу нового соціального замовлення суспільства, яке полягає у вихованні висококваліфікованих фахівців економічної галузі, здатних ефективно взаємодіяти на різних рівнях із представниками міжнародної спільноти.

Згідно з *Галузевим стандартом вищої освіти для фахівців економічного профілю та Програмою з англійської мови для професійного спілкування* метою навчання майбутніх економістів

англійської мови є формування необхідної комунікативної здатності у сферах професійного та побутового спілкування в усній і письмовій формах. У зв'язку з цим обґрунтовується необхідність навчання студентів економічних спеціальностей веденню комерційних переговорів, насамперед *ділових усних переговорів* (контактна форма спілкування із зарубіжними партнерами) та *ділових писемних переговорів* (дистанційна форма спілкування), тобто через електронну пошту, факсом тощо. Тому вирішення проблеми формування та розвитку іншомовних умінь, пов'язаних із веденням комерційних переговорів, є важливою умовою підвищення якості професійної іншомовної підготовки майбутніх економістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало досліджень містять рекомендації з навчання майбутніх економістів ділового спілкування іноземною мовою (Н.Л. Драб, Н.В. Зінукова, А.П. Коваль, С.П. Кожушко, В.А. Лівенцова, О.Б. Тарнопольський та ін.). Основні аспекти навчання ведення ділових бесід з іноземними партнерами студентів економічних спеціальностей висвітлено у працях С.С. Коломієць та Л.Ф. Манякіної. Проте проблему досліджено й висвітлено недостатньо.

Зауважимо, що в деяких зарубіжних дослідженнях [1] питання формування вмінь ділових переговорів розроблені здебільшого практично, без достатнього теоретичного обґрунтування. Ці праці, безперечно, заслуговують на увагу, проте вони не можуть вирішити проблему навчання студентів вітчизняних немовних ВНЗ, оскільки розраховані на тих, хто спілкується у професійній сфері рідною мовою, де культура ділового спілкування виробляється протягом багатьох десятиліть. Існує істотна різниця в рівні володіння діловою англійською мовою носіями цієї мови і студентами ВНЗ України, різняться рівень і характер економічної системи, геополітичне становище країн у світі тощо.

Перед викладачами іноземних мов постає завдання – підготувати фахівця-особистість, спроможного вести ділові переговори в усній та письмовій формах.

Мета та завдання статті – теоретично обґрунтувати методики навчання майбутніх економістів у рамках англійського спецкурсу «Практика комерційних переговорів». Для досягнення поставленої мети необхідно конкретизувати зміст переговорів як ситуації ділового спілкування; проаналізувати методичні особливості комерційних переговорів англійською мовою; визначити роль і місце комп'ютера у вивченні спецкурсу; здійснити відбір навчального матеріалу; визначити етапи навчання ведення ділових переговорів англійською мовою; розробити модель навчання майбутніх економістів ведення комерційних переговорів англійською мовою з комп'ютерною підтримкою в умовах кредитно-модульної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. *Ділове спілкування* [3] визначають як специфічну форму взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації. Ситуації ділового спілкування, в яких можуть брати участь економісти, діляться на дві групи: ситуації безпосереднього та опосередкованого ділового спілкування. До безпосередньої ділової комунікації відносяться комерційні переговори.

Під *комерційними переговорами* ми розуміємо взаємодію людей, в якій учасники виконують певні соціальні ролі, унаслідок чого в переговорах розрізняють цілі їх проведення, мотиви, а також способи, завдяки яким відбуваються ділові контакти. Переговори є спільною з партнером діяльністю, спрямованою на вирішення певних загальних проблем, які стоять перед сторонами. На комерційні переговори (КП) впливають багато чинників – предметна сфера, рівень переговорного процесу, кількість сторін, механізм прийняття рішень. Характер КП розрізняють залежно від наявності конфліктної ситуації та співробітництва сторін. Звідси, основною *метою* комерційних переговорів є переконання партнера у вирішенні проблеми, що відповідає спільним інтересам. КП підрозділяються на певні *типи* (між клієнтом та постачальником (customer-supplier negotiations), стосовно заробітної платні (wage negotiations), пов'язані зі злиттям фірм чи компаній (merger/takeover negotiations), торгові переговори (trade negotiations)) і *види* (інтенсивні/напружені (intense/intensive negotiations); делікатні/«тонкі» (delicate/tense negotiations); переговори, які проводяться «в останню хвилину»/«із запізненням» (eleventh-hour/last minute negotiations); тривалі (protracted negotiations)). Переговори мають стратегічну лінію (визначення певної мети), тактику (вибір певної моделі поведінки), техніку (систему правил і прийомів). Існує два способи ведення комерційних переговорів: *усний та письмовий*.

Проаналізувавши структуру переговорів та переговорний процес, ми можемо визначити такі фази КП: 1) *підготовчу*: аналіз учасників, теми та ситуації; визначення стратегії й тактики проведення КП; підготовка детального плану; визначення мети та завдань; розподіл ролей; 2) *основну*, в яку входить сценарій переговорного процесу: початок КП; продовження процесу за столом переговорів; подолання труднощів протягом переговорного процесу; 3) *завершальну*: досягнення та підписання угоди; обмін листами щодо успішно проведених КП.

У процесі навчання особливу роль відіграють лінгвістичні особливості комерційних переговорів: *офіційно-діловий стиль КП*, який реалізується у *письмовій* формі (листи, меморандуми, протоколи, звіти щодо проведення переговорів) й *усній* формі (телефонні

переговори). *Ділові документи*, які найчастіше використовують на КП, – це контракти, меморандуми, протоколи, звіти. Тексти ділових документів мають такі риси: офіційно-діловий стиль, чіткість побудови тексту, логічна послідовність викладу матеріалу, переконливість аргументації, точність і логічність формулювань, доказовість висновків і рекомендацій, чіткість фраз. Тут існує своя специфічна мова *Sales language*: мова продавця та мова покупця, які реалізуються за допомогою певних позамовних (процесуальний та психофізіологічний аспекти) і мовних (лінгвістичний аспект) засобів.

У навчанні майбутніх економістів ураховуються вербальні та невербальні засоби спілкування, етикет комерційних переговорів, комунікативні стратегії та прийоми впливу на партнерів: *перцептивний, інтерактивний та комунікативний* [2].

У результаті опитування студентів економічних спеціальностей (50 респондентів) Харківського державного університету харчування та торгівлі в 2012 році ми зробили висновок, що рівень сформованості навичок та вмінь серед майбутніх фахівців у сфері економіки та менеджменту потребує покращення за рахунок інтенсифікації навчального процесу, зокрема використання комп'ютера. Тому у процесі навчання мовним та мовленнєвим зразкам КП, проведення тестування щодо перевірки навичок та вмінь доцільне використання текстового процесора.

Під *текстовим процесором* маємо на увазі спеціальну комп'ютерну програму, яка дає можливість створювати, редагувати тексти й роздруковувати їх. Хоча під час роботи з текстовим процесором студенти використовують лише друкований текст (активізуючи такі види мовленнєвої діяльності, як читання й писання), ефект досягається також у сфері усного мовлення завдяки розширенню мовного та мовленнєвого запасу, умінню складати речення та створювати тексти.

Текстовий процесор у навчанні використовується викладачем як *інструмент для створення різних вправ та стимулювання діяльності студентів*, спрямованої на створення текстів англійською мовою. За допомогою текстового процесора виконуються різноманітні операції, пов'язані з маніпуляцією текстом і які неможливо виконувати з роздруковками: вставку або заміну окремих елементів, їх вилучення, перестановку літер, слів, речень або абзаців, об'єднання окремих елементів у єдине ціле. Операції такого типу здійснюються, зокрема, під час виконання вправ на зіставлення, трансформацію, завершення слів або речень, доповнення тексту, розміщення слів, речень або абзаців у певній послідовності, редагування тексту. Робота з текстовим процесором дозволяє органічно поєднувати індивідуальну, парну та групову навчальну діяльність (ведення різних КП), стимулює

комунікативну спрямованість навчання і створює відповідну мотивацію.

Отже, в основу комплексу в текстовому процесорі було покладено *вправи на: зіставлення (або комбінаційні), упорядкування, трансформацію, редагування тексту, завершення, доповнення тексту, розширення тексту, запитання-відповіді*, також для *самостійного створення* студентами різноманітних *текстів* (ділові листи, меморандуми, звіти тощо) та організації *ділових ігор*. Що стосується розробки *тестових завдань* для визначення рівня сформованості навичок та вмій ведення комерційних переговорів англійською мовою, то це *тестові завдання із множинним вибором, комбінаційні, підстановчі, трансформаційні, на впорядкування або послідовне розташовування, клоуз-тест, знаходження й виправлення помилок, визначення семантико-синтаксичних зв'язків*.

До *вправ* ми сформулювали такі вимоги: комунікативність, умотивованість, професійна й культурологічна спрямованість, урахування стосунків між партнерами КП, ступінь керованості діями студентів залежно від фази КП, уведення ігрових моментів, місце виконання вправи, об'єкт контролю. Згідно з цими вимогами був створений комплекс вправ для навчання майбутніх економістів.

Під час розробки *тестових завдань* для визначення рівня сформованості навичок та вмій нами були враховані такі *вимоги*: наявність чітких шкал оцінки, групування матеріалу щодо ведення КП з урахуванням різних фаз; чітка і зрозуміла інструкція та еталон відповіді (ключ).

Робота з комплексом вправ і тестових завдань відбувається на *підготовчому, основному та завершальному* етапах. Метою *підготовчого етапу* є забезпечення студентів мовним та мовленнєвим матеріалом, необхідним для ділової усної та писемної комунікації. Цей етап містить групи вправ і тестових завдань, розроблених у текстовому процесорі, для навчання діловій комунікації; мовленнєвому етикету спілкування; лексичному та граматичному матеріалу для ведення світської бесіди та професійного спілкування; ведення телефонних переговорів англійською мовою; написання повідомлення; проведення засідань. Такий етап ми вважаємо підґрунтям, необхідним для оволодіння студентами навичками та вміннями ведення комерційних переговорів. Він має на меті ввести студентів у коло проблем: КП як ситуація ділового спілкування; типи та види КП; учасники переговорного процесу; підготовка до КП. *Основний етап* включає навчання студентів веденню переговорів в усній та письмовій формах та подоланню труднощів, які виникають протягом комунікації. На *завершальному етапі* студенти вчаться гідно закінчувати КП.

Наведемо приклади окремих вправ з різних груп для кожного етапу спецкурсу в текстовому процесорі.

Підготовчий етап

Тема: «Підготовка до КП» («Preparing negotiations»)

Вправа 1. *Мета:* навчити студентів послідовного та зв'язного викладення інформації. *Інструкція:* You are an expert of negotiation and you should prepare to negotiate with a very important company which has been producing pumps of good quality. What steps would you do? Arrange the steps in the correct order and put your variants in the table. Check your answers with the key. Before negotiations begin, preparing and planning are very important.

a) If you are negotiating as part of a negotiating team, consult your colleagues about points a to e, and allocate roles and responsibilities.

b) Try to estimate the needs and objectives of the other side.

c) Prepare a fallback position: conditions that you will accept if your original objectives are not met.

d) Perhaps you are in a position to influence the choice of venue: the place where you are going to meet: in your own offices, in their offices, in a hotel?

e) Get as much information as possible about the situation. If dealing with people from another culture, find out about its etiquette and negotiating styles: the way people negotiate what they consider to be acceptable and unacceptable behaviour, and so on.

f) Work out your initial bargaining position: what are your needs and objectives (the things that you want to achieve)? Decide your priorities (the most important objectives).

Основний етап

Тема: «Труднощі» («Difficulties»)

Вправа 2. *Мета:* навчити студентів вести КП англійською мовою (ділова гра) у текстовому процесорі.

Інструкція: Work with a partner to write a dialogue using the prompts below. There is a conflict between the Production Planning Department and the Purchasing Department due to a large surplus of expensive electrical components lying in the warehouse. Use as many modifying structures as you can to downtown your language and defuse the conflict.

Student A. You are responsible for Production Planning. You cannot understand why your department is paying storage costs for large quantity electrical components you do not need. Due to a cancellation of a customer order you recently had to reduce production and you have used fewer components than originally predicted.

Student B. You work in the Purchasing Department. You are responsible for ordering these electrical components, but you calculated the side of the order according to the output schedule given to you to in

Production. You always order extra and a long time in advance because these particular components are difficult to get and the orders take a long time to arrive.

Завершальний етап

Тема: «Закінчення КП» («Closing the negotiations»)

Вправа 3. *Мета:* навчити студентів закінчувати комерційні переговори (ділова гра) та розвивати у студентів уміння писати звіт про проведення цих переговорів.

Інструкція: You and your partner take part in negotiating. It should be on the closing phase (however, you cannot have a closing phase unless you have gone through something substantial before). You and your partner should play the role of a seller or a buyer. Both the sellers and buyers work for firms negotiating with a foreign firm to finalize a deal on the sale or purchase of a product. Your *main task* is to agree on: a realistic price, quality you can supply, size of orders you can fulfill, delivery times you can offer, length of guarantee to be offered, amount of discount.

The SELLERS send a copy of the product and its price and other specifications to the BUYERS. The SELLERS work with the product specification, deciding on their specifications and margins, as a team, for the negotiating process. They speak first in the negotiation sessions. When the negotiation is over, all the SELLERS and the BUYERS should meet in separate areas and report back to each other on their results. If no satisfactory result has been achieved, discuss what to do next.

After the simulation you should do the following task:

If you are SELLERS: Draft a report of the negotiation for head office. Summarize the progress and the results that were reached. What recommendation will you make?

If you are BUYERS: Draft a report of the negotiation for head office. Summarize the progress and the results that were reached. What recommendation will you make?

Наблизити ділові переговори на занятті до реальної комунікативної ситуації та зробити їх ефективними можна, використовуючи стандартні фрази та словосполучення: довести до Вашого відома – please, be advised; після надання – upon presentation; нижче, надалі – hereinafter; підтвердити отримання – acknowledge; домовленість – understanding; як тільки все з'ясується – as soon as we get things straight; незважаючи на – regardless off; мати безпосереднє відношення – to have full bearing on; брати на себе зобов'язання зробити щось – to undertake responsibility to do smth; виключне право – exclusive right; за підписом – over the signature; намагатися вирішити спірне питання шляхом переговорів – to try to settle disputes by negotiations; нами були вжиті необхідні засоби – we have taken the necessary steps.

Висновки. Комерційні переговори – це взаємодія людей, у якій учасники виконують певні соціальні ролі, унаслідок чого в переговорах розрізняють цілі їх проведення, мотиви, а також способи, завдяки яким відбуваються ділові контакти. Основною метою ділових переговорів є переконання партнера у вирішенні проблеми, що відповідає спільним інтересам. Ми, у свою чергу, розглядаємо навчання веденню комерційних переговорів як вправу, яка є однією зі складових інтерактивного навчання. Викладач мусить пам'ятати, що переговори є спільною з партнером діяльністю, спрямованою на вирішення певних загальних проблем, які стоять перед сторонами, і тому наближають навчальний процес до реальної комунікативної ситуації ділового спілкування. Навчаючи студентів виконувати комплекс вправ у текстовому процесорі, можна підвищити рівень володіння уміннями ділового усного та писемного спілкування. Під час виконання комп'ютерних вправ без допомоги викладача студенти зможуть раціональніше організувати самостійну роботу з англійської мови.

Список літератури

1. Buscha A. Geschäftskommunikation (Ведення делових переговорів) / Anne Buscha, Gisela Linthout. – К. : Методика, 2008. – 160 с.
2. Биконя О. П. Ділові усні та писемні переговори англійською мовою : навч. посібник / О. П. Биконя. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 486 с.
3. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посібник / М. В. Цюрупа. – К. : Кондор, 2004. – 172 с.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© О.М. Муравйова, Т.А. Кравцова, О.В. Обозна, 2013.