

АНОТАЦІЯ

Поєзднік О.В. Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 психологія. – Західноукраїнський національний університет. Тернопіль, 2024.

У кваліфікаційній праці проаналізовано основні науково-теоретичні концепції і підходи стосовно соціальної креативності майбутнього економіста, визначено та описано її кореляти, динаміку та психологічні чинники.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у тому, що:

уперше:

– виокремлено позитивний вплив соціальної креативності на становлення професійної компетентності економіста;

– визначено соціально-креативні предиктори професійної компетентності майбутніх економістів;

розширено уявлення про:

– психологічні кореляти соціальної креативності майбутніх економістів, що виявляються у зв'язках її якісних параметрів та змістових компонентів із соціальними якостями темпераменту, рольовою компетентністю, діалогічністю спілкування, емоційним інтелектом та креативністю, соціальним інтелектом, вербальною та емоційною креативністю, комунікативними та організаторськими схильностями;

– позитивний вплив високого рівня соціальної креативності та академічної успішності на становлення комунікативних якостей майбутніх економістів;

– предиктори соціальної креативності креативності майбутніх економістів, зокрема: загальний, внутрішньо-особистісний, міжособистісний показники, показники швидкості, оригінальності, гнучкості, розробленості;

– про вікову динаміку соціальних здібностей фахівців галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки через порівняльний аналіз показників соціальної креативності на різних курсах та спеціальностях;

уточнено:

– поняття соціальної креативності особистості;

дістала подальшого розвитку:

– система засобів психодіагностики соціальної креативності через адаптацію тесту на українській вибірці;

удосконалено:

– психодіагностику професійної компетентності фахівця завдяки створенню опитувальника для її оцінки у економістів;

– шляхи та засоби розвитку соціальної креативності майбутніх економістів.

У результаті теоретичного аналізу проблеми соціальної креативності особистості її було визначено як багатовимірну здатність до ефективної соціальної взаємодії та соціальної діяльності, що характеризується низкою стандартних для загальної креативності якостей (швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість), які змістово зумовлені мотивацією афіліації і творчості, готовністю до співпраці з іншими, високим соціальним інтелектом та вербальною креативністю, соціальною компетентністю, володінням комунікативними стратегіями, надситуативністю у прийнятті рішень у взаємодії, соціальною трансгресивністю, організаторськими та комунікативними здатностями у ситуаціях кооперації та конкуренції, наявністю командних цінностей, альтруїзму. Доведено позитивну роль соціальної креативності у комунікативно-коопераційному компоненті професійної компетентності майбутнього економіста, до структури якої також входять ціннісно-мотиваційний, регулятивно-вольовий, комунікативно-коопераційний, когнітивний та інформаційно-діяльнісний компоненти.

Створено психодіагностичний комплекс дослідження, що містив адаптований тест соціальної креативності (за показниками внутрішньо-особистісного та міжособистісного компонентів та за параметрами швидкості,

гнучкості, оригінальності та розробленості), а також авторську методичку дослідження рівня сформованості професійної компетентності економіста за показниками ціннісно-мотиваційного, регулятивно-вольового, комунікативно-коопераційного, когнітивного та інформаційно-діяльнісного компонентів, валідність та надійність яких доведені.

Емпірично визначено, що студенти-економісти характеризуються найнижчими показниками соціальної креативності незалежно від курсу навчання у порівнянні із майбутніми політологами, соціологами і особливо психологами. Визначено, що рівень академічної успішності студентів-економістів не має істотного впливу на самооцінку соціальної креативності, натомість фактична соціальна креативність за результатами тестування студентів має залежність від їх академічної успішності: в неуспішних здобувачів її показники зростають лінійно протягом навчання у ЗВО, а в успішних вони сягають найвищого рівня на третьому курсі, а потім спадають. Крім того, визначено, що більш успішні у навчанні майбутні економісти мають вищий рівень внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності, а також оригінальності соціальної креативності, особливо на початку навчання у виші. У студентів-економістів із високою академічною успішністю виявлено найбільш істотні переваги у розвитку розробленості соціальної креативності у порівнянні із студентами інших спеціальностей.

Визначено кореляти соціальної креативності майбутніх економістів. Швидкість соціальної креативності позитивно корелює із комунікативними якостями темпераменту, особливо швидкістю, а також із ефективністю емоційної креативності, швидкістю вербальної креативності, комунікативною незалежністю. Змістові характеристики (внутрішньо-особистісний та міжособистісний компоненти), а також якісні характеристики (оригінальність, гнучкість та розробленість) соціальної креативності позитивно пов'язані із показниками емоційним інтелектом, вербальною та емоційною креативністю, рольовою компетентністю, соціальним інтелектом, комунікативними та організаторськими схильностями, комунікативною креативністю та діалогічною спрямованістю у спілкуванні.

Визначено, що за умови високої академічної успішності та високого рівня соціальної креативності показники комунікативної ергічності, пластичності та емоційності темпераменту, здатності прогнозувати наслідки поведінки та розуміти динаміку соціальної взаємодії, комунікативної незалежності, конфліктності та маніпулятивності є найвищими серед майбутніх економістів.

Емпірично доведено, що найбільш значущими предикторами соціальної креативності є її самооцінка, здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії і до розуміння чужих емоцій, швидкість вербальної креативності, здатність до вирішення рольових конфліктів, діалогічна спрямованість у спілкуванні та емоційна стійкість.

Визначено, що предикторами ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності економіста, що забезпечує його позитивне ставлення до професії та прагнення оволодіти професійною майстерністю в економічній галузі, а також комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності, що розкриває його здатність працювати у команді, ефективно спілкуватись із клієнтами, є соціальна креативність (фактична та уявна) та оригінальність соціальної креативності як не тривіальність у вирішенні складних соціальних проблем. Предикторами регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності майбутніх економістів, що уможливорює його саморегуляцію у складних і напружених ситуаціях професійної діяльності, є самооцінка соціальної креативності, а також розробленість та швидкість соціальної креативності як здатності деталізовано, ґрунтовно та швидко розв'язувати складні соціальні завдання. Предикторами організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності, що відбиває здатності економіста управляти бізнес-організацією, та когнітивного компоненту професійної компетентності, що розкриває професійну обізнаність фахівця, є соціальна креативність (фактична та уявна). Для інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів, що розкриває їх інструментально-методологічну озброєність в економіці, предиктором є міжособистісний компонент соціальної креативності як висока

ефективність у вирішенні складних соціальних проблем, що вимагають безпосередньої взаємодії та комунікації з іншими людьми.

Розроблена програма розвитку соціальної креативності майбутніх економістів, представлена мотиваційним, розвивальним та професійно-орієнтованим модулями, показала ефективність, що виражається у розвитку усіх параметрів соціальної креативності та показників комунікативно-кооперативного та організаційно-управлінського компонентів професійної компетентності майбутніх економістів.

Ключові слова: соціальна креативність, психодіагностика, оригінальність, особистість, суб'єкт, мотивація, творчість (креативність), професійна компетентність, самореалізація, емоційний інтелект, міжособистісна взаємодія, навчальна взаємодія, освітній процес, самоконтроль (контроль), самоактуалізація.

SUMMARY

Poiezdnik O.V. Social creativity as a factor of future economists' professional competence. - Qualifying scientific work on manuscript rights.

Dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philosophy in specialty 053 psychology. – Western Ukrainian National University. Ternopil, 2024.

In the qualification work, the main scientific-theoretical concepts and approaches regarding social creativity of the future economist have been analyzed, its correlates, dynamics and psychological factors are defined and described.

The scientific novelty of the research results is that:

for the first time:

– the positive influence of social creativity on the formation of economist's professional competence is singled out;

– socio-creative predictors of future economists' professional competence is identified;

was expanded the view on:

– psychological correlates of future economists' social creativity, revealed in the connections of its qualitative parameters and content components with social

qualities of temperament, role competence, dialogicity of communication, emotional intelligence and creativity, social intelligence, verbal and emotional creativity, communicative and organizational tendencies;

- positive influence of a high level of social creativity and academic success on the formation of future economists' communicative qualities;

- predictors of future economists' social creativity, in particular: general, intra-personal, interpersonal indicators, indicators of speed, originality, flexibility, development;

- about the age dynamics of specialists' social abilities in the field of knowledge 05 Social and behavioral sciences through a comparative analysis of indicators of social creativity in different courses and specialties;

clarified:

- the concept of personality's social creativity;

received further development:

- a system of means psychodiagnostics of social creativity through adaptation of the test on the Ukrainian sample;

improved:

- psychodiagnostics of the specialist's professional competence thanks to the creation of a questionnaire for its evaluation by economists;

- ways and means of developing future economists' social creativity.

As a result of the theoretical analysis of the social creativity of personality problem, it was defined as a multidimensional ability for effective social interaction and social activity, characterized by a number of qualities standard for general creativity (speed, flexibility, originality and development), which are substantively determined by the motivation of affiliation and creativity, readiness to cooperation with others, high social intelligence and verbal creativity, social competence, mastery of communicative strategies, super-situational decision-making in interaction, social transgressiveness, organizational and communicative abilities in situations of cooperation and competition, presence of team values, altruism. The positive role of social creativity in the communicative-cooperative component of the future economist's professional competence has been proven, the structure of which also

includes value-motivational, regulatory-volitional, communicative-cooperative, cognitive, and informational-active components.

A psycho-diagnostic research complex was created, which included an adapted test of social creativity (according to indicators of intra-personal and interpersonal components and parameters of speed, flexibility, originality and development), as well as the author's methodology for researching the level of formation of the economist's professional competence according to indicators of value-motivational, regulatory- volitional, communicative-cooperative, cognitive and informational-active components, the validity and reliability of which have been proven.

It has been empirically determined that students-economists are characterized by the lowest indicators of social creativity, regardless of the course of study, compared to future political scientists, sociologists, and especially psychologists. It was determined that the level of academic success of students-economists does not have a significant impact on the self-assessment of social creativity, on the other hand, the actual social creativity according to the results of students' testing depends on their academic success: in unsuccessful students, its indicators increase linearly during their studies in higher education institutions, and in successful students, they reach the highest level in the third year, and then decline. In addition, it was determined that future economists who are more successful in their studies have a higher level of the intra-personal component of social creativity, as well as the originality of social creativity, especially at the beginning of higher education. Students-economists with high academic success have the most significant advantages in the development of social creativity compared to students of other specialties.

Correlates of future economists' social creativity are determined. The speed of social creativity is positively correlated with the communicative qualities of temperament, especially speed, as well as with the effectiveness of emotional creativity, the speed of verbal creativity, and communicative independence. Content characteristics (intrapersonal and interpersonal components), as well as qualitative characteristics (originality, flexibility, and development) of social creativity are positively related to indicators of emotional intelligence, verbal and emotional

creativity, role competence, social intelligence, communicative and organizational tendencies, communicative creativity and dialogic orientation in communication.

It was determined that, under conditions of high academic success and a high level of social creativity, indicators of communicative vigor, plasticity and emotionality of temperament, the ability to predict the consequences of behavior and understand the dynamics of social interaction, communicative independence, conflict and manipulateness are the highest among future economists.

It has been empirically proven that the most significant predictors of social creativity are self-esteem, the ability to understand the dynamics of social interaction and to understand other people's emotions, the speed of verbal creativity, the ability to resolve role conflicts, dialogic orientation in communication, and emotional stability.

In addition, it was determined that the predictors of the value-motivational component of the economist's professional competence, which ensures his positive attitude towards the profession and the desire to master professional skills in economic fields, as well as the communicative-cooperative component of professional competence, which reveals his ability to work in a team, communicate effectively with clients, is the social creativity (actual and imagined) and originality of social creativity as non-trivial in solving complex social problems. Predictors of the regulatory-volitional component of the future economists' professional competence, which enables self-regulation in difficult and stressful situations of professional activity, are self-esteem of social creativity, as well as the development and speed of social creativity as the ability to solve complex social tasks in detail, thoroughly and quickly. Predictors of the organizational-management component of professional competence, which reflects the economist's ability to manage a business-organization, and the cognitive component of professional competence, which reveals the specialist's professional awareness, is social creativity (actual and imagined). For the information-activity component of the future economists' professional competence, which reveals their instrumental-methodological armament in economics, the predictor is the interpersonal component of social creativity as high

efficiency in solving complex social problems that require direct interaction and communication with other people.

The developed program for the development of future economists' social creativity, represented by motivational, developmental and professionally oriented modules, showed effectiveness, which is expressed in the development of all parameters of social creativity and indicators of communicative-cooperative and organizational-management components of the future economists' professional competence.

Key words: social creativity, psychodiagnostics, originality, personality, subject, motivation, creativity, professional competence, self-realization, emotional intelligence, interpersonal interaction, educational interaction, educational process, self-control (control), self-actualization.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Статті у фахових наукових виданнях:

1. Поєзднік О. Теоретична модель професійної компетентності економіста. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Психологія»*. № 64, 2021. С. 82-96. (0,5 д.а.).

DOI: <https://doi.org/10.34142/23129387.2021.64.05>

2. Поєзднік О. Феномен соціальної креативності у психології: концептуалізація поняття і методи психодіагностики. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Психологія»*. № 65, 2021. С. 262-274. (0,6 д.а.)

DOI: <https://doi.org/10.34142/23129387.2021.65.17>

3. Поєзднік О., Башкір О. Соціальна креативність у структурі соціальних здатностей майбутніх фахівців. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Психологія»*. № 66, 2022. С. 243-251. (0,4 д.а. / 0,2 д.а. авторський внесок: виявлено та проаналізовано позитивні зв'язки між соціальною креативністю та іншими соціальними здатностями – організаційними та комунікативними нахилами, комунікативною креативністю).

DOI: <https://doi.org/10.34142/23129387.2022.66.16>

4. Поєзднік О., Савостіна П. Тест соціальної креативності. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Психологія»*. № 67, 2022. С. 185-200. (0,6 д.а. / 0,3 д.а. авторський внесок: проаналізовано феномен соціальної креативності, здійснено переклад змісту, проведено психодіагностику частини психометричної вибірки).

DOI: <https://doi.org/10.34142/23129387.2022.67.13>

Публікації апробаційного характеру:

5. Поєзднік О., Ковтун Т. Проблема соціальної креативності у психології. *Трансформаційні процеси соціально-гуманітарної сфери сучасної України в умовах війни: виклики, проблеми та перспективи*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 2-3 червня 2022р.). Тернопіль, 2022. С. 234-237. (0,2 д.а.).

<http://nauksfgf.wunu.edu.ua/index.php/npsgf/issue/view/3/5>

6. Поєзднік О. Умови та чинники формування професійної компетентності майбутніх економістів. *Особистість і суспільство: психосоціальні виміри ковітальної взаємодії*: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 30 квітня 2024 р.). Тернопіль: ЗУНУ, 2024. С 74-76. (0,13 д.а.).

7. Poiezdnic O. The problem of social creativity of future economists. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку*: матеріали XLIV-ої міжнар. наук.-практ. конф. за ред. І.В. Жукової, Є.О. Романенка. м. Олександрополіс (Греція 7 червня 2024 р.). Греція: ВАДНД, 2024. С. 280 – 281. (0,08 д.а.).

<http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-45.pdf>