Західноукраїнський національний університет
Міністерство освіти і науки України

Західноукраїнський національний університет
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ПОЄЗДНІК ОЛЕКСАНДР ВОЛОДИМИРОВИЧ

УДК: 155.25+159.9.072

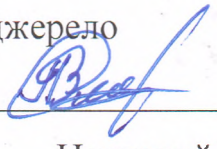
ДИСЕРТАЦІЯ

СОЦІАЛЬНА КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ

Спеціальність 053 Психологія
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



_____ Поєзднік О.В.

Науковий керівник Шандрук Сергій Костянтинович, доктор психологічних наук, професор

Тернопіль – 2024

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-креативнісні 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-кооперaційному компоненті професійної компетентності майбутнього економіста, до структури якої також входять ціннісно-мотиваційний, регулятивно-вольовий, комунікативно-кооперaційний, 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 методику дослідження рівня сформованості професійної компетентності економіста за показниками ціннісно-мотиваційного, регулятивно-вольового, комунікативно-кооперaційного, 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 економічні 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 уможливлює 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 manipulativeness 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://nauksgf.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 ІІ Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 30 квітня 2024 р.). Тернопіль : ЗУНУ, 2024. С 74-76. (0,13 д.а.).

7. Poiezdnik 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. Олександруполіс (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

ЗМІСТ

ВСТУП 15

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНА КРЕАТИВНІСТЬ У СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ 21

1.1. Феномен соціальної креативності у психології 21

1.2. Соціальна креативність серед професійно важливих якостей економіста як фахівця галузі соціальних і поведінкових наук 26

1.3 Теоретичний аналіз особливостей професійної компетентності економіста 31

Висновки до першого розділу 45

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ 47

2.1. Організація та методи емпіричного дослідження 47

2.1.1 Розробка тесту соціальної креативності для студентів 47

2.1.2 Розробка опитувальника професійної компетентності майбутнього економіста 52

2.1.3 Організація та методи дослідження соціальної креативності майбутніх економістів 60

2.2 Рівень соціальної креативності студентів і залежності від курсу, спеціальності та успішності у навчанні 61

2.3 Психологічні кореляти соціальної креативності майбутніх економістів 79

2.3.1 Якісні характеристики соціальної креативності майбутніх економістів. 79

2.3.2 Змістовні характеристики соціальної креативності майбутніх економістів. 90

2.4 Комунікативні властивості особистості майбутніх економістів в залежності від рівня успішності та соціальної креативності 102

2.5 Психологічні предиктори соціальної креативності майбутніх економістів 119
2.6 Детермінація професійної компетентності майбутніх економістів показниками соціальної креативності 125
Висновки до другого розділу 128
РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ 135
3.1 Теоретико-методологічні засади розвитку соціальної креативності фахівців економічного профілю 135
3.2 Структура та зміст програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів 144
3.3 Перевірка ефективності програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів 150
Висновки до третього розділу 161
ВИСНОВКИ 162
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ 166

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Феномен соціальної креативності сьогодні стає популярним у науковому та практично-орієнтованому вжитку фахівців-психологів, що зумовлюється ускладненням соціальної взаємодії, підвищенням вимог до продуктивності спілкування, виникненням все більшої кількості проблемних соціальних ситуацій, тощо. Недостатній рівень розвитку соціальних здібностей, соціально-адаптаційного потенціалу, невміння встановлювати стосунки з іншими, налагоджувати соціальну взаємодію та повноцінно інтегруватися у суспільстві, що є причиною появи численних особистісних психологічних проблем і можуть перешкоджати виконувати професійні завдання.

Особливо важливим є розвиток соціальної креативності для майбутніх фахівців-економістів, для котрих важливим у власній професійній діяльності є здатність до підтримки всіх типів міжособистісних відносин та розв'язання соціальних проблем, тому виникне потреба в оперативному знаходженні й ефективному застосовуванні нешаблонних, нестандартних, оригінальних та творчих способів, варіантів розв'язання ситуацій міжособистісної взаємодії та взаємодії між особистістю та соціумом. Тому, для таких фахівців соціальна креативність є невід'ємною складовою їх професіоналізму та особистісної самореалізації.

Проблематика соціальної креативності є предметом дослідження українських науковців у контексті розвитку соціальної компетентності (О. Демченко, Ю. Шевченко), соціальних здібностей (О.Власова, Ю. Никоненко), соціального інтелекту (О. Сасько, Т. Хомуленко), комунікативної креативності (А. Антошків, Р. Бєлоусова, М. Колісник, О. Саннікова). У зарубіжній психології поняття соціальної креативності було операціоналізоване М. ван Безоу, С. Гу, А. Монторі, С. Мотіро Х. Таджфелем, Дж. Тернером, Дж. ван дер Тоорном та ін..

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах науково-дослідної роботи кафедри психології та соціальної роботи Західноукраїнського національного університету на теми: «Психодидактичні технології освітніх взаємодій та їх розвивальний потенціал» (номер державної реєстрації 0119U101004), «Психосоціальне деталювання суспільних та особистісних подій як технологія мислевчиняння» (номер державної реєстрації 0123U104568).

Тему кваліфікаційної роботи затверджено на засіданні вченої ради Західноукраїнського національного університету 25.11.2020 року, протокол № 3.

Мета дослідження. Мета дослідження – виявити психологічні особливості соціальної креативності у структурі професійної компетентності майбутніх економістів.

Задля досягнення мети виокремлено такі **завдання:**

1) розкрити теоретико-методологічні засади феномену соціальної креативності як психологічної проблеми;

2) розробити комплекс дослідження соціальної креативності як чинника професійної компетентності майбутніх економістів;

3) визначити особливості прояву соціальної креативності майбутніх економістів залежно від рівня академічної успішності та курсу навчання;

4) визначити психологічні кореляти соціальної креативності майбутніх економістів;

5) визначити роль соціальної креативності у процесі становлення комунікативного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів;

6) визначити психологічні предиктори соціальної креативності майбутніх економістів;

7) виявити соціально-креативнісні предиктори професійної компетентності майбутніх економістів;

8) розробити та перевірити ефективність програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів.

Об'єктом дослідження є феномен соціальної креативності.

Предмет дослідження – психологічні особливості соціальної креативності як чинника професійної компетентності майбутніх економістів.

Теоретико-методологічною оптикою дослідження є: положення психології діяльності (Б.Г. Ананьєв, Л.С. Виготський, С.Л. Рубінштейн та ін.); концепції соціальної креативності (М. ван Безоу, С. Гу, А. Монторі, С. Мотіро Х. Таджфель, Дж. Тернер, Дж. ван дер Тоорн та ін.), вербальної креативності (С. Меднік, М. Саврасов, С. Шандрук та ін.), соціального та емоційного інтелекту (Дж. Гілфорд, В. Зарицька, Дж. Майер та ін.), дослідження комунікативної креативності (А. Антошків, Р. Бєлоусова, О. Саннікова та ін.), емоційної креативності (А. Барташев, Дж. Еверілл, С. Шандрук та ін.), рольової компетентності (П. Горностай, О. Михайленко та ін.), психологічного супроводу професійної підготовки та формування професійної компетентності майбутніх економістів (О. Бабаян, Л. Дибкова, О. Лисак, Л. Максимова, Н. Перевознюк, Г. Тимощук, Н. Черненко та ін.).

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі застосовано наступні теоретичні та емпіричні методи дослідження: теоретичні (аналіз і синтез, порівняння, систематизація, узагальнення теоретико-методологічних засад феномену соціальної креативності); емпіричні – психодіагностичні методи дослідження психологічних особливостей соціальної креативності студентів соціономічних фахів. Статистичне опрацювання даних здійснено за допомогою комп'ютерної програми Statistica 6.0. Використано такі математико-статистичні методи обробки даних, як кореляційний аналіз, факторний аналіз, параметричні методи порівняння вибірок (ANOVA), регресійний аналіз.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у тому, що:

уперше:

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

– визначено соціально-креативнісні 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.

Практичне значення результатів дослідження полягає в розробці, теоретичному обґрунтуванні та ефективному впровадженні програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів, у розробці психодіагностичного опитувальник для оцінки її рівня.

Результати дослідження впроваджено в освітній процес у Західноукраїнському національному університеті (довідка № 126-36/1442 від 12.06.2024 р.), Національному університеті «Острозька академія» (довідка № 80/2024-НП від 12.06.2024 р.), Національному університеті «Чернігівська політехніка» (довідка № 102/06-1315/ВС від 13.06.2024 р.), Мукачівському державному університеті (довідка № 1317 від 14.06.2024 р.) при викладанні обов'язкових і вибіркових освітніх компонентів, зокрема: «Психологія грошей», «Психологія праці», «Психологія креативності», «Психологія творчих здібностей», «Психологія комунікації», «Комунікація та мистецтво самопрезентації в професійній діяльності», «Методи розвитку креативного мислення», «Психологія управління змінами в організації», «Лідерство та «team-building»», «Креативне мислення та інтелектуальна власність», «Корпоративна соціальна відповідальність».

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дисертації обговорювалися на міжнародних та всеукраїнських конференціях: «Трансформаційні процеси соціально-гуманітарної сфери сучасної України в умовах війни: виклики, проблеми та перспективи» (Тернопіль, 2022 р.), «Особистість і суспільство: психосоціальні виміри ковітальної взаємодії» (Тернопіль, 2024 р.), «Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку» (Олександруполіс (Греція)), 2024 р.).

Публікації. Основний зміст роботи викладений у 7 публікаціях, з них 4 – у фахових виданнях з психології.

Структура та обсяг дисертації. Кваліфікаційна наукова праця складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та додатків. Обсяг дисертації – 176 сторінок, з них основний зміст складає 165 сторінок. Робота містить 43 таблиці, 87 ілюстрацій (малюнки, діаграми, графіки). Список використаних літературних джерел охоплює 88 найменувань, з яких – 10 іноземною (англійською) мовою.

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНА КРЕАТИВНІСТЬ У СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.

1.1. Феномен соціальної креативності у психології.

Наукове обґрунтування актуальності проблеми соціальної креативності зумовлена стрімкими трансформаціями сучасного суспільства та взаємовідносин. Нестаток рівня адаптаційного потенціалу та комунікативних якостей, наявність конфліктності, невміння повноцінно інтегруватися у суспільстві, встановлювати відносини з іншими зумовлюють низку особистісних психологічних проблем, що спричинюють недостатній рівень розвитку соціальної креативності. Соціальна креативність сприяє подоланню усталеної незадовільної соціальної ідентичності і покращує соціальну стабільність [88]. У юнацькому віці, коли сфера міжособистісного спілкування набуває першочергового значення особливо гострим постає питання розвитку соціальних здібностей, зокрема соціальної креативності.

Явище соціальної креативності сьогодні привертає увагу все більшого числа психологів [79]. Соціальна креативність є специфічними творчими здібностями, які виникають у соціальній взаємодії або соціальній діяльності. Стосовно індивідуальних характеристик, що індивід використовує для розв’язання соціальних проблем оригінальними, унікальними та адекватними ситуації способами особливо важливою постає питання розвитку соціальної креативності [82]. Соціальна креативність є «континуумом двох параметрів: міжособистісної соціальної креативності, представленої людьми у процесі роботи з особистими взаєминами (наприклад, індивідуальне керівництво в повсякденному житті), та соціальної креативності, що чинить вплив на важливі аспекти соціального життя (наприклад, соціальна креативність видатних релігійних або політичних лідерів)» [цит. за 85]. Соціальна креативність – це найпоширеніший тип креативності, що є «поєднанням

пізнання, дії та відповідних рис особистості, сформульованих на основі основних адаптивних навичок» [85].

Соціальна креативність є феноменом, що пояснює розумові здібностя, спрямовані на вирішення проблем, де "відповідь не відома", що вимагає навчання один в одного та творчого синтезу нових знань через об'єднання різних поглядів і досвіду та використовуючи "симетрію незнання" як джерело творчості [83].

О. Демченко соціальну креативність імпліцитно розуміє як складову соціальної обдарованості у межах тріади «творчість – нестандартність» [17]. Ю. Никоненко підкреслює важливість соціальної креативності у структурі соціальних здібностей, яка визначається сукупністю перцептивної (соціальний інтелект), емоційної (емоційний інтелект), поведінкової (соціальна адаптація і домінування) і креативної (творення соціально нового) складових особистості [36; 37]. Тут креативна складова соціальних здібностей розуміється як спроможність проблематизувати, узгоджувати, діалектично синтезувати елементи соціальної ситуації.

Соціальна креативність є важливою здатністю до висунення та розв’язання всіх видів соціальних проблем, що містить та упорядковує суспільне життя, забезпечуючи ефективні соціальні рішення та підтримуючи високий рівень психічного здоров'я. Соціальна креативність не може зводитись до соціальних навичок, здібностей, спрямованих на «розв’язання соціальних проблем, або навичок соціального лідерства, оскільки перші дві передбачають загальну соціальну адаптацію людини, доцільність та корисність методів вирішення проблем, а соціальне лідерство підкреслює індивідуальну здатність управляти та організувати міжособистісними відносинами» [цит. за 85]. Соціальна креативність, натомість, є «більш високим рівнем та більш комплексною характеристикою, що передбачає здатність до підтримки всіх типів міжособистісних стосунків та розв’язання соціальних проблем» [цит за 85].

Соціальна креативність проявляється в нестандартному розв'язанні соціальних завдань та проблем, що дозволяє створювати щось нове у сфері міжособистісної інтеракції і властива здебільшого соціально адаптованим індивідам, які не відчувають ситуаційної напруги в соціальній взаємодії [31].

Соціальна креативність є «багатовимірною, складною структурою, що містить комунікативно-особистісний потенціал, певні характеристики самосвідомості, соціальні перцепції, мислення, уяву і уявлення, здатність до моделювання соціальних явищ, розуміння людей та їхніх рушійних мотивів» [цит за 42].

Х. Таджфель і Дж. Тернер визначають соціальну креативність як «одну із стратегій для звернення або збереження позитивної відмінності для груп чи соціальних категорій, з якими вона чи вони ідентифікують себе» [87]. Замість того, щоб шукати способи покращення статусу в групі через соціальну конкуренцію – наприклад, через відкриту ворожість — з відповідною зовнішньою групою, соціальна креативність ґрунтується на переосмисленні або переозначенні міжгрупового порівняння у сприятливий спосіб.

Особливо важливим питанням постає визначення структури соціальної креативності. У дослідженні А.Є. Ільїних [цит за 42, с. 266-267] до структури соціальної креативності включено:

– «мотиваційну складову, яка передбачає творчу позицію особистості, її прагнення до самовдосконалення, особистісного зростання;

– когнітивну складову, представлену вербальною оригінальністю та її нестандартним застосуванням у спілкуванні, особливостями словникового запасу, пошуком нових мовних зворотів у повсякденній комунікації;

– комунікативну складову, представлену різними видами сензитивності – вербальною, невербальною і поведінковою, що уможливлюють адекватну інтерпретацію поведінки інших людей, використання різних поведінкових стилів у взаємодії з іншими людьми;

– емоційну складову, представлену продуктивною взаємодією з людьми, прагненням зрозуміти і відчути емоційний стан партнера; емпатією як

структурним компонентом, що супроводжує міжособистісну взаємодію, сприяє підтримці оптимального емоційного фону в умовах соціальної творчості;

– екзистенційну складову, представлену автентичністю особистості, наявністю у неї життєвих цілей, свідомістю життя і відчуття тимчасових перспектив».

Структура соціальної креативності – це «багатофакторне гетерономне утворення особистісної природи, де більш вагомо проявляються чинники низького рівню особистісної тривожності, вираженої сили Я, гнучкості поглядів, схильність до незалежності; низького рівню агресивності, розвиненої емпатії, легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність» [52].

Викладені вище погляди на структуру соціальної креативності дозволили нам концептуалізувати даний феномен через розкриття змісту його компонентів (рис. 1.1).

Мотиваційний компонент соціальної креативності характеризується прагненнями до прийняття індивіда групою, прагненням до творчої соціальної взаємодії, установкою на взаємодію та співпрацю з іншими.

Когнітивний компонент соціальної креативності характеризується здатністю використовувати можливості соціального інтелекту, власну вербальну креативність, вміння творчо організовувати комунікацію та інтеракцію у групі.

Афективний компонент соціальної креативності проявляється через емпатію та соціальний інтерес як емоційне прийняття інших.

Рис. 1.1. Теоретична модель соціальної креативності особистості.

Поведінково-комунікативний компонент соціальної креативності характеризується володінням комунікативними стратегіями, діалогічністю у спілкуванні, надситуативністю у прийнятті рішень в інтеракції, соціальною трансгресивністю та комунікативною пластичністю, гнучкістю, організаторськими та комунікативними здатностями, здатністю до кооперації та конкуренції.

Ціннісно-смисловий компонент соціальної креативності характеризується дотриманням командних цінностей, альтруїзмом як цінністю, пріоритетом потреб колективу над власними егоїстичними потребами.

1.2 Соціальна креативність серед професійно важливих якостей економіста як фахівця галузі соціальних і поведінкових наук.

Професійна діяльність економіста полягає у «втіленні на практиці набутих знань, умінь, навичок, компететностей та цінностей, постійному самовдосконаленні, досягненні високого рівня професійної майстерності, раціональній економічній поведінці» [цит за 61], що в цілому залежить від оволодіння ним у процесі професійної підготовки професійно важливими якостями та здатностями.

Як зазначає Н. Черненко, оволодіння нормами професійної компетентності фахівця економічного профілю є «формуванням у нього певних професійно важливих якостей, що уможливлюється опануванням загальноосвітньою компетентністю. При цьому однією із ключових умов досягнення професіоналізму у галузі економіки, оволодіння станом конкурентоздатності на ринку праці є, власне, інтеріоризація професійно важливих якостей та здатностей, що є метою ЗВО» [цит за 71].

Сьогодні, найкращими умовами щодо реалізації поставлених цілей є Застосування у підготовці фахівців інформаційних та комунікаційних технологій, інноваційних методів навчання, зокрема андрагогічного підходу визначається в якості необхідних умов для реалізації поставлених цілей. Андрагогічна модель навчання, що втілює засади особистісно орієнтованої гуманістичної освітньої парадигми, ґрунтується на потребах здобувачів із спрямуванням на сучасні вимоги ринку праці і ціннісні пріоритети організації освітнього простору, а саме на засади спільної творчості, пошук, взаємодію на всіх етапах підготовки майбутніх фахівців-економістів [71]. Значну роль у втіленні андрагогічної моделі фахівців економічної галузі посідає формування такої гнучкої навички, я соціальна креативність.

Упровадження активних методів навчання, зокрема рольових та ділових ігор, тренінгів, історій з життя, дискусій уможливлює досягнення цілей сучасної підготовки майбутніх економістів, їх скорішій адаптації на робочому

місці, ефективній професійній соціалізації та професійному становленню. Професійне становлення фахівця є процесом прогресивної трансформації його особистості через соціальні впливи, професійну діяльність та власну активність, спрямовану на самовдосконалення і саморозвиток [49]. Очевидним є позитивна роль соціальної креативності у таких особистісних змінах та вдосконалення здобувача.

Професійно важливі якості є підгрунтям професійної діяльності, оскільки певна професійна діяльність потребує певної сукупності професійно важливих якостей, вони виступають її основою і пов'язані із професійною соціалізацією фахівця, виступають фундаментом його професійної компетентності. Процес формування професійно важливих якостей – це багатокомпонентний процесом, результативність якого визначає ефективність освітньої системи загалом [71].

Н. Черненко виділяє чотири блоки професійно важливих якостей фахівця-економіста: особистісний, мотиваційний, професійно-діловий, психологічний, співвідношення яких залежить від характеру виконуваної роботи та умов праці [71], а як вказує Г. Тимощук стосовно економічної професії, фахівець-економіст є першорядною фігурою у ринковому середовищі та «універсальним» суб'єктом професійної сфери» [цит за 61], який реалізує набуті компетенції та сформовані спроможності до креативності у сфері прикладної економіки як менеджер, бухгалтер, аудитор, академічної – як викладач дисциплін економічного спрямуваннятощо, тому розглядаючи зміст професійно важливих якостей економіста доцільним є урахування специфіки його професійної діяльності.

Зростання рівня фахової підготовки без втрати або зміни спеціалізації, на думку Г. Тимощук [61], уможливлює розширення перспектив його кар'єрного зростання, уникнення «посадових глухих кутів» і, як наслідок, досягнення бажаних результатів. Авторкою зазначено, що професійна діяльність фахівця-економіста – це суспільно значуща, динамічна та диференційована діяльність, що вимагає високого рівня економічної

освіченості, передбачає високу розвиненість етичної культури, професійно важливих особистісних якостей та загальнолюдських цінностей, потребує ґрунтовної підготовленості до зреалізування аналітичних, організаційно-управлінських, дослідницьких і планово-економічних завдань у середовищах підприємств і організацій. Саме тому підготовка майбутніх економістів у ЗВО покликана забезпечувати нерозривний зв'язок між професіоналізмом і загальною культурою майбутніх спеціалістів [61].

Зміст професійної діяльності фахівця-економіста може бути з'ясований на основі алгоритму опису професії за Є. Клімовим [цит за 61], де важливим є «врахування предмету професійної діяльності (людина, знакова система, техніка, художні образи); цілей професійної діяльності (перетворювальна, гностична, винахідницька, власного розвитку та інше); засобів професійної діяльності (функціональні, тобто мовлення, міміка, зір, слух тощо, теоретичні, тобто знання, способи мислення, мобільні або стаціонарні технічні засоби та інше); умов професійної діяльності (підвищена моральна відповідальність, екстремальні умови, робота на відкритому повітрі та інше); особливостей професійної діяльності (поліфункціональний характер діяльності, зустрічі з відомими людьми, відрядження, завершений результат професійної діяльності та інше)» [цит. за 14].

Г. Тимощук вказує, що «психологічна характеристика діяльності фахівця-економіста зумовлена специфікою:

• різноманіття змісту професійної активності на тлі обмеженості можливостей оволодіння одним індивідом різними видами діяльності у галузі економіки;

• відповідальності за стан ресурсів і результати діяльності (за себе, інших, за справу в цілому, стан фінансів, за прийняті рішення);

• творчого характеру діяльності з урахуванням дефіциту інформації, часу та коштів;

• комунікативних функцій професії економіста, оскільки управління у цій галузі відбувається через спілкування, роботу з людьми;

• загальної нервово-психічної напруженості діяльності економіста» [цит. за 61].

Г. Тимощук зазначає, що основними видами діяльності економіста виступають: «1) аналіз первинної економічної інформації; 2) аналіз господарської діяльності, розробка, планування та впровадження заходів щодо її оптимізації; 3) консультування з метою оптимізації бізнес-моделей; 4) прогнозування фінансово-господарської діяльності та контроль за її виконанням; 5) облік активів, пасивів, витрат, доходів і фінансових результатів діяльності; 6) практичне застосування принципів і правил аудиту основних операцій, які здійснюються у процесі безперервного руху капіталу» [цит. за 61]. Усі із зазначених видів діяльності вимагають здатності до дивергентності мислення та уміння застосовувати творчий підхід до практичної діяльності, розуміти та управляти соціальною взаємодією, що забезпечується соціальною креативністю.

Основними засобами професійної діяльності фахівця-економіста є: «1) постанови, розпорядження, накази, нормативні та методичні матеріали з організації, нормування та оплати праці; 2) технологічна документація; 3) нормативні та методичні матеріали з розробки перспективних і річних планів виробничої, господарської та соціальної діяльності підприємства; 4) нормативні та методичні матеріали з техніко-економічного аналізу показників роботи підприємства та його підрозділів; 5) нормативні та методичні матеріали з визначення економічної ефективності впровадження нової техніки та технології, раціоналізаторських пропозицій та винаходів; 6) форми обліку та звітності; законодавство про працю тощо» [21; 38, цит за 61]. Оволодіння цими засобами діяльності вимагає від економіста не тільки досконало знати документацією та володіти відповідним економічним інструментарієм, а й вміння вирішувати складні соціальні проблеми, що забезпечується соціальною креативністю.

Професійна діяльність економіста спрямована на досягнення її кінцевої мети – «трансформації наявної економічної діяльності в «економіку граничної

суспільної корисності, де провідною є установка на оптимальне використання людського капіталу, забезпечення економічної могутності та безпеки суспільства в цілому, а не окремих його груп» [цит за 61]. Тому професійна підготовка майбутніх фахівців даної галузі вимагає створення передумов для формування соціально-економічної компетентності, в якій високу значущість має соціальна креативність.

В аналіз змісту професійної діяльності економіста доцільно виділяти аналітичну, практичну та гуманістичну складові. Аналітичний аспект професійної діяльності економіста пов’язаний із осмисленням та оцінкою специфічних ситуацій діяльності економіста, а практичний – із прийняттям раціональних рішень та їх здійсненням. Натомість гуманістична складова є системотворчою, оскільки забезпечує професійний світогляд фахівців-економістів [61].

Професійна діяльність фахівця-економіста характеризується динамізмом, зумовленим постійними трансформаціями економічної, соціальної та політичної сфер суспільного життя, вагомим розвитком наукового прогресу та продуктивних сил і потребою у швидкій реакції на них. Крім того, професійна діяльність як продукт соціогенезу та інституціоналізації має відбивати інтелектуальну константу особистості та наданий їй статус, що реалізується у виконанні специфічних функцій та завдань фахівцем [61]. У цьому плані розвиток соціальної креативності як гнучкої навички майбутніх економістів виявляється вкрай важливим, адже ця якість дозволяє швидко пристосовуватись фахівцеві до таких змін.

Як зазначають Г.Чередніченко О. Зеліковська Ю. Бондаренко, «професійна діяльність відноситься до типу Людина - Знакова система і пов'язана з аналізом і переробкою інформації, що вимагає від майбутнього фахівця у цій галузі достатньої оперативної і механічної пам'яті, здатності до тривалої концентрації уваги на знаковому матеріалі, хорошого розподілу уваги, точності сприйняття, уміння бачити, що стоїть за умовними знаками; посидючості, наполегливості, логічного мислення» [цит. за 70]. Крім того, як

зазначають автори, професійна діяльність економіста заснована на взаємодії з колегами, організації спільної діяльності, що вимагає розвитку у студентів-економістів умінь і навичок професійно важливих якостей професій типу Людина - Людина, які передбачають вмотивованість на спілкування, уміння легко вступати в контакт, вміння стримувати емоції, чуйність, витримку, доброзичливість, схильність до аналізу поведінки інших людей, розуміння їх намірів і настроїв, здатність розбиратися у взаєминах людей, психологічну обізнаність у людській поведінці. Низка зазначених емоційно- та соціально-інтелектуальних здатностей та комунікативних умінь пов'язані із соціальною креативністю особистості, розвиток якої необхідно враховувати у професійній підготовці майбутніх економістів.

1.3. Теоретичний аналіз особливостей професійної компетентності економіста.

Економічна інтеграція України у світовий соціальний та інформаційно-технологічний простір, рушійні зміни у ринкових відносинах нашої держави спричинюють зростання вимог до професійної підготовки майбутніх фахівців-економістів. Упровадження компетентністного підходу та сучасних розивальних психотехнологій в освітній процес українських ЗВО зумовлене потребою пошуку нових моделей підготовки компетентних фахівців-економістів та створення психолого-педагогічних умов для їх реалізації.

Бурхливий розвиток сучасного суспільства підвищує вимоги до професійних компетенцій фахівця-економіста, які, з одного боку, забезпечували б його високу конкурентоздатність на ринку праці, а, з іншого - є запорукою прогресивних змін в економічній галузі як на рівні окремих підприємств, так і регіону та держави загалом. У цьому контексті слід ураховувати, що розвиток професійних навичок та здатностей майбутніх економістів залежить від рівня їх професійної компетентності. Саме тому

важливим виявляється проблема операціоналізації поняття «професійна компетентність фахівця-економіста» у сучасних психологічних дослідженнях.

Професійна компетентність економіста – це специфічна властивість особистості фахівця, яка проявляється у сукупності навичок, знань, умінь, здатностей та професійно-важливих якостей, що забезпечують прояв готовності до професійної діяльності в економічній галузі та на високому рівні здійснення власних професійних обов'язків. На думку О. Бабаян, «професійна компетентність виступає як основа й обов'язкова умова майбутньої професійної діяльності здобувачів ЗВО та найбільш значуща якість фахівця» [1]. Як С. Горобець зазначає, «професійна компетентність складається із предметної, практичної, управлінської, нормативно-правової, навчально-пізнавальної, інформаційної, комунікативної та креативної компетенцій» [цит. за 13].

Н. Уйсімбаєвою зазначається, що «професійна компетентність фахівця – це його інтегративна характеристика, яка містить сукупність знань, умінь, навичок, цінностей, установок та особистісних характеристик професіонала» [цит. за 64].

М. Левочкою професійна компетентність економіста визначено в якості сукупності економічної, комп'ютерної, виробничо-діяльнісної компетенцій [28]. Р. Батуріна професійну компетентність економіста розуміє як «якісну характеристику особистості, яка передбачає систему науково-теоретичних знань, а саме: спеціальних знань у сфері економіки, професійних знань та навичок, досвіду, наявність сталої потреби в тому, щоб стати компетентним економістом, інтерес до професійної компетентності певного профілю» [цит за 41].

Л. Максимова зазначає, що «підготовка майбутніх економістів до професійної діяльності має враховувати наступні принципи:

1) зосередженість економіки на новітніх технологіях та інтелектуальній праці, постійна трансформація економіки вимагають від фахівців у цій галузі

застосовування знань, умінь та навичок, набутих у ЗВО без тривалих процесів, донавчання та адаптації на робочому місці;

2) поліфункціональності професійної діяльності економіста зумовлена феноменом розмивання професійних меж професійних функцій, варіативності функцій посадових ролей, зумовлених специфікою конкретного підприємства чи посадою;

3) поєднання у впровадженні зв'язку між виробничими функціями економіста із рішенням інформаційних завдань (пошукових, розрахункових, аналітичних, інтелектуальних, інформаційно-комунікаційних)» [33].

М. Теловата виділила такі «види професійної компетентності економіста: мотиваційна (психологічна), предметна (фахова), дидактична, методична, комунікативна, управлінська, організаторська, проєктна, обліково-економічна, етична та інші» [цит. за 60]. В. Вишпольською схарактеризовано професійну компетентність фахівця-економіста у сукупності мотиваційно-вольового, змістового, функціонального, рефлексивного та комунікативного компонентів, тому типологію професійної компетентності економіста та її структуру доцільно аналізувати через змістові та формально-якісні характеристики [6].

Провідними професійними компетенціями майбутнього економіста доцільно визначити:

- особистісно-індивідуальні, представлені професійно-спрямованими переконаннями, цінностями, потребами, вольовими якостями особистості, мотивами професійної діяльності, уміннями досягати поставленої мети під час виконання професійних завдань;

- предметно-практичні, представлені фундаментальними знаннями класичних наук, соціально-економічних законів та теорій, сутності, специфіки розвитку економічних систем, а також обізнаністю у методах аналізу економічних процесів на мікро- та макрорівнях, володінням методами прийняття рішень, операційними знаннями та уміннями з виконання

функціональних обов'язків, обізнаністю у нормативній та правовій базах і галузевих стандартах [3; 4; 33].

Означені складові визначають змістовні компетентності економіста, а саме:

- інформативну, представлену системою знань та вмінь, які через засоби інформаційно-комунікаційних технологій передбачають реалізацію самостійного здійснення пошуку, аналізу, відбору, обробку та передачі інформації для особистих, професійних і навчальних цілей;

- управлінську, що характеризується системою знань основ теорії управління, уміннями з планування, формування цілей та завдань діяльності, організації діяльності, аналізу її результатів, виокремлення та формулювання проблемних аспектів професійної діяльності, упровадження інноваційних форм і методів професійної діяльності;

- пізнавальну, представлену системою знань та вмінь когнітивної діяльності фахівця-економіста, його уміннями з цілепокладання, самостійної навчально-пізнавальної діяльності, інноваційністю навчально-професійної діяльності;

- комунікативну, представлену системою знань та умінь взаємодії з іншими, уміннями професійного спілкування та роботи в групі [3; 4].

Л. Максимовою «до структури професійної компетентності майбутнього економіста віднесено такі складові:

− ціннісно-мотиваційну, що розкривається через сукупність ціннісних орієнтацій, мотивів, релевантних цілям і завданням професійної діяльності, світоглядними позицією і баченням щодо інформаційно-комунікаційних технологій для життя і діяльності в інформаційному соціумі;

− когнітивну, представлену низкою фундаментальних знань класичних наук, соціально-економічних законів та теорій, обізнаністю про сутність, структуру і тенденції розвитку економічних систем; озброєністю методами економічного аналізу господарських процесів на мікро- та макрорівнях; обізнаністю в основах теорії управління; спеціальними професійними

знаннями щодо виконання функціональних обов'язків та особливостей економічної інформації, у засобах інформаційно-комунікаційних технологій, нормативної та правової бази, галузевих стандартів;

− діяльнісну, що характеризується уміннями і навичками з виконання функціональних обов'язків, практичного розв'язання завдань професійного спрямування із застосування методів економічного аналізу та проєктування, зокрема володінням засобами інформаційно-комунікаційних технологій, плануванням, формуванням цілей, завдань та організації професійної діяльності, аналізом її результатів, виокремленням та формулюванням проблемних аспектів професійної діяльності, професійної комунікації та роботи у команді, вмінням використовувати новітні інформаційні технології, наявністю практичного досвіду у галузі, пов'язаної з обраною професією;

− особистісну, представлену професійно важливими індивідуально-психологічними якостями та здатностями, що передбачає здатність осмислювати, оцінювати, прогнозувати власну професійну діяльність та її результати (здатність до рефлексії), здатність працювати у групі, аналізувати поведінку оточуючих та свою власну, характерні для вимог професій типу Людина – Людина, визнанням важливості неперервної освіти протягом життя» [цит. за 33].

Н. Болюбаш визначено «ключові компетенції майбутніх економістів:

- низку особистісно-індивідуальних компетенцій та особливостей, що є індивідуальними якостями особистості майбутнього фахівця та таких, що визначають його поведінку в особистому та суспільному житті;

- системно-інструментальні компетенції, які є когнітивними здібностями майбутнього фахівця, релевантними досягненню успішності у професійній діяльності;

- інформаційні компетенції, що виступають здатністю отримувати й аналізувати інформацію в усіх її формах для вирішення поставлених завдань у професійній діяльності та повсякденному житті;

- компетенції міжособистісної та соціальної взаємодії, які характеризуються комунікативними й управлінськими здатностями майбутнього фахівця економічного профілю» [цит. за 3].

Л. Дибковою та О.Лисак визначено подібні переліки професійних компетенцій майбутніх економістів, що поділені на такі компоненти:

- компетентність у галузі економічної діяльності, представлена високим рівнем розвитку економічного мислення, озброєність методами економічного аналізу та проєктування економічної діяльності, володіння системним уявленням про структури і тенденції розвитку української і світової економіки, обізнаність у принципах прийняття й реалізації економічних та управлінських рішень на мікро- і макрорівнях, власна економічна позиція тощо, економічне мислення, обізнаність у методах економічного аналізу, системне уявлення про структуру і тенденції розвитку української та світової економіки; обізнаність у принципах прийняття і реалізації економічних рішень на мікро- та макрорівнях, уміння застосовувати економічну інформацію у професійній, виробничій діяльності і в повсякденному житті; уміння реалізувати пошук економічної інформації, уміння здійснювати економічний, стратегічний аналіз та оцінку фінансово-господарської діяльності підприємств, уміння проводити контроль, аудит, перевірку грошових коштів, виробничих запасів, основних фондів у підприємствах, організаціях, установах тощо;

- компетентність у інших галузях професійної діяльності, що характеризується обізнаністю у фінансах, маркетингу, аудиті, міжнародній економіці, праві, менеджменті тощо та нормативно-правовій базі;

- інформаційна компетентність, представлена ефективним застосуванням інформаційних технологій та відповідних програм, інформаційно-комп'ютерною компетенцією, яка містить вміння працювати з комп'ютерною технікою, знання з теоретичних основ функціонування комп'ютерної техніки, уміння працювати в мережі Internet, користуватися електронною поштою, працювати із спеціалізованим програмним

забезпеченням, ефективно застосувати інформаційні технології і відповідні програми у професійній діяльності;

- комунікативна компетентність, представлена знаннями ділового етикету та основ конфліктології, толерантністю до інших поглядів, ефективною груповою взаємодією, позитивною установкою щодо себе та інших;

- компетентність у галузі самовизначення і саморегуляції особистісних якостей, що передбачає адекватну самооцінку, впевненість у собі, самоконтроль, самоефективність, високий рівень мотивації досягнення успіху, визнання необхідності неперервної освіти протягом життя тощо;

- виробничо-діяльнісна компетентність, що характеризується обізнаністю у посадових інструкціях згідно з кваліфікацією фахівця, у вимогах, функціях, правах, обов'язках, знання основ етикету [20; 30].

Н. Почерніна до компетентності фахівця-економіста включає такі складові:

- інформаційна компетентність, представлена здатністю до пошуку необхідної інформації, можливістю отримання її з різних джерел, вмінням її аналізу згідно завдань діяльності, застосуванням інформаційних технологій і відповідних програмних продуктів, володінням засобами масової комунікації, здатністю критично оцінювати медіатекст та створювати власний медіаресурс у професійної галузі;

- методологічна компетентність, представлена уміннями навчально-пізнавальної діяльності у фаховій сфері;

- когнітивна компетентність, представлена умінням адекватно і глибоко пізнавати світ і самого себе;

- дослідницька компетентність, представлена здатністю отримувати нові знання через застосування методів наукового пізнання;

- освітня компетентність, вміння передати власні знання іншим;

- дидактично-методологічна компетентність, що є глобальним, структурованим, філософським мисленням;

- прогностична компетентність, представлена здатністю до планування та прогнозування у професійній діяльності;
- функціональна компетентність, представлена здатністю до самореалізації у професійній галузі;
- загальноекономічна компетентність, представлена економічним мисленням, свідомістю та світоглядом;
- професієзнавча компетентність, представлена вмінням здійснювати функції економіста у визначеній сфері, реалізувати контрольні функції через зміну алгоритму дій за умов зміни економічної ситуації;
- комунікативна компетентність, представлена здатністю встановлювати й підтримувати необхідні контакти з іншими людьми;
- організаційна компетентність, представлена вміннями встановити суб'єкт-суб'єктні відносини задля плідного виконання професійного завдання;
- управлінська компетентність, представлена здатністю до вироблення та прийняття альтернативних рішень та їх реалізації, а також готовністю нести відповідальність за них;
- соціальна компетентність, представлена виконанням різних функцій у колективі;
- кооперативна компетентність, представлена вмінням продуктивно співпрацювати з партнерами у групі та команді, реалізувати навички міжособистісної взаємодії;
- інтеркультурологічна компетентність, представлена знаннями ділових і підприємницьких культур своєї країни та країни ділових партнерів, позитивним ставленням до несхожості та інших культур, вмінням володіти діловим етикетом;
- іншомовномовленнєва компетентність, представлена вмінням ефективно вести перемовини з іноземними партнерами, укладати угоди;
- конфліктологічна компетентність, представлена вмінням впроваджувати діяльність із запобігання та уникнення конфліктів;

- мотиваційно-вольова компетентність, представлена прагненням до особистісного самовизначення та самореалізації в професійному середовищі;

- ціннісно-орієнтована компетентність, представлена вмінням надавати пріоритети загальнолюдським, громадським та духовним цінностям у реалізації зовнішньоекономічних зв'язків, креативністю;

- рефлексивна компетентність, представлена здатністю до оцінки власної діяльності, контролю її результатів, регуляції рівня власного розвитку та особистісних досягнень, здатністю виявляти, ставити та вирішувати проблеми [47].

Г.Чередніченко, О. Зеліковська, Ю. Бондаренко пропонують «включити до структури професійної компетентності фахівців з економіки такі компоненти:

1) операційний, що передбачає вміння орієнтуватись у предметній галузі економічної діяльності, підготовленість до виконання вузько визначених завдань у професійному колі суб'єкта;

2) організаційний, що характеризується вмінням створювати умови, необхідні для досягнення цілей організації, а саме створювати продуктивну структуру організації та забезпечувати її співробітників необхідним для роботи;

3) планувальний, що передбачає вміння розробляти плани поточної діяльності, планувати потреби у ресурсах (матеріальних, фінансових, трудових, розроблення проєкту бізнес-плану та ін.);

4) контрольний, що передбачає обізнаність у поточній ситуації задля точного відслідковування всіх змін, визначення потенційних загроз для виконання поставлених цілей та їх виправлення, вміння контролювати використання ресурсів, розробляти проекти, реалізувати прийняті рішення;

5) мотиваційний, що включає підтримку сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі, вміння використовувати ефективні системи мотивації та оплати праці;

6) координаційний, що передбачає оперативне регулюванням та диспетчеризацію діяльності, профілактику конфліктних ситуацій та вирішенням конфліктів, регулювання поведінки персоналу в процесі діяльності підприємства;

7) інформаційний, що передбачає володіння інформаційними технологіями;

8) комунікативний, що передбачає володіння технологіями усного та письмового спілкування різними мовами, вміння розрізняти різні комунікативні ситуації та обирати найбільш адекватні форми взаємодії та підходи до розв’язання комунікативних проблем» [70].

А. Спіциною визначено такі «складові професійної компетентності майбутніх економістів:

– мотиваційну, представлену готовністю здобувача ЗВО до прояву власної компетентності, потребу та інтерес до отримання знань, умінь і навичок у галузі економіки, наявність пізнавальних, професійних і творчих мотивів, які впливають на досягнення позитивного результату в процесі професійної діяльності;

– загальнонаукову, представлену здатністю і готовністю майбутнього економіста науково аналізувати проблеми і процеси економічної сфери, уміння використовувати на практиці базові знання та методи обробки інформації, здатність до постановки мети і формулювання завдань, пов'язаних з реалізацією професійних функцій, використовувати для їх розв’язання методи вивчених дисциплін; застосовувати глибокі знання в контексті інноваційної економічної діяльності;

– інформаційно-комп'ютерну, представлену теоретичними знаннями про основні поняття й методи економіки як наукової дисципліни, способами подання, зберігання, обробки й передачі інформації за допомогою комп'ютера, уміннями й навичками роботи на персональному комп'ютері на основі використання операційних систем, утиліт, надбудов над операційною

системою й операційними оболонками, уміннями представити інформацію в Інтернет;

– соціальну, представлену мірою успішності у встановленні стосунків та здійсненні професійної діяльності в соціумі; аналізом ситуації, розумінням випадку, обміном інформацією, поясненням, аналізом із логічним висновком, який повинен бути засобом надання допомоги та сприяння у подальшому самостійному розв'язанні проблеми; в установленні контакту з клієнтом, налагодженні довірливих, доброзичливих стосунків;

– саморегулятивну, представлену високим розвитком механізмів самооцінки, розумінням власного рівня самосвідомості, значущості для інших людей, дисциплінованістю, умінням підтримувати гармонійні міжособистісні стосунки, усвідомленням відповідальності за результати власної діяльності [цит. за 57].

На думку Н. М. Перевознюк, професійна компетентність економіста містить діяльнісно-функціональну, інформаційно-технологічну, теоретико-методологічну, особистісно-мотиваційну, соціально-культурологічну складові. Визначено, що діяльнісно-функціональний компонент професійної компетентності економіста містить: 1) загальноекономічну компетенцію як опанування професійними якостями, що покликані реалізувати економічну діяльність, систему загальноекономічних знань, професійно-економічне мислення, світогляд та свідомість; обізнаність у сучасному економічному стані України, тенденціях та проблемах внутрішньої та зовнішньої економічної політики, у сучасних тенденціях світової економіки; 2) організаційно-управлінську компетенцію як уміння ефективно організовувати власну професійну діяльність та діяльність колег, приймати раціональні рішення, контролювати їх виконання, керувати процесом виконання робіт, оцінювати обсяг роботи та витрати тощо); 3) прогнозувально-контрольну компетенцію як здатність до контролю за виконанням економічних операцій, до звіту про економічну діяльність, прогнозу можливих ситуацій у професійній діяльності та наслідків прийнятих рішень тощо; 4)

професієзнавчу компетенцію як систему знань у межах економічній галузі, соціально-гуманітарних та природознавчих дисциплін; вміння спостерігати за сучасними напрямами розвитку економічної професії за кордоном тощо [39].

Інформаційно-технологічне складову професійної компетентності економіста Н. М. Перевознюк розгляадє через аналіз таких компонентів: 1) аналітико-інформаційну компетенцію як вміння орієнтуватися в інформаційних потоках, здатність до аналізу і оцінки отриманої професійно значущій інформації, збереження та використання інформації, необхідної для професійної діяльності тощо; 2) технологічну компетенцію як опанування новітніми інформаційними технологіями, навички користування комп'ютерною технікою та іншими технічними засобами для продуктивного здійснення завдань у різноманітних професійних ситуаціях) [39].

До теоретико-методологічного компоненту професійної компетентності економіста Н. М. Перевознюк відносить: 1) професійно-наукову компетенцію як знання загальних науково-теоретичних положень щодо особливостей реалізації професійної економічної діяльності, обізнаність у провідних наукових розробках у своїй професійній галузі тощо; 2) освітню та самоосвітню компетенцію як вміння отримувати якісну професійну освіту, вмотивованість на підвищення рівня власної кваліфікації, на самоосвіту і неперервну освіту, вміння забезпечувати сприятливі умови для професійного розвитку із урахуванням індивідуальних потреб у навчанні тощо; 3) організаційно-дослідницьку компетенцію як вміння організовувати та здійснювати науково-дослідницьку роботу в професійній сфері, здатність до аналізу та впровадження результатів наукових досліджень у власну професійну економічну діяльність тощо [39].

Особистісно-мотиваційна складова професійної компетентності за Н. М. Перевознюк передбачає: 1) ціле-мотиваційну компетенцію як здатність до постановки цілей, ідентифікації мотивів, поглядів, потреб; вмотивованість на професійну діяльність в економічній галузі, на збагачення власного професійного потенціалу, творче та нестандартне ставлення до вирішення

професійних проблем тощо; 2) аналітико-рефлексивну компетенцію як здатність до аналізу власної професійної діяльності, визначення недоліків у роботі та шляхів їх усунення, оцінки особистих досягнень, розвитку власної професійної мобільності, продуктивності, ініціативності, впевненості та інших необхідних якостей, рефлексивність самооцінки, відповідальність за власну професійну діяльність, прагнення професійної самореалізації; 3) морально-етичну компетенцію як обізнаність у загальноприйнятих етичних нормах у своїй професії, прагнення до розвитку особистісних моральних якостей (відповідальності, чесності, відкритості, доброзичливості до колег і партнерів), вміння оцінювати професійну ситуацію з морально-етичної точки зору та приймати відповідні рішення, систему громадянських цінностей та упровадження їх у професійній діяльності [39].

Соціально-культурологічна складова професійної компетентності фахівця-економіста за Н. М. Перевознюк містить: 1) ситуаційно-кооперацію компетенцію як прагнення до співпраці, роботи в колективі, реалізації спільних проектів, кооперації спільних зусиль при розв’язанні конкретних професійних завдань, налагодження ефективної інтеракції у конкретних професійно-ділових ситуаціях тощо; 2) конфліктологічну компетенцію як уміння розв’язувати конфліктні ситуації, долати труднощі та непорозуміння між колегами та діловими партнерами, виробляти компромісні рішення; 3) загально-комунікативну компетенцію як вміння лаконічно висловлювати свої думки, виступати з доповідями, надавати аргументи та докази, висока культура спілкування, здатність до вибору оптимального стилю спілкування у різних ділових ситуаціях; 4) іншомовну професійно-ділову комунікативну компетенцію як вміння до застосовування іноземної мови у професійно-діловому спілкуванні, володіння аудіюванням, говорінням, читанням та письмом, наявність системи граматичних, лексичних та фонетичних знань та навичок їх застосування, знання професійної фахової термінології, норм мовленнєвого етикету; 5) соціокультурну компетенцію як культурологічну обізнаність, тобто володіння знаннями з культури, історії своєї країни та

зарубіжних держав, обізнаність в особливостях суспільного устрою, суспільних норм етикету, вміння розуміти культуру інших країн та використовувати свої культурологічні знання у соціально-професійній взаємодії з іншими людьми [39].

У результаті теоретичного аналізу та узагальнення описаних підходів до змісту та складових професійної компетентності фахівця-економіста, доцільно виділити такі складові у її структурі (рис. 1.2):

Рис. 1.2. Теоретична модель професійної компетентності економіста.

1) ціннісно-мотиваційну, представлену вмотивованістю на професійну діяльність, інтересом до економіки загалом, сформованістю індивідуальної кар'єрної траєкторії, зумовленої специфікою ціннісних орієнтації професійної діяльності;

2) регулятивно-вольову, представлену саморегуляцією професійної діяльності, адаптивними копінг-стратегіями, високим рівнем розвитку вольових якостей, що сприяють досягненню цілей професійної діяльності економіста (наполегливістю, завзятістю, стресостійкістю, рефлективністю);

3) організаційно-управлінську, представлену афіліативною спрямованістю, організованістю та здатністю організувати роботу інших, здатністю до планування, контролю, оцінки поточної діяльності та прогнозування віддалених результатів економічної діяльності;

4) комунікативно-кооперaційну, представлену комунікативними навичками, здатністю до конструктивного розв'язання конфліктних ситуацій у трудовому колективі, вміння працювати у команді, ефективністю у різних комунікативних ситуаціях (з клієнтами, керівництвом, співробітниками, органами контролю тощо), здатністю до усного та письмового спілкування рідною та іноземними мовами, знаннями ділового етикету;

5) когнітивну, представлену обізнаністю у професійній діяльності та фаховими економічними знаннями, метакогнітивними вміннями як здатністю оволодівати новими знаннями, бути ефективним в стрімкому інформаційному потоці у галузі фінансів та аудиту, професійно вдосконалюватись;

6) інформаційно-діяльнісну, представлений інструментально-методологічною озброєністю в економіці, навичками та вміннями практичної діяльності економіста, використанням операційних систем, програмного забезпечення задля оброблення та передавання даних економічної діяльності з комерційною, фінансовою й економіко-статистичною інформацію.

Висновки до першого розділу

У результаті теоретичного аналізу проблеми професійної компетентності майбутніх економістів її було визначено як вмотивовану здатність до успішного здійснення професійної діяльності економіста, що забезпечується сукупністю професійно значущих знань та вмінь, когнітивних, регулятивних, організаційних, комунікативних та управлінських спроможностей.

Теоретичну модель професійної компетентності економіста складають такі компоненти: ціннісно-мотиваційний (вмотивованість на професійну діяльність, інтерес до економіки кар'єрна спрямованість), регулятивно-вольовий (саморегуляція професійної діяльності, адаптивні копінг-стратегії, високий наполегливість, завзятість, стресостійкість, рефлексивність),

організаційно-управлінський (афіліативна спрямованість, організованість, здатність до планування, контролю, оцінки поточної діяльності та прогнозування), комунікативно-кооперaційний (комунікативні навички, здатність до конструктивного розв’язання конфліктних ситуацій, вміння працювати у команді, знання ділового етикету), когнітивний (обізнаність у професійній діяльності, метакогнітивні вміння), інформаційно-діяльнісний (інструментально-методологічна озброєність в економіці).

Соціальна креативність є багатовимірною здатністю особистості до ефективної соціальної взаємодії та соціальної діяльності, що характеризується низкою стандартних для загальної креативності властивостей (швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість) та представлена мотиваційним (мотивація афіліації і творчості, готовність до співпраці з іншими), когнітивним (соціальний інтелект та вербальна креативність, соціальна компетентність, групова креативність), поведінково-комунікативним (володіння комунікативними стратегіями, надситуативність у прийнятті рішень у взаємодії, соціальна трансгресивність, організаторські та комунікативні здатності, здатність до кооперації та конкуренції) та ціннісно-смисловим (командні цінності, альтруїзм як цінність, пріоритет потреб колективу над власними егоїстичними потребами) компонентами.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ.

2.1 Організація та методи емпіричного дослідження.

Організація вивчення соціальної креативності студентів-економістів передбачала впровадження таких етапі роботи: створення та апробацію тесту соціальної креативності для студентів, розробку методики дослідження професійної компетентності фахівця-економіста, добір психодіагностичного інструментарію та формування дослідницької вибірки, математико-статистичну обробку результатів констатувального експерименту та інтерпретацію отриманих даних.

2.1.1 Розробка тесту соціальної креативності для студентів.

Психометричну вибірку склали 321 студент ОКР «бакалавр», що навчаються за спеціальностями 05 – соціальні та поведінкові науки.

Після обробки даних тестування були оцінені міри центральної тенденції та мінливості для:

1) загальної кількості варіантів вирішення ситуацій, запропоновані школярами за певну одиницю часу (40 хвилин – по 10 хвилин на кожну ситуацію), що розглядається як параметр швидкості креативності;

2) кількості одиничних (унікальних та таких, що мають частоту менше 10%) відповідей, що дозволяє оцінити показник оригінальності соціальної креативності у балах – відповідь властива для понад 60% респондентів – 0 балів, більше 30% - 1 бал, менше 30% - 2 бали;

3) кількості тематичних переключень, що дозволяє оцінити показник гнучкості;

4) кількості слів у пропозиціях до кожної ситуації, що дозволяє оцінити міру розробленості соціальної креативності.

Для здобувачів ЗВО було запропоновано 6 ситуацій, що містять певні соціальні проблеми, на вирішення яких також було надано по 10 хвилин. Перші три ситуації характеризують внутрішньо особистісний компонент соціальної креативності, останні три – міжособистісний компонент соціальної креативності. Наведемо список ситуацій:

Ситуація 1. Н. збентежений тим, що не може організувати свій час. З одного боку, він хоче брати участь у різних видах діяльності, які йому цікаві, з іншого – усвідомлює, що не має на це достатньо часу. Що йому робити?

Ситуація 2. Н. має труднощі у контролі емоцій. Він почуває себе нещасливим, йому складно контролювати свій настрій та емоції. Що йому робити?

Ситуація 3. Л. хвилюється, що не може зрозуміти лекції. Хоча він щось іноді розуміє, він не спроможний працювати над питаннями, поставленими викладачем. Що йому робити?

Ситуація 4. К. думає, що в нього небагато добрих друзів та хоче мати більше. Що йому робити?

Ситуація 5. М. закохався в одногрупницю. Утім, батьки одногрупниці стоять на заваді їх стосункам. Що він має робити?

Ситуація 6. Р. живе з кількома співмешканцями в одному гуртожитку, але звички у них різні, і Р. засмучений через шкідливі звички деяких співмешканців (наприклад, деякі співмешканці люблять телефонувати друзям до пізньої ночі, тим самим порушуючи сон Р.). Що йому робити?

В інструкції також зазначається: Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших розв’язків більше 4, просто запишіть їх послідовно.

У таблиці 2.1 показано описові статистики для кожної ситуації, що підтверджує їх пригодність для тесту.

Таблиця 2.1

Описові статистики для параметрів соціальної креативності студентів

Параметри соціальної креативності	M ± σ			
	Швидкість, M±σ	Оригінальність, %	Гнучкість, M±σ	Розробленість, M±σ
Ситуація 1	7,53±1,63	3,84±2,42	4,28±2,58	213±86,53
Ситуація 2	5,42±2,14	3,28±2,17	4,84±2,78	252±88,35
Ситуація 3	7,33±1,71	3,76±2,22	3,58±2,11	206±73,74
Ситуація 4	6,43±2,53	3,73±2,47	4,51±2,26	263±96,75
Ситуація 5	7,26±1,65	3,54±2,43	4,25±2,58	214±76,54
Ситуація 6	7,42±2,44	3,25±2,16	3,36±2,76	251±98,23

Виходячи з даних таблиці 2.2, нормативними показниками для швидкості визначено 10-40 балів, для оригінальності та гнучкості – 3-13 балів, розробленості – 3-8 балів.

Таблиця 2.2

Описова статистика для якісних показників соціальної креативності студентів

Параметри соціальної креативності	Середнє	Стандартне відхилення	Мінімум	Максимум
Швидкість	24,69	14,65	8,00	56,00
Оригінальність	8,20	5,11	1,00	25,00
Гнучкість	8,77	5,17	1,00	26,00
Розробленість	5,24	2,71	1,00	10,00

Виходячи з даних таблиці 2.3, нормативними показниками для внутрішньо-оосбистісного компоненту визначено 5-15 балів, для міжособистісного – 3-15 балів, для загального – 8-28 балів.

Таблиця 2.3

Описова статистика для змістових компонентів соціальної креативності студентів

Компоненти соціальної креативності	Середнє	Стандартне відхилення	Мінімум	Максимум
Загальний показник соціальної креативності	18,57	9,99	6,00	42,00
Внурішньо-особистісний	9,04	4,49	3,00	20,00
Міжособистісний	9,54	5,62	3,00	24,00

Дискримінативна валідність перевірялась через виявлення кореляційних зв’язків соціальної креативності по двом тестам із результатами діагностики соціальної креативності за методикою А. Батаршева (2005).

По першому тесту для школярів виявлено позитивний зв'язок оригінальності (0,34, $p<0,0001$) та швидкості (0,74, $p<0,0001$) із сумарним показником соціальної креативності за опитувальником А. Батаршева.

По другому тесту для студентів виявлено кореляції швидкості (0,32, $p<0,0001$), гнучкості (0,45, $p<0,0001$) та оригінальності (0,39, $p<0,0001$) із результатами опитувальника.

Отримані дані підтверджують природність апробованих на вибірках школярів та студентів тестів.

Апробовні у дослідженні тести соціальної креативності розроблені для школярів (перший тест) та студентів (другий тест) є набором ситуацій, на які респондент має надати розгорнуту відповідь. Представлені тести мають

високу дискримінативну спроможність та дозволяють оцінити швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість соціальної креативності: тест «Визначення соціальної креативності особистості» автор-розробник: Батаршев А.В., тест-опитувальник комунікативної креативності. Оригінальний тест-опитувальник комунікативної креативності, автори: О.П. Саннікова, Р.В. Бєлоусова.

У таблиці 2.4 маємо корелятивні результати тесту соціальної креативності із шкалами методики дослідження комунікативної креативності.

Таблиця 2.4

Кореляції взаємозв'язку соціальної креативності та комунікативної креативності

	Легкість	Самопрезентація	незалежність	Конфліктність	Емоційна стійкість	Маніпулятивність	Експресивність	Комунікативна компетентність
Сит 1	0,58	0,42	0,46	0,25	0,51	0,17	0,51	0,46
Сит 2	0,57	0,41	0,47	0,25	0,53	0,19	0,53	0,51
Сит 3	0,61	0,46	0,52	0,27	0,55	0,26	0,54	0,52
Сит 4	0,57	0,43	0,49	0,26	0,55	0,27	0,54	0,50
Сит 5	0,58	0,43	0,52	0,31	0,52	0,26	0,54	0,53
Сит 6	0,58	0,39	0,44	0,24	0,49	0,20	0,50	0,46

Визначено низку позитивних кореляцій між значеннями успішності виконання ситуацій тесту та показниками легкості, емоційної стійкості, маніпулятивності, експресивності комунікативної креативності, а також комунікативною компетентністю.

2.1.2 Розробка опитувальника професійної компетентності майбутнього економіста.

Окремим методичним завданням нашого дослідження було створення опитувальника для визначення рівня розвитку професійної компетентності майбутнього економіста, структура якого відповідає розробленій нами теоретичній моделі такої компетентності, описаної у параграфі 1.1.

З цією метою було створено 30 пунктів опитувальника, що за змістом відповідають шести компонентам професійної компетентності майбутнього економіста: ціннісно-мотиваційному (5 пунктів), регулятивно-вольовому (5 пунктів), організаційно-управлінському (5 пунктів), комунікативно-кооперaційному (5 пунктів), когнітивному (5 пунктів), інформаційно-діяльнісному (5 пунктів). Значення альфа Кронбаха для 30 пунктів опитувальника становило 0,766. Після видалення пунктів, що погіршують одномоментну надійність альфа Кронбаха зросло до значення 0,769.

У таблиці 2.5 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника. Пункт із твердженням «Вважаю професію економіста престижною» не увійшов до кінцевої версії опитувальника через низьку одномоментну надійність (значення альфа становить 0,767).

Таблиця 2.5

Описові статистики для шкали «Ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
1. Мені подобається професія економіста і я прагну працювати за фахом.	2,45	1,77	0,761	0,785
2. Вважаю, що можу побудувати хорошу кар'єру економіста.	2,76	1,76	0,762	0,854
3. Сьогодні економісти потрібні нашій державі.	2,55	1,56	0,765	0,796
4. Мене цікавить економіка і я відслідковую новини у цій галузі.	2,57	1,76	0,764	0,902

У таблиці 2.6 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника.

Таблиця 2.6

Описові статистики для шкали «Регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
5. У мене достатньо наполегливості і завзятості для успішного оволодіння економічною спеціальністю.	2,78	1,56	0,765	0,925
6. Маю достатню стресостійкість для того, щоб не вигорати у професійній діяльності.	2,81	1,79	0,764	0,936

Пункти із твердженнями «Вмію регулювати емоційні стани у процесі оволодіння майбутньою професією», «Знаю як зняти стрес у робочому процесі» та «Вважаю, що можу чинити опір стресу у складних ситуаціях навчання та професійної діяльності» не увійшли до кінцевої версії опитувальника через низьку одномоментну надійність (значення альфа становить 0,768).

У таблиці 2.7 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника. Пункти із твердженнями «Вважаю, що маю лідерські якості», «Бажаю очолити робочий колектив» та «Бажаю побудувати кар’єру керівника організації» не увійшли до кінцевої версії опитувальника через низьку одномоментну надійність (значення альфа становить 0,767; 0,768 та 0,769 відповідно).

Таблиця 2.7

Описові статистики для шкали «Організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
7. Я вмію організувати роботу у команді колег чи однокурсників для вирішення економічних завдань у групі.	2,85	2,03	0,766	0,851
8. Я достатньо точно можу здійснювати прогноз економічної ситуації у світі.	2,52	1,89	0,765	0,874

У таблиці 2.8 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника. Усі передбачені твердження увійшли до кінцевої версії опитувальника.

Таблиця 2.8

Описові статистики для шкали «Комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
9. Я вмію розв'язувати конфліктні ситуації у робочому колективі.	2,78	1,96	0,762	0,854
10. Вмію працювати у команді.	3,15	2,01	0,762	0,902
11. Вільно спілкуюсь з людьми з різним соціальним статусом.	3,11	1,85	0,763	0,789
12. Я обізнаний у культурі усного та писемного ділового спілкування.	2,54	1,79	0,764	0,853
13. Я обізнаний у правилах етикету.	2,89	1,59	0,763	0,824

У таблиці 2.9 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Когнітивного компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника.

Таблиця 2.9

Описові статистики для шкали «Когнітивного компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
14. Вважаю свої фахові знання достатніми для здійснення професійної економічної діяльності.	2,12	1,48	0,764	0,877
15. Я легко вчуся як у межах економічної галузі, так і за спорідненими дисциплінами.	2,84	1,54	0,764	0,912
16. Слідкую за інформаційним потоком у галузі фінансів та аудиту.	2,51	2,01	0,765	0,781
17. Я прагну професійно вдосконалюватись.	3,10	1,87	0,764	0,857

Пункт із твердженням «Оволодіння економічним фахом мені вдається легко» не увійшов до кінцевої версії опитувальника через низьку одномоментну надійність (значення альфа становить 0,769).

У таблиці 2.10 показано описові статистики, статистику альфа Кронбаха та кореляції пунктів із сумарним значенням по шкалі «Інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності економіста», що увійшли до кінцевої версії опитувальника.

Таблиця 2.10

Описові статистики для шкали «Інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності економіста»

Пункти опитувальника	Середнє	Ст.відх	Альфа Кронбаха при видаленні пункту	Кореляції із сумарним показником
18. Достатньо володію навичками практичної економічної діяльності.	2,12	1,48	0,764	0,844
19. Володію операційними системами, застосунками та програмним забезпеченням у галузі практичної діяльності економіста.	2,84	1,54	0,764	0,904
20. У мене є навички практичної діяльності економіста (бухгалтера, працівника банківської сфери тощо).	2,51	2,01	0,766	0,749

Пункт із твердженням «Я вже працюю в економічній галузі» не увійшов до кінцевої версії опитувальника через низьку одномоментну надійність (значення альфа становить 0,769).

Виходячи із даних таблиці 2.11 видно, що граничні значення норми для показника ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності становлять 8-16 балів, регулятивно-вольового та організаційно-управлінського – 4-8 балів, комунікативно-кооперативного – 9-19 балів, когнітивного – 9-17 балів, інформаційно-діяльнісного – 5-11 балів.

Таблиця 2.11

Описові статистики для шкал «Опитувальника професійної компетентності майбутнього економіста»

Шкали опитувальника	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст.відх.
Ціннісно-мотиваційний компонент	4,00	20,00	12,29	4,41
Регулятивно-вольовий компонент	2,00	10,00	6,19	2,06
Комунікативно-кооперативний компонент	5,00	25,00	14,23	5,23
Організаційно-управлінський компонент	2,00	10,00	6,40	1,86
Когнітивний	4,00	20,00	13,43	4,44
Інформаційно-діяльнісний компонент	3,00	15,00	8,91	3,41

Визначено низку позитивних зв’язків між шкалами опитувальника професійної компетентності економіста та позитивною професійною ідентичністю за методикою У. Родигіної [цит за 16]: відповідно r=0,76, r=0,78, r=0,54, r=0,61, r=0,65, r=0,67, p<0,0001.

Визначено низку негативних зв’язків між шкалами опитувальника професійної компетентності економіста та негативною професійною ідентичністю за методикою У. Родигіної [цит за 16]: відповідно r=-0,56, r=-0,54, r=-0,51, r=-0,51, r=-0,47, r=-0,51, p<0,0001.

Визначено низку позитивних зв’язків між шкалами опитувальника професійної компетентності економіста та активною професійною ідентичністю за методикою У. Родигіної [цит за 16]: відповідно r=0,81, r=0,80, r=0,44, r=0,41, r=0,42, r=0,68, p<0,0001.

Визначено низку негативних зв’язків між шкалами опитувальника професійної компетентності економіста та негативною професійною ідентичністю за методикою У. Родигіної [цит за 16]: відповідно r=-0,78, r=-0,74, r=-0,41, r=-0,44, r=-0,43, r=-0,62, p<0,0001.

2.1.3 Організація та методи дослідження соціальної креативності майбутніх економістів.

Розвязання мети та завдань дослідження соціальної креативності майбутніх психологів передбачало впровадження таких етапів емпіричного дослідження.

На першому етапі емпіричного дослідження було розроблено авторський тест соціальної креативності та методику дослідження професійної компетентності економіста, перевірено їх валідність та надійність.

На другому етапі було створено психодіагностичний комплекс та здійснено формування дослідницької вибірки.

Задля реалізації поставленої мети дослідження використано наступний комплекс діагностичних методик-опитувальників:

1. Тест вербальної креативності С. Медніка, що дозволяє зясувати рівень вербальної швидкості, оригінальності, гнучкості та розробленості.
2. Тест-опитувальник комунікативної креативності О. П. Саннікової і Р. В. Белоусової, що містить шкали – «Легкість», «Самопрезентація», «Незалежність», «Конфліктність», «Емоційна стійкість», «Маніпулятивність», «Експресивність», «Комунікативна компетентність».
3. Методику визначення соціальної креативності особистості А.В. Батаршева.
4. Тест соціальної креативності О. Поєздніка та П. Савостіної, представлений п’ятьома соціальними ситуаціями, які респондент має нетривіально, повно, точно і деталізовано вирішити.
5. Тест соціального інтелекту Дж. Гілфорда.
6. Опитувальник емоційного інтелекту Н. Холла.
7. Методика діагностики комунікативних і організаторських схильностей (КОС-2) В. В. Синявського і Б. О. Федоришина.
8. Методика для визначення рівня рольової компетентності О. Михайленко, що містить чотири шкали – «Рольова рефлексія», «Широта

рольового репертуару», «Рольова гнучкість» та «Здатність вирішувати рольові конфлікти».

9. Опитувальник спрямованості особистості у спілкуванні С. Братченка.

Дослідницьку вибірку склали 185 здобувачів ОКР «Бакалавр», що навчаються за спеціальністю «економіка», 47 осіб – 1 курсу, 44 – 2 курсу, 63 – 3 курсу, 31 – 4 курсу, рівномірно представлені за рівнем академічної успішності.

2.2 Рівень соціальної креативності студентів і залежності від курсу, спеціальності та успішності у навчанні.

Першим завданням емпіричного дослідження було визначення рівневих характеристик соціальної креативності студентів-економістів. З рис. 2.1 видно, що по мірі навчання у ЗВО зменшується кількість студентів із низьким рівнем соціальної креативності. Загалом серед студентів переважає середній рівень соціальної креативності.

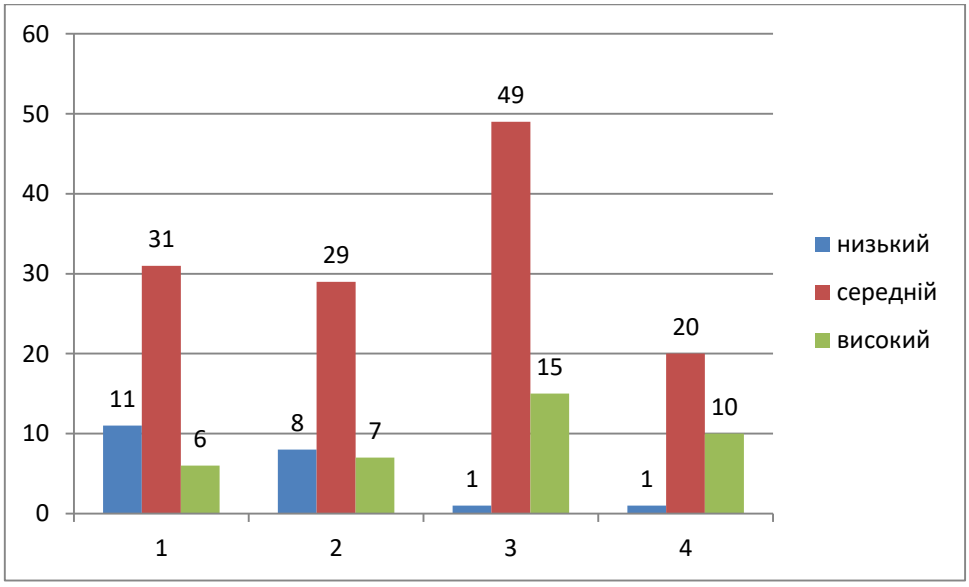


Рис.2.1. Розподіл студентів-економістів різних курсів навчання за рівнем соціальної креативності.

На рис. 2.2 показано специфіку розвитку відрефлексованої соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

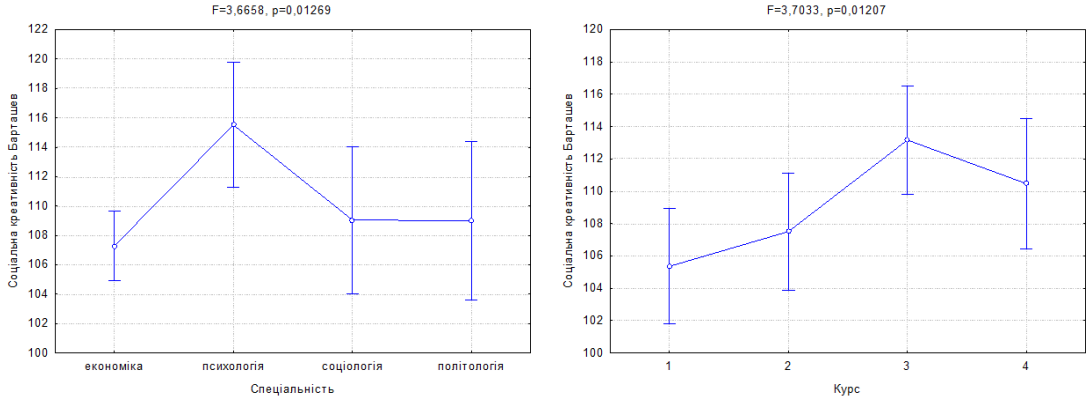


Рис. 2.2 Рівень соціальної креативності (самооцінка) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки залежно від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Визначено, що рівень соціальної креативності (самооцінки) у здобувачів відрізняється в залежності від спеціальності: студенти-психологи істотно перевищують інших здобувачів галузі знань 05 – соціально-поведінкові науки за рівнем соціальної креативності. Соціальна креативність розвивається протягом навчання нелінійно, зростаючи до середини навчання та спадаючи наприкінці.

На рис. 2.3 показано рівень соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей на різних курсах навчання.

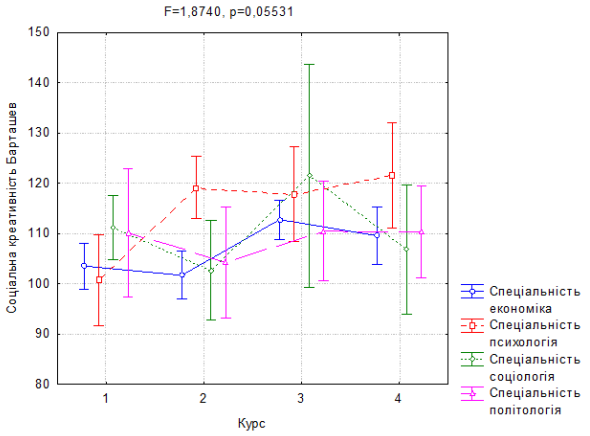


Рис. 2.3 Рівень соціальної креативності (самооцінка) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

Майбутні психологи, починаючи з другого курсу навчання, високо оцінюють власні соціальні творчі здібності, натомість майбутні економісти та політологи характеризуються найнижчими показниками соціальної креативності незалежно від курсу навчання.

На рис. 2.4 показано специфіку самооцінки соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні і поведінкові науки з різною академічною успішністю.

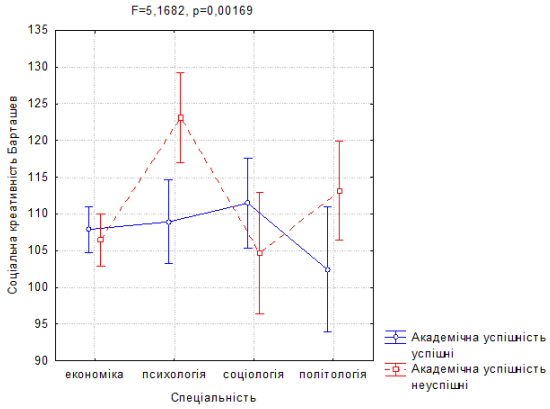


Рис. 2.4 Рівень соціальної креативності (самооцінка) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Визначено, що висока успішність у навчанні стає на заваді високій самооцінці власної соціальної креативності у психологів та у політологів, натомість академічно успішні соціологи оцінюють власні соціальні здібності вище, ніж менш успішні. Рівень академічної успішності майбутніх економістів не впливає на самооцінку їх соціальної креативності.

На рис. 2.5 показано специфіку соціальної креативності залежно від рівня успішності у навчанні та курсу.

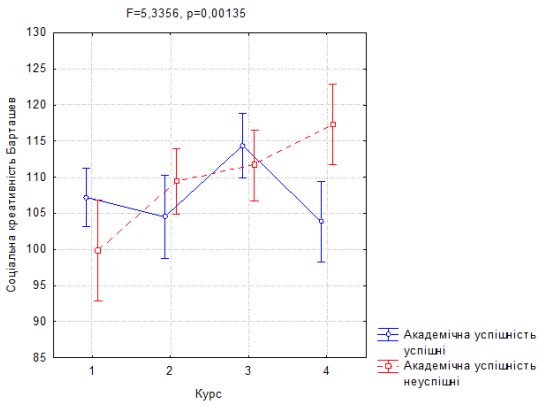


Рис. 2.5 Рівень соціальної креативності (самооцінка) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

В академічно неуспішних здобувачів показники соціальної креативності зростають лінійно протягом навчання у виші, натомість в академічно успішних вони сягають найвищого рівня на третьому курсі, а потім спадають.

На рис. 2.5 показано специфіку розвитку фактичної соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

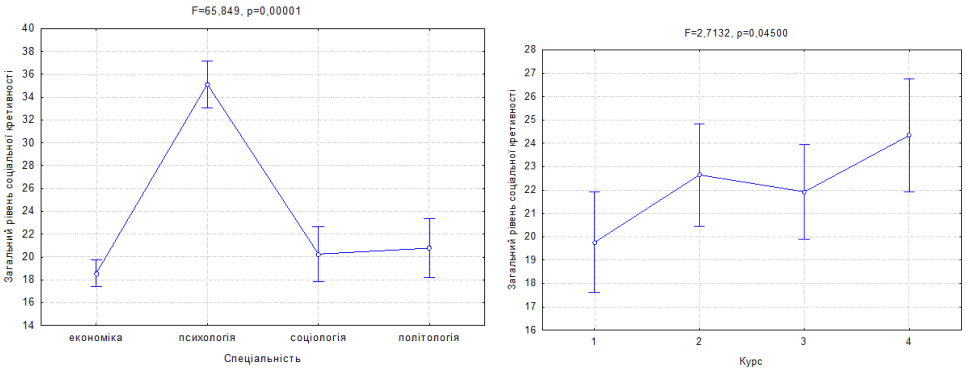


Рис. 2.5 Рівень соціальної креативності (фактичної) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Визначено, що рівень соціальної креативності (фактичної) у здобувачів відрізняється в залежності від напрямку навчально-професійної підготовки: студенти-психологи істотно перевищують інших здобувачів спеціальності 05 – соціально-поведінкові науки за результатами тестування соціальної креативності. Фактична соціальна креативність розвивається протягом навчання близько до лінійного характеру зростання.

На рис. 2.6 показано специфіку фактичної соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні і поведінкові науки з різною академічною успішністю.

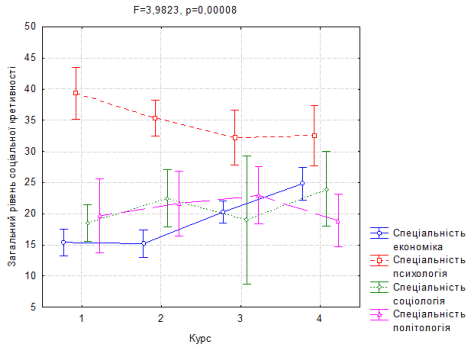


Рис. 2.6 Рівень соціальної креативності (фактичної) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

Майбутні психологи перевищують усіх інших здобувачів за результатами тестування соціальної креативності. Здобувачі інших спеціальностей не відрізняються у показниках соціальної креативності на різних курсах навчання.

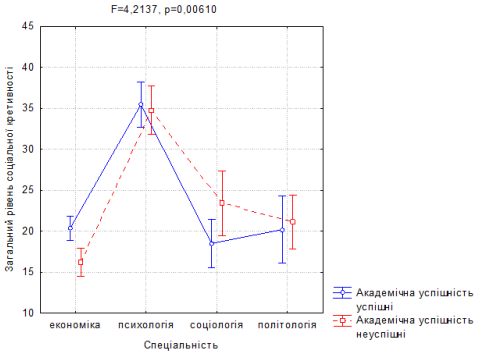


Рис. 2.7 Рівень соціальної креативності (фактичної) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Академічна успішність не впливає на рівень фактичної соціальної креативності у здобувачів спеціальності «психологія». Більш успішні у навчанні майбутні економісти мають вищий рівень соціальної креативності.

На рис. 2.8 показано рівень соціальної креативності в залежності від успішності у навчанні та курсу навчання.

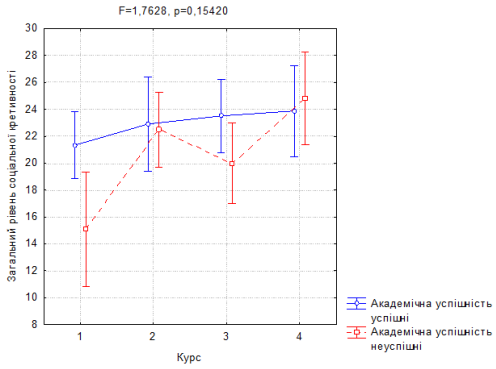


Рис. 2.8 Рівень соціальної креативності (фактичної) у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

При високі академічній успішності показники соціальної креативності майже не змінюються протягом навчання у виші, проте при низькій – стрімко зростають, починаючи із другого курсу навчання.

На рис. 2.9 показано специфіку розвитку внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

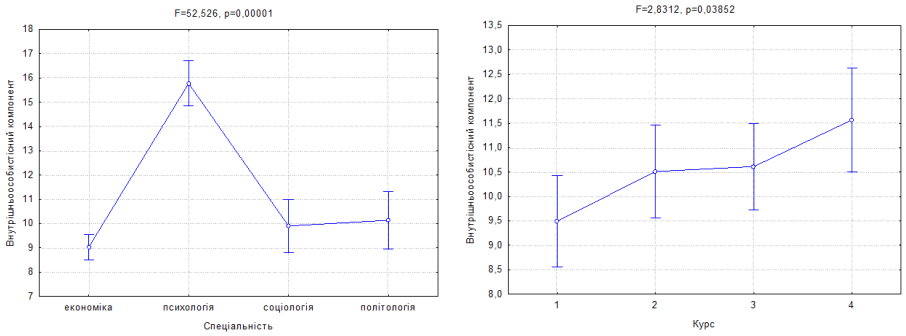


Рис. 2.9 Рівень внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Майбутні психологи перевищують інших здобувачів за показниками внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності, яка у здобувачів галузі знань 05 – соціальні і поведінкові науки лінійно зростає протягом навчання у виші.

На рис. 2.10 показано специфіку внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

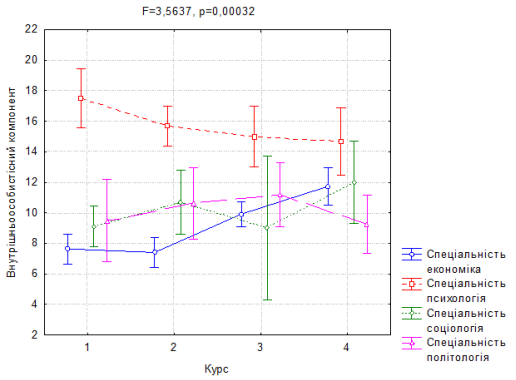


Рис. 2.10 Рівень внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

У майбутніх психологів показники внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності є вищими і майже не змінюються протягом навчання у виші, хоча на інших спеціальностей також не зафіксовано статистично значущої динаміки цього компоненту соціальної креативності.

На рис. 2.11 показано, що висока академічна успішність позитивно позначається на рівні внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності лише у студентів-економістів.

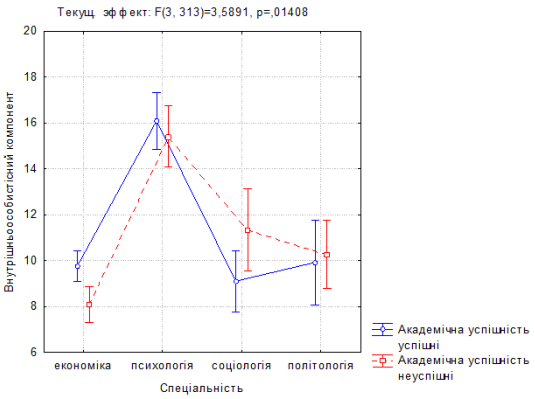


Рис. 2.11 Рівень внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Позитивна динаміка внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності властива менш успішним здобувачам (рис. 2.12).

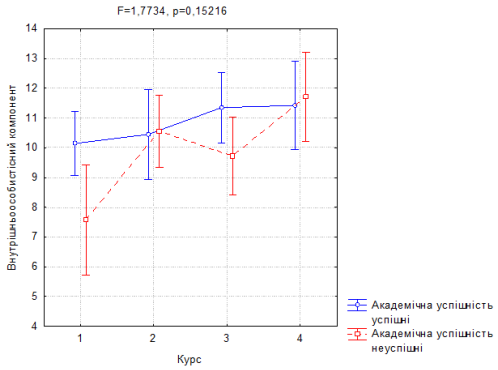


Рис. 2.12 Рівень внутрішньо особистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів напряму галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

На рис. 2.13 показано специфіку розвитку міжособистісного компоненту соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

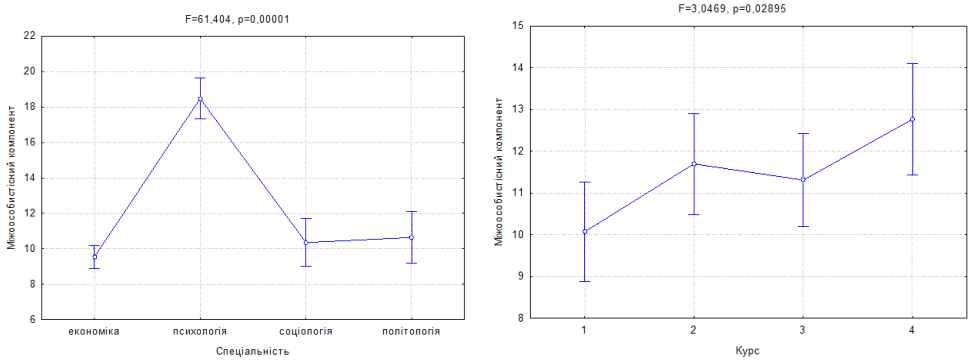


Рис. 2.13 Рівень міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Майбутні психологи значно перевищують інших здобувачів за показниками міжособистісного компоненту соціальної креативності, яка загалом характеризується позитивною динамікою протягом навчання у виші.

На рис. 2.14 показано специфіку міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

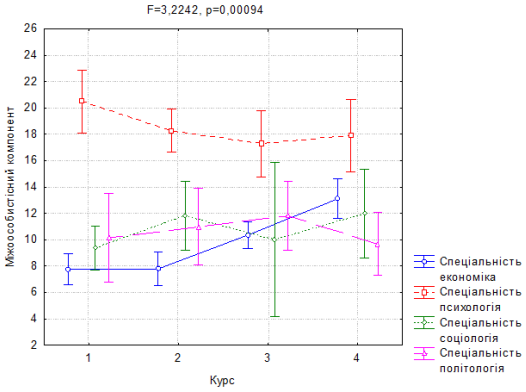


Рис. 2.14 Рівень міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

У майбутніх психологів показники міжособистісного компоненту соціальної креативності є вищими і майже не змінюються протягом навчання у виші, хоча на інших спеціальностей також не зафіксовано статистично значущої динаміки цього компоненту соціальної креативності.

На рис. 2.15 показано специфіку міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання з різною академічною успішністю.

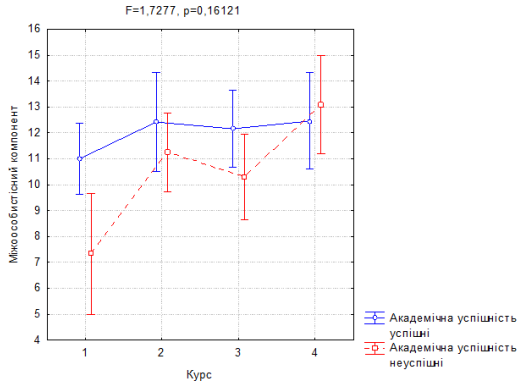


Рис. 2.15 Рівень міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

В академічно успішних студентів не визначено істотної динаміки міжособистісного компонента соціальної креативності, утім для неуспішних студентів протягом навчання у виші визначено позитивну динаміку.

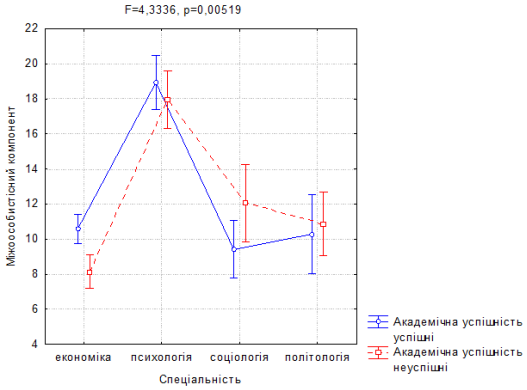


Рис. 2.16 Рівень міжособистісного компоненту соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

На рис. 2.17 показано специфіку розвитку швидкості соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

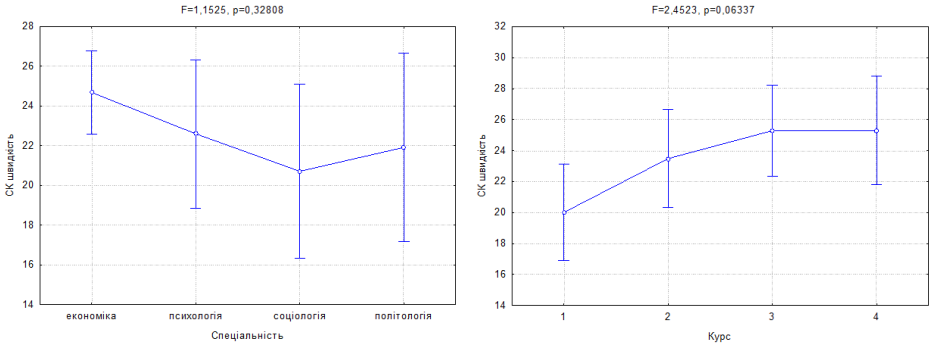


Рис. 2.17 Рівень швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Істотних відмінностей у показниках швидкості соціальної креативності у студентів різних спеціальностей визначено не було. Протягом навчання у виші загалом у студентів визначено позитивну динаміку швидкості соціальної креативності.

На рис. 2.18 показано специфіку швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

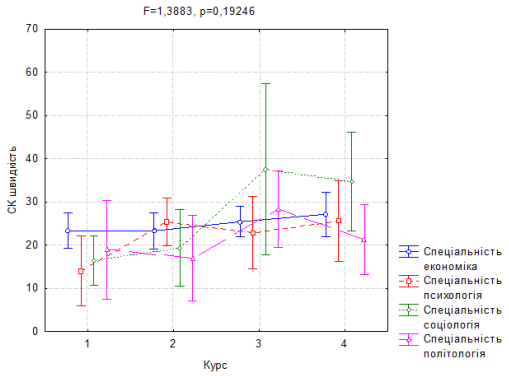


Рис. 2.18 Рівень швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

Істотних відмінностей у показниках швидкості соціальної креативності у студентів різних спеціальностей та курсів навчання визначено не було.

На рис. 2.19 показано специфіку швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

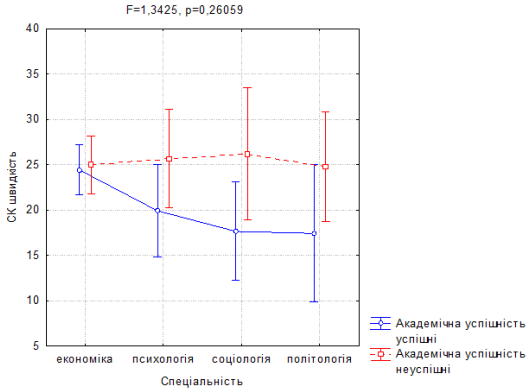


Рис. 2.19 Рівень швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Починаючи з другого курсу навчання академічно успішні студенти поступаються показниками швидкості менш успішним здобувачам.

На рис. 2.20 показано специфіку швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

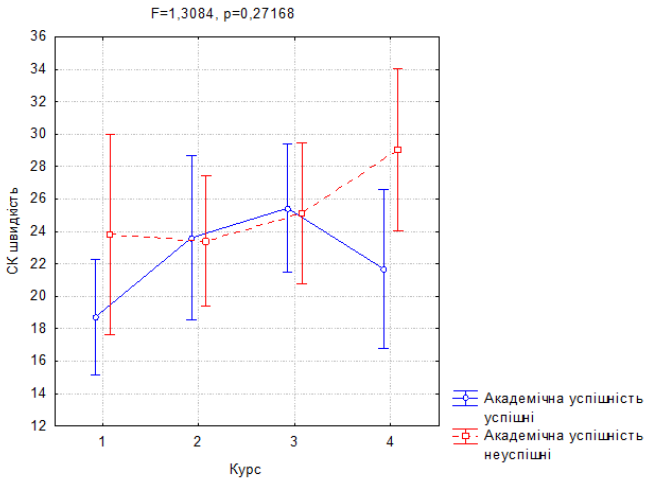


Рис. 2.20 Рівень швидкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

Академічно неуспішні студенти на початку та наприкінці навчання переважають успішних за показниками швидкості соціальної креативності.

На рис. 2.21 показано специфіку розвитку оригінальності соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

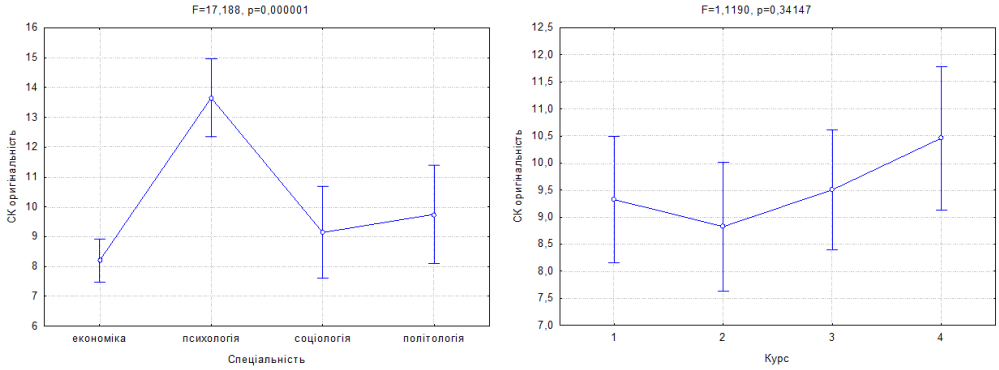


Рис. 2.21 Рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки залежно від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Майбутні психологи переважають інших здобувачів за показниками оригінальності соціальної креативності. Протягом навчання у виші не відбувається суттєвих зрушень у показниках оригінальності соціальної креативності у студентів загалом.

На рис. 2.22 показано специфіку розвитку оригінальності соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей в залежності від курсу навчання.

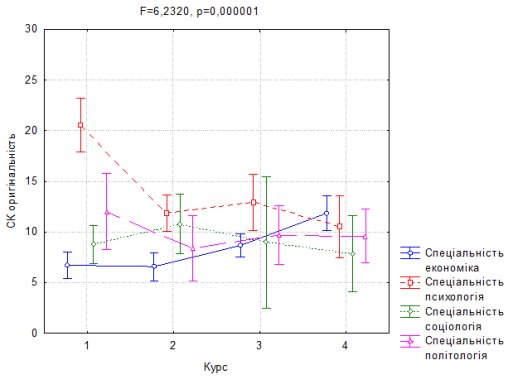


Рис. 2.22 Рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

Найвищі показники оригінальності соціальної креативності виявлено у здобувачів спеціальності «психологія» на початку навчання у виші. Інші здобувачі на різних курсах навчання не відрізняються між собою за рівнем оригінальності соціальної креативності.

На рис. 2.23 показано рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

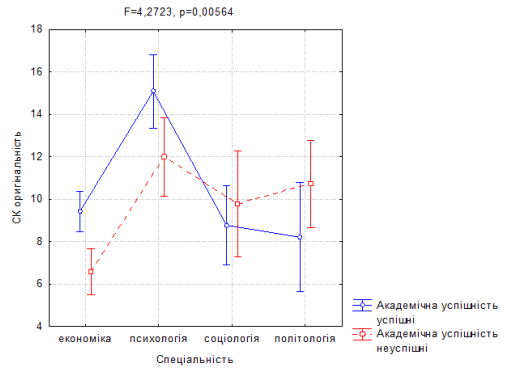


Рис. 2.23 Рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Висока академічна успішність здобувачів за спеціальністю «економіка» та «психологія» сприяє вищим показникам оригінальності соціальної креативності.

На рис. 2.24 показано рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання, де видно що у переважної групи студентів із високою академічною успішністю оригінальність є вищою, особливо у майбутніх економістів на початку навчання у виші.

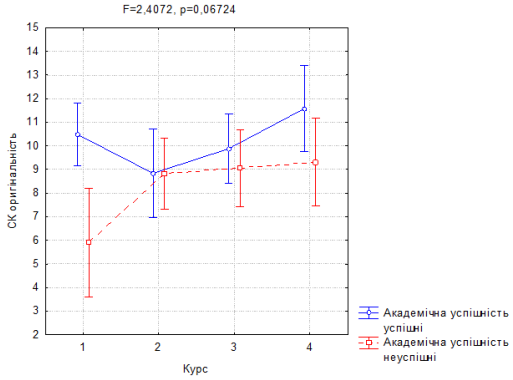


Рис. 2.24 Рівень оригінальності соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

На рис. 2.25 показано специфіку розвитку гнучкості соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

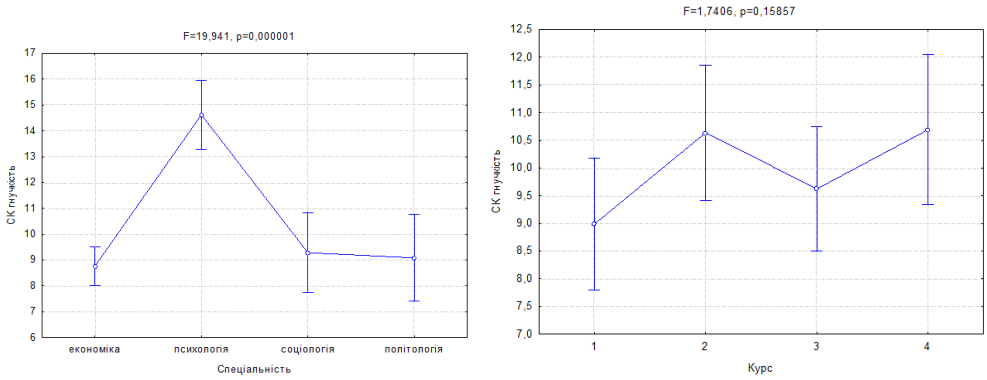


Рис. 2.25 Рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

Майбутні психологи відрізняються вищими показниками гнучкості соціальної креативності. Гнучкість у побудові варіантів творчого виходу із соціальних проблем у студентів не залежить від курсу навчання.

На рис. 2.26 показано рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

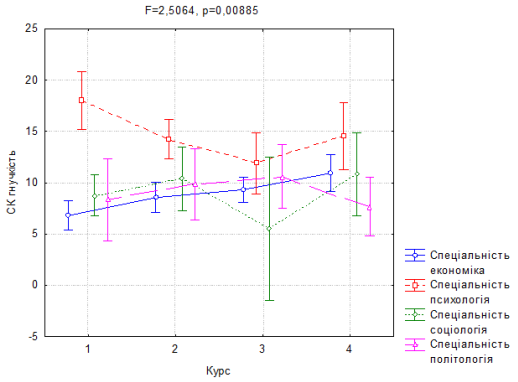


Рис. 2.26 Рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

На початку навчання у студентів-психологів виявлено найвищі показники гнучкості соціальної креативності.

На рис. 2.27 показано рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

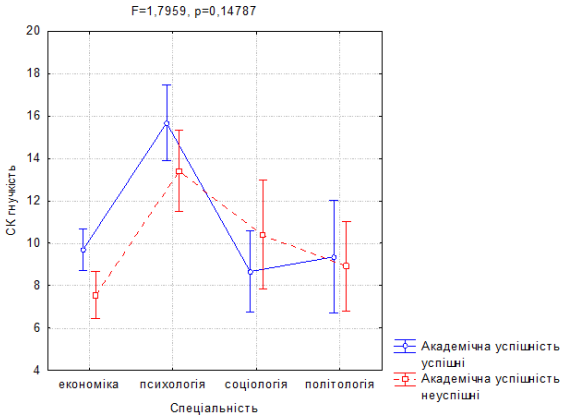


Рис. 2.27 Рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

Істотних відмінностей у показниках гнучкості соціальної креативності в залежності від спеціальності та рівня академічної успішності виявлено не було.

На рис. 2.28 показано рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

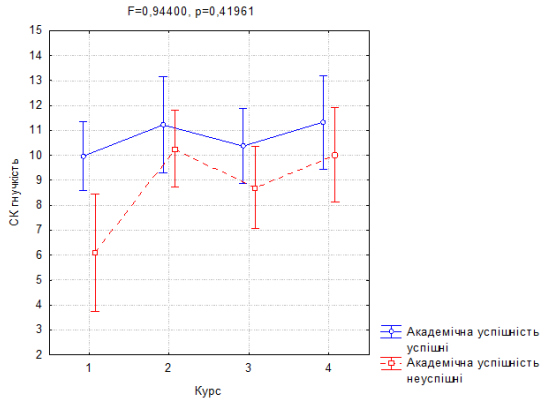


Рис. 2.28 Рівень гнучкості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

Вища академічна успішність зумовлює більшу гнучкість соціальної креативності на усіх курсах навчання.

На рис. 2.29 показано специфіку розвитку розробленостіі соціальної креативності здобувачів різних спеціальностей та курсів навчання.

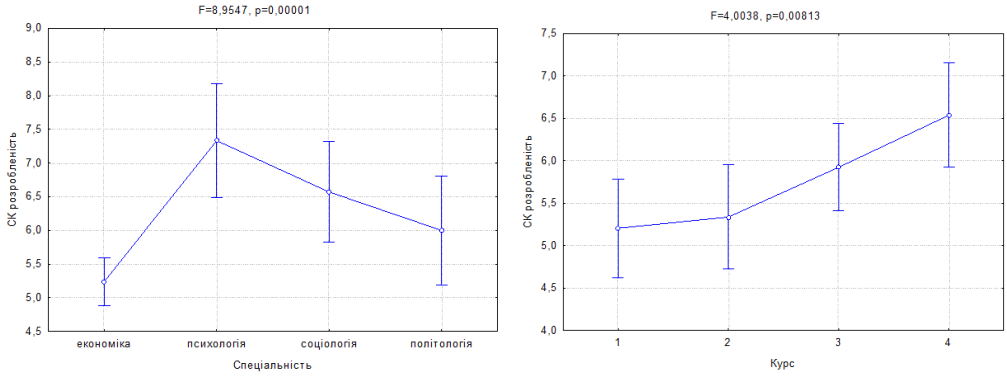


Рис. 2.29 Рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки в залежності від 1) спеціальності 2) курсу навчання.

У студентів-психологів виявлено найвищі показники розробленості соціальної креативності. Загалом усі студенти характеризуються позитивною динамікою розробленості соціальної креативності протягом навчання у виші.

На рис. 2.30 показано рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

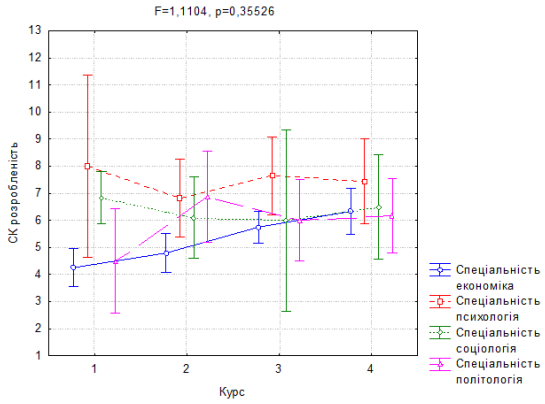


Рис. 2.30 Рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки на різних курсах навчання.

Істотних відмінностей у показниках розробленості соціальної креативності у студентів різних спеціальностей на різних курсах навчання виявлено не було.

Н рис. 2.31 показано рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

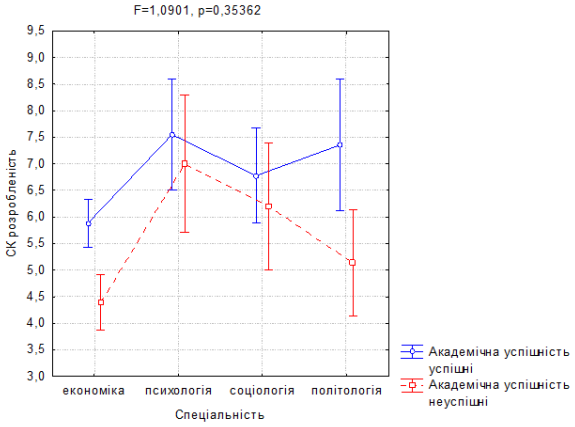


Рис. 2.31 Рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю.

У студентів-економістів із високою академічною успішністю виявлено найбільш істотні переваги у розвитку розробленості соціальної креативності у порівнянні із студентами інших спеціальностей.

На рис. 2.32 показано рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

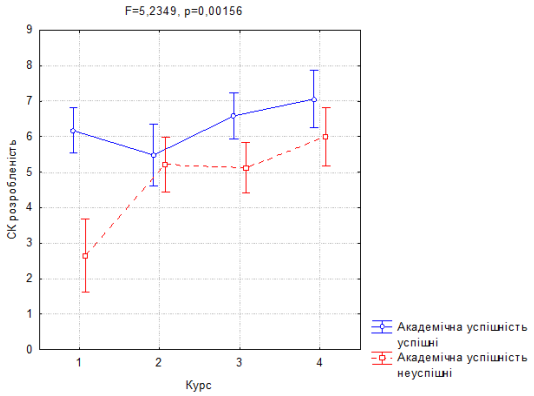


Рис. 2.32 Рівень розробленості соціальної креативності у здобувачів галузі знань 05 – соціальні та поведінкові науки з різною академічною успішністю та курсом навчання.

Загалом більш успішні у навчанні студенти мають вищі показники розробленості соціальної креативності, особливо на початку навчання у виші.

2.3. Психологічні кореляти соціальної креативності майбутніх економістів.

2.3.1 Якісні характеристики соціальної креативності майбутніх економістів.

У таблиці 2.12 показано кореляції між якісними показниками соціальної креативності та комунікативними характеристиками темпераменту майбутніх економістів.

Таблиця 2.12

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та комунікативних характеристик темпераменту майбутніх економістів

Показники	Ергічність	Пластичність	Швидкість	Емоційність
Швидкість (обернена шкала)	-0,20*	-0,43**	-0,50**	-0,10
Оригінальність	0,54**	0,44**	0,26**	0,40**
Гнучкість	0,38**	0,59**	0,39**	0,45**
Розробленість	0,48**	0,29**	0,09	0,35**

*0,01 **0,0001

Швидкість створення варіантів розв'язання соціальних здібностей позитивно корелює із соціальною швидкістю, пластичністю та ергічністю. Отже, здатність до швидкого вирішення соціальних завдань передбачає вищий темп мовлення (швидкість читання, письма та говоріння), більшу гнучкість у спілкуванні як здатність підлаштовуватись під зміни комунікативної ситуації та більш виражене прагнення спілкуватись із іншими, мати соціальні контакти.

Оригінальність соціальної креативності позитивно корелює із ергічністю, пластичністю, емоційністю та швидкістю темпераменту у комунікативній сфері. Отже, здатність до творчого та унікального за змістом способу вирішення соціальних завдань передбачає вищий темп мовлення, більшу гнучкість у спілкуванні як здатність змінювати тематику розмови, перемикатись стилістично в залежності від комунікативної ситуації та вимог

партнера, більшу емоційність у спілкуванні та високе прагнення до соціальної взаємодії.

Гнучкість соціальної креативності позитивно корелює із комунікативною пластичністю, емоційністю, швидкістю та ергічністю. Отже, здатність до реалізації різноманіття у способах вирішення соціальних завдань передбачає вищий темп мовлення, більшу гнучкість та емоційність у спілкуванні, вищу потребу мати соціальні контакти.

Розробленість соціальної креативності позитивно корелює із комунікативною ергічністю, емоційністю та пластичністю. Отже, здатність до деталізації та конкретизації способів розв'язання соціальних завдань передбачає вищу потребу у спілкувані, більшу емоційну виразність мовлення, більшу гнучкість у перемиканні у предметі спілкування.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та емоційного інтелекту майбутніх економістів (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та емоційного інтелекту майбутніх економістів

Показники	Розуміння чужих емоцій	Управління чужими емоціями	Розуміння своїх емоцій	Управління своїми емоціями	Контроль експресії
Швидкість	0,00	-0,08	0,04	-0,09	-0,07
Оригінальність	0,55**	0,59**	0,37**	0,41**	0,35**
Гнучкість	0,46**	0,51**	0,35**	0,44**	0,38**
Розробленість	0,41**	0,60**	0,25*	0,25**	0,33**

*0,001 **0,0001

Швидкість соціальної креативності не має істотних зв'язків із показниками емоційного інтелекту.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов’язана із показниками здатності до управління чужими емоціями, їх розуміння, управління власними емоціями, їх розуміння та контролю експресії. Отже, більша спроможність оригінально і нетривіально вирішувати складні ситуації взаємодії з іншими людьми передбачає вищий емоційний інтелект, особливо більш розвинену міжособистісну його складову як здатність розуміти емоційний стан співрозмовника та вміння на нього впливати. Крім того, більш творчий підхід до розв’язання ситуації соціальної взаємодії передбачає більшу обізнаність у причинах та наслідках власного емоційного стану, вміння регулювати власні емоції, контролювати власну поведінку в емоційно насичених та складних ситуаціях.

Гнучкість соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатності до управління чужими емоціями, їх розуміння, здатності до управляння своїми емоціями та їх розуміння, контролю експресії. Вміння знаходити різноманітні способи розв’язання соціальних завдань як дивергентність соціального мислення передбачає вищий рівень емоційного інтелекту як здатності розуміти і управляти власними емоціями та емоціями співрозмовника.

Розробленість соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатності здатності до управління чужими емоціями, їх розумінням, контролю експресії, здатності до управляння своїми емоціями та їх розумінням. Схильність до деталізації варіантів вирішення комунікативних ситуацій та завдань, що постають перед особою у соціальній взаємодії передбачає вищий емоційний інтелект.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та вербальної креативності майбутніх економістів (таблиця 2.14).

Таблиця 2.14

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та вербальної креативності майбутніх економістів

Показники	Вербальна креативність: швидкість	Вербальна креативність: гнучкість	Вербальна креативність: оригінальність	Вербальна креативність: розробленість
Швидкість (обернена шкала)	-0,61****	-0,01	-0,06	-0,12
Оригінальність	-0,05	0,28**	0,51****	0,23**
Гнучкість	0,01	0,07	0,27**	0,11
Розробленість	0,02	0,20*	0,53****	0,24**

*0,05 **0,01 ***0,001 ****0,0001

Швидкість соціальної креативності позитивно пов’язана із вербальною швидкістю у продукуванні віддалених асоціацій.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов’язана із оригінальністю, гнучкістю та розробленістю вербальної креативності. Вміння творчо та оригінально вирішувати складні ситуації соціальної взаємодії передбачає більшу вербальну креативність як вміння продукувати оригінальні тексти, деталізувати їх із застосуванням метафор та віддалених асоціацій, гнучко перемикатись від одного вербального стимулу до іншого.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов’язана із оригінальністю вербальної креативності. Вміння перемикатись у соціальній взаємодії передбачає вищу вербальну креативність як здатність створювати оригінальні та унікальні за змістом тексти.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов’язана із оригінальністю, розробленістю та гнучкістю вербальної креативності. Схильність до деталізації в описі варіантів вирішення соціальної проблеми передбачає вищу вербальну креативність як здатність творчо продукувати деталізовані та різнобічні за тематикою тексти.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та емоційної креативності майбутніх економістів (таблиця 2.156).

Таблиця 2.15

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та емоційної креативності майбутніх економістів

Показники	Готовність	Новизна	Ефективність	Аутентичність
Швидкість (обернена шкала)	-0,11	0,03	-0,22*	-0,13
Оригінальність	0,55**	0,33**	0,66**	0,50**
Гнучкість	0,45**	0,20*	0,61**	0,42**
Розробленість	0,58**	0,33**	0,61**	0,39**

*0,01 ** 0,0001

Швидкість соціальної креативності позитивно пов'язана із ефективністю емоційної креативності. Високий темп у вирішення складних ситуацій соціальної взаємодії передбачає більшу ефективність у розумінні та застосуванні у житті власного емоційного досвіду, більшу адекватність емоцій, що виникають у ситуаціях соціальної взаємодії.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов'язана із ефективністю, готовністю, автентичністю та новизною емоційної креативності. Здатність творчо вирішувати соціальні проблеми тим більше проявляється у майбутніх економістів, чим більша їх емоційна підготовленість як здатність до розуміння різних емоційних переживань, більша новизна емоційного досвіду як здатність переживати незвичайні емоції), ефективність емоційного досвіду як вміння виразно, адекватно виражати нові емоції) та автентичність як здатність щиро відображати емоції.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із ефективністю, готовністю, автентичністю та новизною емоційної креативності. Здатність перемикатись у способах вирішення соціальних проблем передбачає більшу готовність до переживання нових незвичайних емоцій, адекватність та щирість у прояву емоцій, здатність ефективно застосовувати емоції у житті.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із ефективністю, готовністю, автентичністю та новизною емоційної креативності. Здатність ретельно продумувати та деталізувати способи вирішення соціальних проблем передбачає більшу готовність до переживання

нових незвичайних емоцій, щирість у прояву емоцій, здатність ефективно та адекватно застосовувати емоції у житті.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та соціального інтелекту майбутніх економістів (таблиця 2.16).

Таблиця 2.16

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та соціального інтелекту майбутніх економістів

Показники	Субтест 1	Субтест 2	Субтест 3	Субтест 4
Швидкість (обернена шкала)	-0,14	0,09	-0,09	-0,13
Оригінальність	0,32***	0,18*	0,14	0,64***
Гнучкість	0,24**	0,07	0,13	0,52***
Розробленість	0,27**	0,15*	0,14	0,51***

*0,05 ** 0,001 *** 0,0001

Швидкість соціальної креативності не має зв'язків із соціальним інтелектом.

Оригінальність соціальної креативності як здатність творчо та унікально за змістом та способами вирішувати складні соціальні ситуації позитивно пов'язана із здатністю до аналізу динаміки соціальних відносин, здатності до прогнозування поведінки інших, розуміння невербальної експресії. Студенти-економісти із високою оригінальністю соціальної креативності більшою мірою вміють адекватно і точно відслідковувати перебіг соціальної взаємодії, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки у соціальній взаємодії, краще розуміють невербальну експресії співрозмовника, вміють прогнозувати подальший перебіг розвитку соціальної взаємодії.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із здатністю до розуміння динаміки соціальних відносин та прогнозування поведінки. Тв студенти-економісти, які характеризуються більшою гнучкістю у соціальній взаємодії, вміють підлаштовуватись під різні соціальні ситуації, вміють прогнозувати подальших перебіг розвитку соціальної взаємодії, адекватно і точно відслідковувати перебіг соціальної взаємодії, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки у соціальній взаємодії.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов’язана із здатністю до аналізу динаміки соціальних відносин, здатності до прогнозування поведінки інших, розуміння невербальної експресії. Студенти-економісти із високою здатністю до деталізації варіантів вирішення соціальних проблем більшою мірою вміють продуктивно, адекватно і точно відслідковувати перебіг соціальних стосунків, встановлювати причинно-наслідкові зв’язки у соціальній взаємодії, краще розуміють невербальну експресії співрозмовника, вміють прогнозувати подальший перебіг розвитку соціальних стосунків.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та рольової компетентності майбутніх економістів (таблиця 2.17). Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.17

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та рольової компетентності майбутніх економістів

Показники	Рольова рефлексія	Широта рольового репертуару	Рольова гнучкість	Здатність вирішувати рольові конфлікти
Швидкість (обернена шкала)	-0,11	-0,10	-0,12	-0,04
Оригінальність	0,66	0,55	0,68	0,58
Гнучкість	0,63	0,55	0,61	0,56
Розробленість	0,67	0,78	0,71	0,89

Швидкість соціальної креативності не має зв’язків із рольовою компетентністю.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов’язана із рольовою гнучкістю, рефлексією, здатністю до вирішення рольових конфліктів, широтою рольового репертуару. Вміння творчо вирішувати соціальні проблеми тим більше розвинене у майбутніх економістів, чим більше у них проявляється схильність відслідковувати власний рольовий репертуар, заглиблювати у соціальні ролі, вирішувати рольові конфлікти, застосовувати різні соціальні ролі в залежності від соціальної ситуації.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов’язана із рольовою рефлексією, гнучкістю, здатністю до вирішення рольових конфліктів, широтою рольового репертуару. Вміння гнучко перемикатись у виборі способів вирішення соціальної проблеми тим більше розвинене у майбутніх економістів, чим більше у них проявляється схильність відрефлексовувати власні ролі, занурюватись у них, розв’язувати рольові конфлікти у соціальній взаємодії, застосовувати різні соціальні ролі в залежності від ситуації.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов’язана із здатністю до вирішення рольових конфліктів, широтою рольового репертуару, рольовою гнучкістю та рефлексією. Вміння деталізовувати вирішення соціальної проблеми тим більше розвинене у майбутніх економістів, чим більше у них проявляється схильність до аналізу адекватності власних соціальних ролей ситуації, вирішувати рольові конфлікти, застосовувати різні ролі згідно соціальної ситуації.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та комунікативних та організаторських схильностей майбутніх економістів (таблиця 2.18). Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.18

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та комунікативних та організаторських схильностей майбутніх економістів

	Комунікативні схильності	Організаторські схильності
Швидкість (обернена шкала)	-0,07	-0,05
Оригінальність	0,50	0,43
Гнучкість	0,59	0,41
Розробленість	0,58	0,50

Швидкість соціальної креативності не має зв’язків із комунікативними та організаторськими схильностями.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов’язана із комунікативними та організаторськими схильностями.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із комунікативними та організаторськими схильностями.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із комунікативними та організаторськими схильностями.

Отже, вміння творчо, гнучко і варіативно, а також деталізовано і проробленo знаходити способи вирішення соціальної проблеми передбачає більшу схильність до спілкування з іншими, прагнення організовувати роботу інших.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та стилів спілкування майбутніх економістів (таблиця 2.19).

Таблиця 2.19

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та стилів спілкування майбутніх економістів

Показники	Авторитарна спрямованість у спілкуванні	Маніпулятивна спрямованість у спілкуванні	Конформна спрямованість у спілкуванні	Альтероцентрична спрямованість у спілкуванні	Індиферентна спрямованість у спілкуванні	Діалогічна спрямованість у спілкуванні
Швидкість (обернена шкала)	-0,03	-0,12	0,07	0,05	0,03	0,01
Оригінальність	-0,17*	-0,26***	-0,11	-0,19*	-0,31****	0,42****
Гнучкість	-0,19**	-0,25***	-0,15*	-0,16*	-0,26***	0,42****
Розробленість	-0,26***	-0,38****	-0,16*	-0,15*	-0,30****	0,52****

*0,05 **0,01 ***0,001 ****0,0001

Швидкість соціальної креативності не має зв'язків із спрямованістю у спілкуванні.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов'язана із діалогічністю у спілкуванні та негативно – із індиферентним, маніпулятивним, альтероцентричним та авторитарним стилями спілкування. Отже, більш творчий підхід до продукування варіантів вирішення складних соціальних проблем передбачає спрямованість на діалогічність та паритет у спілкуванні з

іншими та відхилення інших, менш конструктивних стратегій спілкування, що передбачають використання маніпуляцій у спілкуванні, безумовне прийняття будь-якої позиції співрозмовника з метою догодити йому, домінування у спілкуванні або байдужість до партнера по спілкуванню.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із діалогічним стилем спілкування, негативно – із індиферентним, маніпулятивним, авторитарним, альтероцентричним, конформним стилями. Здатність продукувати багато різнобічних варіантів вирішення соціальних проблем передбачає більшу повагу до співрозмовника, демократичність у стосунках, вміння вибудувати розмову на позиціях рівноправного діалогу, натомість заперечує використання авторитарності у спілкуванні, конформізму та некритичності у стосунках із партнером.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із діалогічним стилем спілкування, негативно – із маніпулятивним, індиферентним, авторитарним, конформним та альтероцентричним стилями. Вміння деталізувати варіанти вирішення соціальних проблем передбачає більшу діалогічну спрямованість у спілкуванні, що ґрунтується на толерантності, повазі, демократичності та асертивності, натомість меншу авторитарність, конформність, поступливість у спілкуванні.

Визначено кореляції якісних характеристик соціальної креативності та комунікативної креативності майбутніх економістів (таблиця 2.20). Швидкість соціальної креативності має зв'язок на рівні тенденції із комунікативною незалежністю. Автономність у стосунках, незалежність позицій, що висловлюється співрозмовники передбачає швидший темп у продукуванні способів вирішення соціальної проблеми.

Таблиця 2.20

Кореляції якісних характеристик соціальної креативності та комунікативної креативності майбутніх економістів

Показники	Легкість	Самопрезентація	Незалежність	Конфліктність	Емоційна стійкість	Схильність до маніпуляції	Експресивність	Комунікативна компетентність
Швидкість (обернена шкала)	0,03	-0,01	-0,17*	0,06	-0,12	-0,43	-0,07	0,00
Оригінальність	0,55***	0,50***	0,68***	0,34***	0,51***	0,43***	0,62***	0,54***
Гнучкість	0,60***	0,41***	0,47***	0,25**	0,49***	0,32***	0,57***	0,46***
Розробленість	0,54***	0,41***	0,49***	0,28**	0,48***	0,11	0,47***	0,44***

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов’язана із незалежністю, експресивністю, легкістю, комунікативною компетентністю, емоційною стійкістю, само презентацією, конфліктнстю. Здатність до продукування оригінальних способів вирішення соціальних завдань передбачає більшу автономність від позицій співрозмовника, легкість в ініціюванні спілкування, більшу виразність у комунікації, обізнаність у правилах спілкування, вміння регулювати емоційні стани під час спілкування, демонструвати власні вигідні якості у комунікації, більшу здатність чинити опір опонентові.

Гнучкість соціальної креативності позитивно пов’язана із легкістю, експресивністю, емоційною стійкістю, незалежністю, комунікативною компетентністю, самопрезентацією, маніпулятивністю, конфліктнстю. Здатність до продукування різнобічних способів вирішення соціальних завдань передбачає більшу легкість в ініціюванні спілкування та вміння підтримувати різні теми, більшу виразність у спілкуванні, вміння регулювати емоційні стани під час спілкування, автономність від позицій співрозмовника, обізнаність у правилах спілкування, демонструвати власні вигідні якості у

комунікації, схильність використовувати партнера для досягнення мети взаємодії, більшу здатність чинити опір опонентові.

Розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із легкістю, незалежністю, емоційною стійкістю, експресивністю, комунікативною компетентністю, самопрезентацією, конфліктністю. Здатність до продукування деталізованих і пророблених змістовно способів вирішення соціальних завдань передбачає більшу легкість в ініціюванні спілкування та вміння підтримувати хід бесіди, більшу емоційну стійкість та самоконтроль у спілкуванні, вміння яскраво демонструвати себе у спілкуванні, обізнаність у правилах спілкування, здатність демонструвати власні чесноти у комунікації, більшу здатність чинити опір опонентові.

2.3.2 Змістовні характеристики соціальної креативності майбутніх економістів.

У таблиці 2.21 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та комунікативними характеристиками темпераменту майбутніх економістів. Усі значущі зв'язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.21

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та комунікативних характеристик темпераменту майбутніх економістів

Показники	Ергічність	Пластичність	Швидкість	Емоційність
Загальний рівень соціальної кретивності	0,37	0,32	0,14	0,36
Внутрішньо-особистісний компонент	0,36	0,31	0,13	0,36
Міжоособистісний компонент	0,37	0,32	0,14	0,35

Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ергічності, емоційності, пластичності комунікативних характеристик темпераменту. Отже, чим більше виражені прагнення до спілкування, емоційність у комунікативній діяльності, гнучкість у виборі комунікативних стратегій, тим більш розвиненим є загальна здатність творчо вирішувати проблеми соціальної взаємодії.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ергічності, емоційності, пластичності комунікативних характеристик темпераменту. Отже, чим більше виражені бажання мати можливість живого спілкування, чим більше проявляється емоційність у комунікативній діяльності, чим більша гнучкість у виборі та зміні комунікативних стратегій, тим більш розвиненим є здатність вирішувати складні проблеми життєдіяльності та навчально-професійної діяльності, які пов’язані із необхідністю взаємодіяти з іншими людьми.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ергічності, емоційності, пластичності комунікативних характеристик темпераменту. Отже, чим більше виражені прагнення до спілкування, емоційна виразність у комунікативній діяльності, гнучкість у виборі комунікативних стратегій, тим більш розвиненим є здатність творчо вирішувати проблеми соціальної взаємодії, що стосуються інтимно-особистісного спілкування зі значущими іншими людьми, а також із студентським колективом.

У таблиці 2.22 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та емоційним інтелектом майбутніх економістів. Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,0001. Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатностей до розуміння чужих емоцій, управління ними, розуміння своїх емоцій та управління ними, контролем експресії. Високий рівень розвитку емоційного інтелекту як здатності розуміти та управляти, передусім, чужими емоціями на тлі володіння

власними емоційними станами передбачає більш високу здатність творчо вирішувати проблеми соціальної взаємодії.

Таблиця 2.22

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та емоційного інтелекту майбутніх економістів

Показники	Розуміння чужих емоцій	Управління чужими емоціями	Розуміння своїх емоцій	Управління своїми емоціями	Контроль експресії
Загальний рівень соціальної кретивності	0,66	0,66	0,42	0,39	0,33
Внутрішньо-особистісний компонент	0,64	0,65	0,41	0,38	0,32
Міжособистісний компонент	0,66	0,66	0,41	0,39	0,34

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатностей до управління та розуміння чужих емоцій, розуміння своїх емоцій та управління ними, контролем експресії. Вищі показники емоційного інтелекту передбачають вищу міру здатності розуміти та застосовувати власні стратегії вирішення завдань провідної діяльності у процесі взаємодії з іншими людьми.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатностей до розуміння чужих емоцій, управління ними, розуміння своїх емоцій та управління ними, контролем експресії. Вищі показники емоційного інтелекту передбачають вищий прояв здатності розв’язувати складні проблеми спілкування із іншими людьми у процесі ділового та інтимно-особистісного спілкування.

У таблиці 2.23 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та вербальної креативності майбутніх економістів. Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,001.

Таблиця 2.23

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та вербальної креативності майбутніх економістів

Показники	Вербальна креативність: швидкість	Вербальна креативність: гнучкість	Вербальна креативність: оригінальність	Вербальна креативність: розробленість
Загальний рівень соціальної кретивності	-0,00	0,04	0,30	0,11
Внутрішньо-особистісний компонент	-0,01	0,03	0,31	0,12
Міжоособистісний компонент	0,00	0,04	0,28	0,10

Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками оригінальності вербальної креативності. Здатність створювати оригінальні за змістом тексти та висловлювати нетривіальні думки та асоціації передбачає вищу міру розвитку соціальної креативності загалом.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками оригінальності вербальної креативності. Вища вербальна оригінальність як провідний показник вербальної креативності, що власне вказує на не банальність мовленнєвої продукції студента-економіста, передбачає його вищу здатність регулювати власну діяльність у процесі соціальної взаємодії.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками оригінальності вербальної креативності. Оригінальність вербальної креативності передбачає вищу здатність вирішувати складні проблеми міжособистісної взаємодії.

У таблиці 2.245 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та емоційної креативності майбутніх економістів. Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.24

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та емоційної креативності майбутніх економістів

Показники	Готовність	Новизна	Ефективність	Аутентичність
Загальний рівень соціальної кретивності	0,64	0,31	0,67	0,53
Внутрішньо-особистісний компонент	0,65	0,31	0,68	0,55
Міжособистісний компонент	0,61	0,30	0,65	0,49

Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ефективності, готовності, автентичності та новизни емоційної креативності. Вища соціальна креативність передбачає вищу емоційну креативність як здатність до сприйняття нового аутентичного емоційного досвіду та готовність його використання у житті.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ефективності, готовності, автентичності та новизни емоційної креативності. Вміння вирішувати складні проблеми навчально-професійної та повсякденної діяльності передбачає вищу готовність до засвоєння нового нетривіального своєрідного емоційного досвіду.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками ефективності, готовності, автентичності та новизни емоційної креативності. Вміння вирішувати проблеми інтимно-особистісного та ділового спілкування передбачає у студентів-економістів більшу здатність та готовність використовувати новий незвичайний емоційний досвід у життєдіяльності, спілкуванні та навчанні.

У таблиці 2.25 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та соціального інтелекту майбутніх економістів. Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії, прогнозування наслідків поведінки, розуміння невербальної експресії. Вищий

рівень соціальної креативності загалом передбачає вищу міру розвитку таких соціальних здібностей, як вміння передбачати наслідки поведінки учасників соціальної взаємодії, розуміння міміки, жестів та інших видів невербальної експресії співрозмовника та вміння комплексно розуміти причини та наслідки ситуацій соціальної взаємодії.

Таблиця 2.25

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та соціального інтелекту майбутніх економістів

Показники	Субтест 1	Субтест 2	Субтест 3	Субтест 4
Загальний рівень соціальної кретивності	0,28**	0,17*	0,13	0,63***
Внутрішньо-особистісний компонент	0,29***	0,18*	0,12	0,59***
Міжособистісний компонент	0,27**	0,16*	0,13	0,65***

* 0,04 ** 0,001 ***0,0001

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії, прогнозування наслідків поведінки, розуміння невербальної експресії. Вищий рівень вмінь регулювати власні стани та обирати адекватні стратегії взаємодії передбачає більш високий рівень розвитку здатності прогнозувати наслідки поведінки учасників спілкування, більше розуміння міміки, жестів та інших видів невербальної експресії співрозмовника та краще вміння комплексно розуміти причини та наслідки ситуацій соціальної взаємодії.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії, прогнозування наслідків поведінки, розуміння невербальної експресії. Вищий рівень здатності вирішувати складні ситуації взаємодії з різними людьми передбачає вищу міру розвитку здатностей передбачати наслідки поведінки учасників соціальної взаємодії, розуміти міміку, жести та інші види невербальної експресії співрозмовника та комплексно розуміти причини та наслідки ситуацій соціальної взаємодії.

У таблиці 2.26 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та рольової компетентності майбутніх економістів. Усі значущі зв'язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.26

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та рольової компетентності майбутніх економістів

Показники	Рольова рефлексія	Широта рольового репертуару	Рольова гнучкість	Здатність вирішувати рольові конфлікти
Загальний рівень соціальної кретивності	0,75	0,57	0,71	0,70
Внутрішньо-особистісний компонент	0,72	0,55	0,68	0,69
Міжоособистісний компонент	0,75	0,57	0,71	0,69

Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками рольової рефлексії, рольової гнучкості, здатності до вирішення рольових конфліктів, широти рольового репертуару. Загальний рівень соціальної креативності тим більше розвинений, чим більше у студентів-економістів розвинуті здатності до усвідомлення власних соціальних ролей, їх зміні в залежності від соціальної ситуації, вміння вирішувати конфлікти з людьми-носіями різних ролей та чим більший їх рольовий репертуар у соціальній взаємодії.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками рольової рефлексії, здатності до вирішення рольових конфліктів, рольової гнучкості, широти рольового репертуару. Вміння творчо вирішувати складні ситуації життя, в які залучені інші люди, тим більше розвинуто, чим більше у студентів-економістів розвинуті здатності до аналізу власних соціальних ролей, їх трансформації в залежності від соціальної

ситуації, вміння розв’язувати конфлікти з людьми-носіями різних ролей та чим більший їх рольовий діапазон.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками рольової рефлексії, здатності до вирішення рольових конфліктів, рольової гнучкості, широти рольового репертуару. Вміння розв’язувати складні ситуації соціальної взаємодії з різними людьми у різних ситуаціях спілкування та взаємодії тим більше розвинуто, чим більше у студентів-економістів розвинуті здатності до адекватного сприйняття власних соціальних ролей, здатності до перемикання з ролі на іншу роль в залежності від соціальної ситуації, здатності вирішувати конфлікти з людьми-носіями різних ролей, ширший рольовий репертуар у соціальній взаємодії.

У таблиці 2.27 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та комунікативної креативності майбутніх економістів. Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками комунікативної легкості, емоційної стійкості, експресивності, комунікативної компетентності, незалежності, самопрезентації, конфліктності, схильності до маніпуляцій. Вища соціальна креативність передбачає більшу легкість входу у соціальні контакти з новими людьми, успішність виступів перед численною аудиторією, здатність підтримати розмову, розпочату кимось раніше, вміння забезпечувати ефективну самоподачу, справляти правильне перше враження на аудиторію, більшу критичність сприйняття чужої або панівної думки, більшу здатність виражати власну позиції. Висока соціальна креативність передбачає більш розвинуте вміння відстоювати свою точку зору, передбачає загострене почуття справедливості, прямолінійність, прагнення через «розриви шаблонів» та «вибухи ситуацій» привнести щось нове, оригінальне у соціальну взаємодію. Крім того, більша соціальна креативність передбачає вищу емоційну зрілість особистості та стійкість студентів-економістів, схильність маніпулювати іншими людьми, приховувати свої справжні наміри, щоб за допомогою маневрів, що відволікають, досягати своєї мети. Високий рівень соціальної

креативності у студентів-економістів пов'язаний із високою виразністю міміки, пантоміміки, жестикуляції, із багатим інтонаційним репертуаром і широкою палітрою емоційних переживань.

Таблиця 2.27

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та комунікативної креативності майбутніх економістів

Показники	Легкість	Самопрезентація	Незалежність	Конфліктність	Емоційна стійкість	Схильність до маніпуляції	Експресивність	Комунікативна компетентність
Загальний рівень соціальної кретивності	0,62***	0,45**	0,51***	0,28**	0,56***	0,25**	0,56***	0,53***
Внутрішньо-особистісний компонент	0,62***	0,45***	0,51***	0,27**	0,56***	0,22*	0,56***	0,52***
Міжоособистісний компонент	0,61***	0,44***	0,51***	0,29**	0,55***	0,26**	0,56***	0,53***

*0,01 **0,001 ***0,0001

Вищий рівень соціальної креативності також передбачає більш високий рівень комунікативної компетентності як здатності встановлювати та підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, мати адекватні знання умінь та навичок, що забезпечують успішність спілкування.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками комунікативної легкості, емоційної стійкості, експресивності, комунікативної компетентності, незалежності, самопрезентації, конфліктності, схильності до маніпуляцій. Студенти-економісти чим більше вміють творчо вирішувати складні життєві ситуації тим більше вони схильні до легкості у спілкуванні, до вигідної демонстрації себе у спілкуванні, до ігнорування чужих неправильних суджень, до опору груповому тиску, до протидії опонентам у конфліктних ситуаціях, до

маніпуляцій у спілкуванні, до емоційної виразності у комунікації, тим більше вони обізнані у правилах та засобах спілкування.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками комунікативної легкості, експресивності, емоційної стійкості, комунікативної компетентності, незалежності, самопрезентації, конфліктності, схильності до маніпуляцій. Чим більше у студентів-економістів розвинутий міжособистісний компонент соціальної креативності, тим більше вони виявляють незворушність та розсудливість у спілкуванні, здатність керувати своїми емоціями та настроями у комунікації, легкість в ініціації та підтримці спілкування, здатність чинити опір опонентам у конфліктній ситуації, виявляти нонконформізм, схильність до маніпуляцій, емоційну виразність та обізнаність у правилах спілкування.

У таблиці 2.28 показано кореляції між змістовними показниками соціальної креативності та стилів спілкування майбутніх економістів.

Таблиця 2.28

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та стилів спілкування майбутніх економістів

Показники	Авторитарна спрямованість у спілкуванні	Маніпулятивна спрямованість у спілкуванні	Конформна спрямованість у спілкуванні	Альтероцентрична спрямованість у спілкуванні	Індиферентна спрямованість у спілкуванні	Діалогічна спрямованість у спілкуванні
Загальний рівень соціальної кретивності	-0,21**	-0,29****	-0,18*	-0,17*	-0,35****	0,49****
Внутрішньо-особистісний компонент	-0,22**	-0,31****	-0,15*	-0,16*	-0,36****	0,49****
Міжоособистісний компонент	-0,19**	-0,27***	-0,19*	-0,17*	-0,33****	0,47****

*0,05 **0,01 ***0,001 ****0,0001

Загальний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками діалогічного стилю у спілкуванні і негативно – із індиферентним,

маніпулятивним, авторитарним, конформним, альтероцентричним стилями спілкування. Більш високі показники соціальної креативності передбачають більшу діалогічність у спілкуванні як прагнення поважати співрозмовника, орієнтацію на взаємодію та взаємогідність спілкування на тлі відмови від деструктивних комунікативних стратегій, де студент-економіст може або домінувати («бути зверху») над співрозмовником, або підкорятись («бути знизу») йому.

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками діалогічного стилю у спілкуванні і негативно – із індиферентним, маніпулятивним, авторитарним, конформним, альтероцентричним стилями спілкування. Вміння вирішувати складні ситуації провідної діяльності та життя загалом, що вимагають успішної соціальної взаємодії, передбачає більшу діалогічність у спілкуванні на тлі зниження прагнення домінувати у спілкуванні (при маніпуляціях та авторитарному стилі) чи прагнення підкорятись (при альтероцентричному чи конформному стилях спілкування) чи бути байдужим до співрозмовника.

Міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелює із показниками діалогічного стилю у спілкуванні і негативно – із індиферентним, маніпулятивним, авторитарним, конформним, альтероцентричним стилями спілкування. Вміння творчо вирішувати складні соціальні ситуації у студентів-економістів передбачає більшу спрямованість на діалогічність та паритет у спілкуванні та відмову від деструктивних менш ефективних стратегій та стилів спілкування.

У таблиці 2.29 показано кореляції між змістовними показниками комунікативних та організаторських схильностей майбутніх економістів. Усі значущі зв’язки встановлено на рівні 0,0001.

Таблиця 2.29

Кореляції змістовних характеристик соціальної креативності та комунікативних та організаторських схильностей майбутніх економістів

Показники	Комунікативні схильності	Організаторські схильності
Загальний рівень соціальної кретивності	0,66	0,59
Внутрішньо-особистісний компонент	0,66	0,59
Міжособистісний компонент	0,65	0,57

Загальний показник соціальної креативності, внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності та міжособистісний показник соціальної креативності позитивно корелюють із комунікативними та організаторськими схильностями особистості майбутніх економістів. Отже, більша соціальна креативність передбачає більшу схильність до спілкування, потребу у ньому у студентів-економістів, а також їх більшу міру схильностей та здатностей організувати роботу інших, управляти груповими процесами.

2.4 Комунікативні властивості особистості майбутніх економістів в залежності від рівня успішності та соціальної креативності.

Розглянемо специфіку комунікативних властивостей особистості майбутніх економістів в залежності від рівня соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.33 показано залежність самооцінки соціальної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

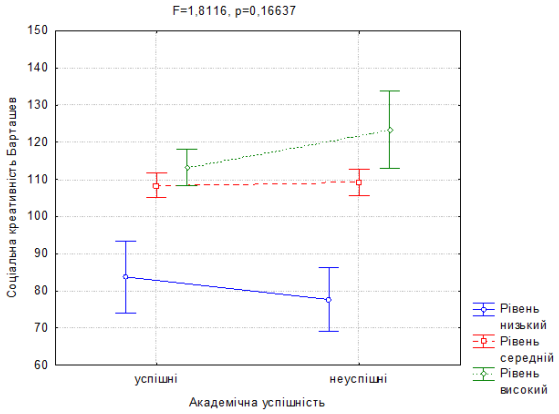


Рис. 2.33 Рівень соціальної креативності (самооцінка) залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Загалом високий рівень соціальної креативності передбачає вищі показники самооцінки цієї якості, натомість при низькому рівні соціальної креативності за результатами тесту виявлено найнижчі показники фактичної соціальної креативності, як в успішних, так і у неуспішних студентів.

На рис. 2.34 показано залежність комунікативної ергічності темпераменту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

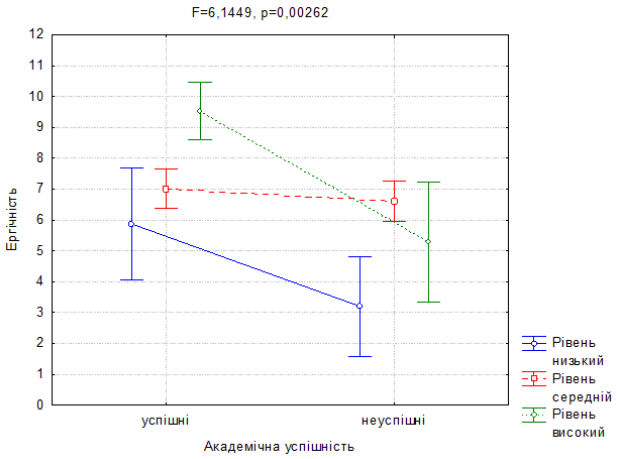


Рис. 2.34 Рівень комунікативної ергічності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Успішні студенти-економісти відрізняються найвищими показниками комунікативної ергічності за умови високого рівня соціальної креативності. Висока академічна успішність позитивно пов'язана із комунікативною ергічністю і при низькому рівні соціальної креативності.

На рис. 2.35 показано залежність комунікативної пластичності темпераменту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

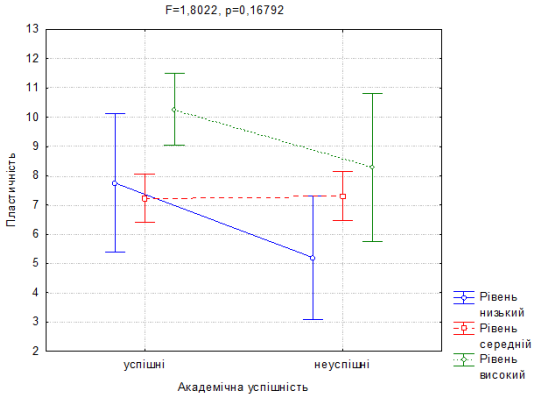


Рис. 2.35 Рівень комунікативної пластичності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Академічно успішні студенти-економісти відрізняються найвищими показниками комунікативної пластичності за умови високого рівня соціальної креативності. Висока академічна успішність позитивно пов'язана із комунікативною пластичністю також при низькому рівні соціальної креативності.

На рис. 2.36 показано відсутність залежності комунікативної швидкості темпераменту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

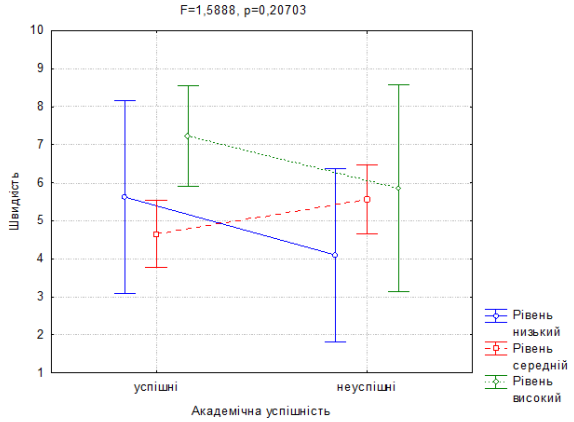


Рис. 2.36 Рівень комунікативної швидкості залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Комунікативна емоційність загалом більше розвинена у осіб із високим рівнем соціальної креативності, особливо за умови високої академічної успішності (рис. 2.37).

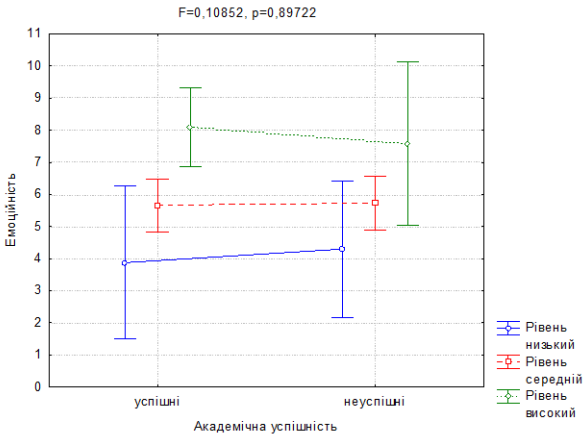


Рис. 2.37 Рівень комунікативної емоційності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.38 показано відсутність залежно від швидкості вербальної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

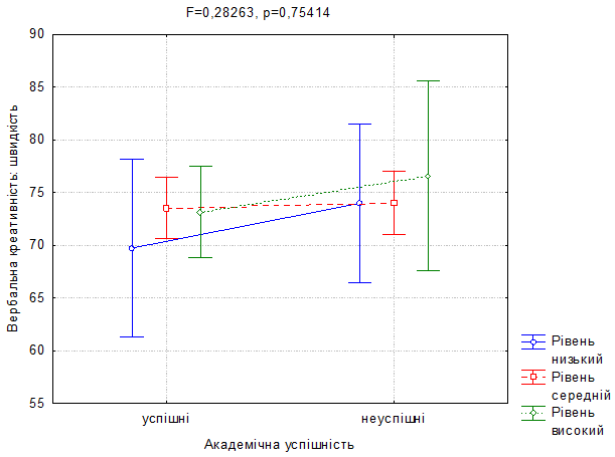


Рис. 2.38 Рівень швидкості вербальної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.39 показано відсутність залежно від гнучкості вербальної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

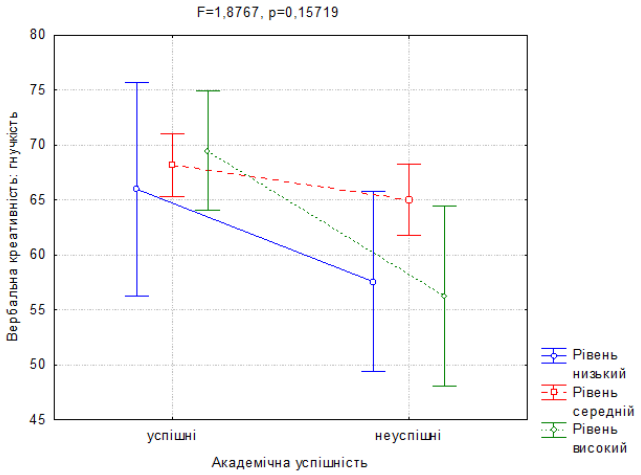


Рис. 2.39 Рівень гнучкості вербальної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Оригінальність вербальної креативності є найвищою у студентів-економістів за умови високої академічної успішності та високого рівня соціальної креативності (рис. 2.40).

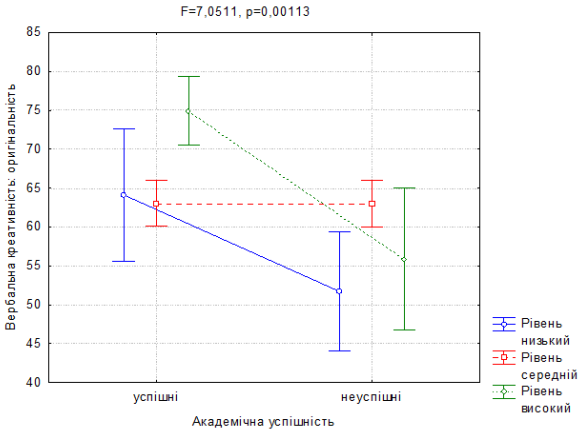


Рис. 2.40 Рівень оригінальності вербальної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.41 показано відсутність залежності розробленості вербальної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

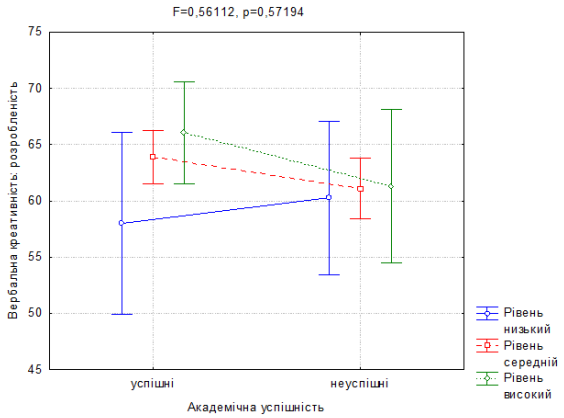


Рис. 2.41 Рівень розробленості вербальної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Готовність емоційної креативності є найвищою серед студентів-економістів за умови високого рівня соціальної креативності незалежно від рівня академічної успішності, яка, своєю чергою, при середньому та низькому рівнях соціальної креативності також не впливає на рівень емоційної готовності (рис. 2.42).

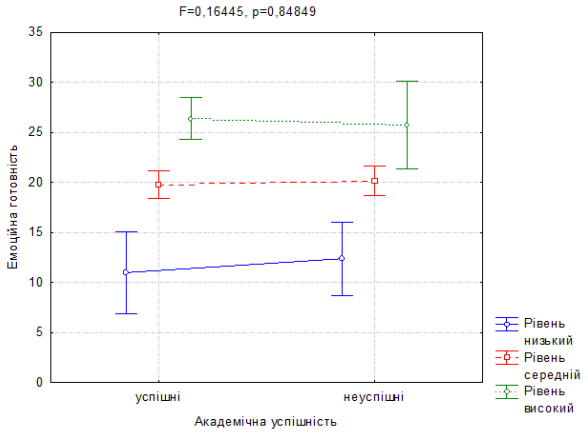


Рис. 2.42 Рівень готовності емоційної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.43 показано відсутність залежності новизни емоційної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

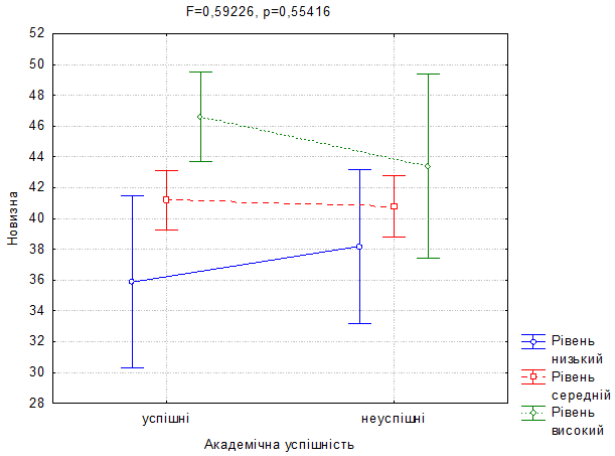


Рис. 2.43 Рівень новизни емоційної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.44 показано відсутність залежності ефективності емоційної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

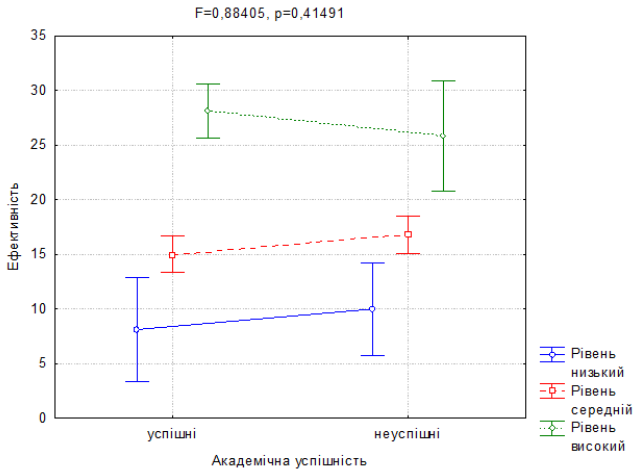


Рис. 2.44 Рівень ефективності емоційної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.45 показано відсутність залежності аутентичності емоційної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

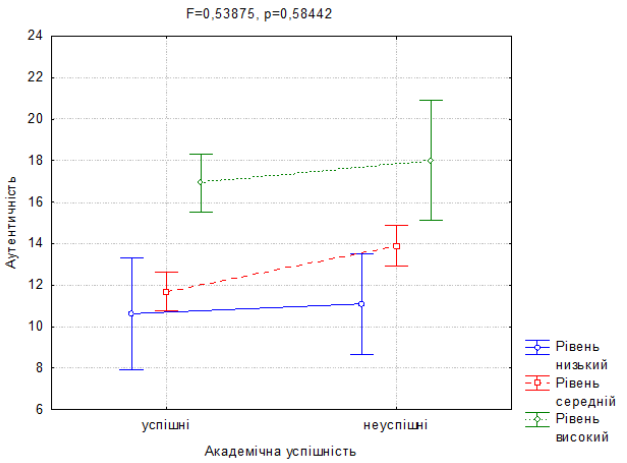


Рис. 2.45 Рівень автентичності емоційної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Загалом емоційна креативність є найвищою у студентів-економістів із високою соціальною креативністю, а рівень успішності у навчанні не пов'язаний із рівнем емоційної креативності.

На рис. 2.46 показано відсутність залежності розуміння чужих емоцій емоційного інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

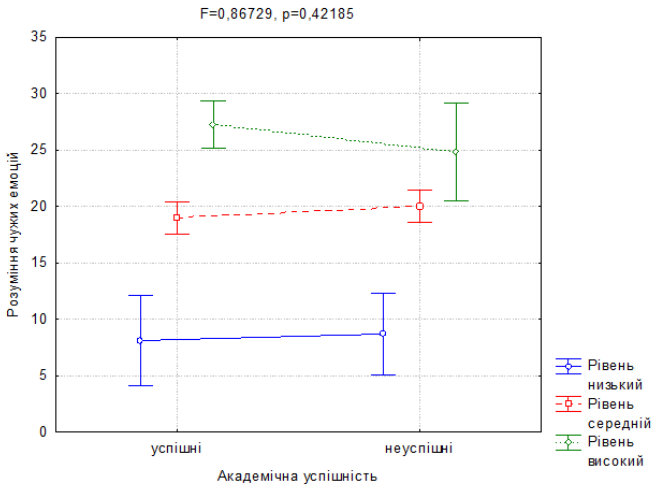


Рис. 2.46 Рівень розуміння чужих емоцій емоційного інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.47 показано відсутність залежності управління чужими емоціями емоційного інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

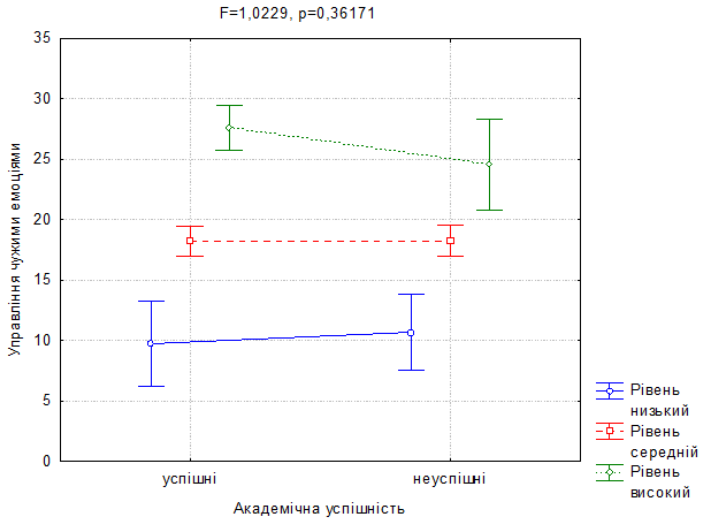


Рис. 2.47 Рівень управління чужими емоціями емоційного інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.48 показано відсутність залежності розуміння своїх емоцій емоційного інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

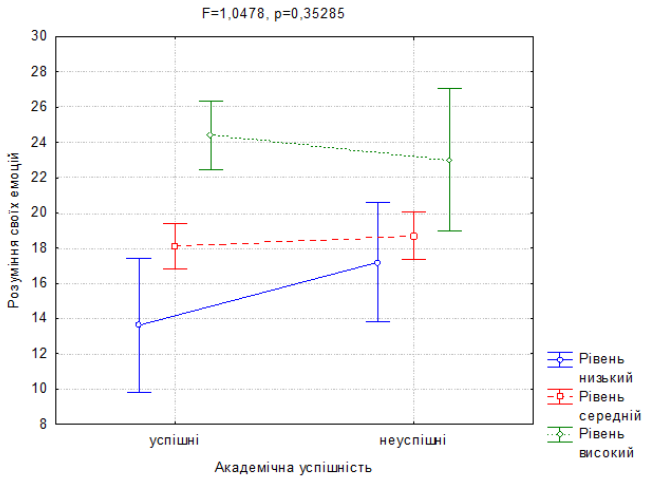


Рис. 2.48 Рівень розуміння своїх емоцій емоційного інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.49 показано відсутність залежності управління своїми емоціями емоційного інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

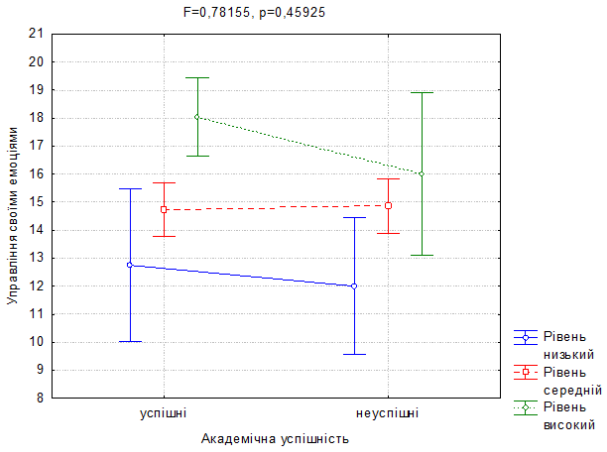


Рис. 2.49 Рівень управління своїми емоціями емоційного інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.50 показано відсутність залежності контролю експресії емоційного інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

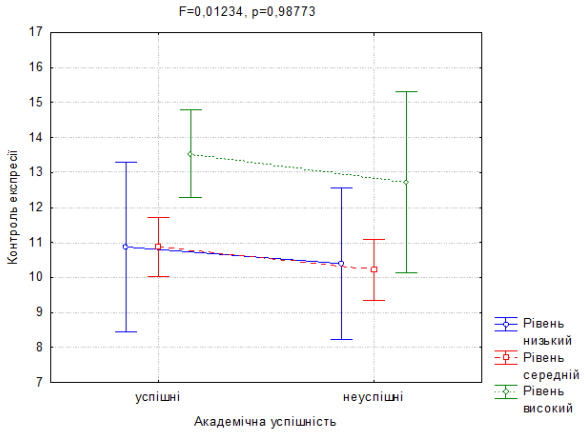


Рис. 2.50 Рівень контроль експресії емоційного інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Рівень здатності прогнозувати наслідки поведінки як показник соціального інтелекту є найвищим за умови високого рівня соціальної креативності та академічної успішності (рис. 2.51).

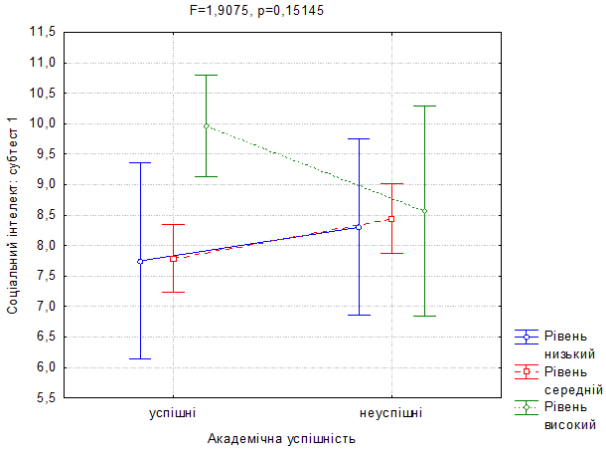


Рис. 2.51 Рівень здатності прогнозувати наслідки поведінки залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.52 показано відсутність залежності здатності до розуміння невербальної експресії соціального інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

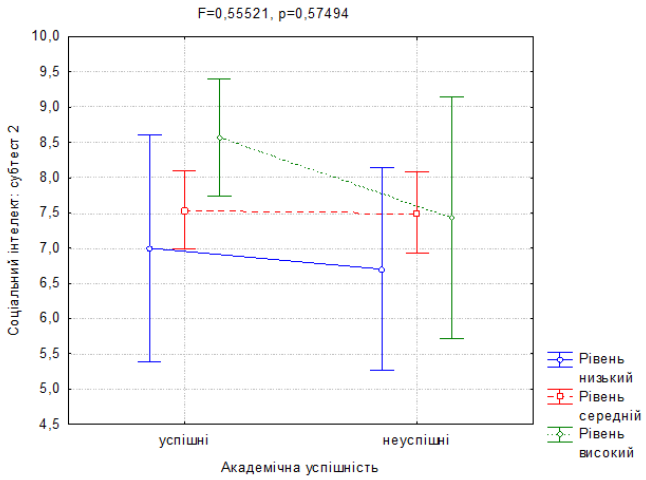


Рис. 2.52 Рівень розуміння невербальної експресії залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.53 показано відсутність залежності здатності до розуміння вербальної експресії соціального інтелекту від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

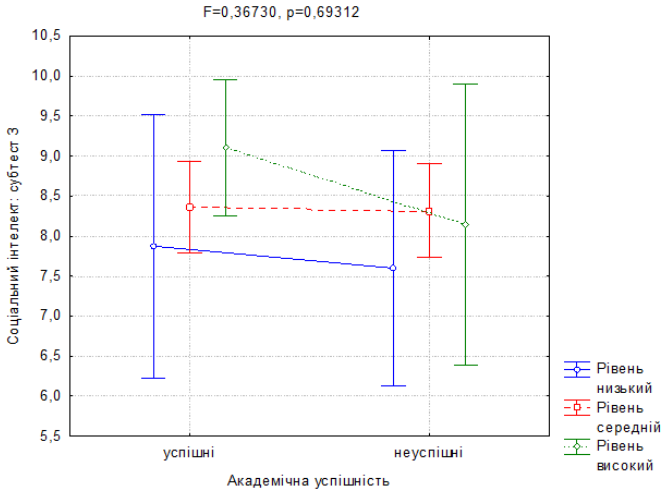


Рис. 2.53 Рівень розуміння вербальної експресії залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Рівень здатності розуміти динаміку соціальної взаємодії як показник соціального інтелекту є найвищим за умови високого рівня соціальної креативності та академічної успішності (рис. 2.54).

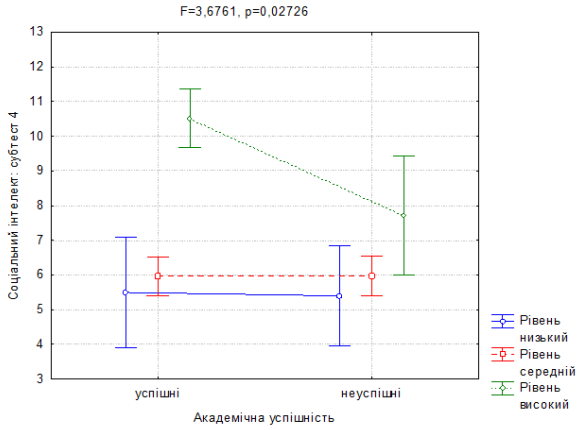


Рис. 2.54 Рівень розуміння динаміки соціальної взаємодії соціального інтелекту залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.55 показано відсутність залежності рольової рефлексії від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

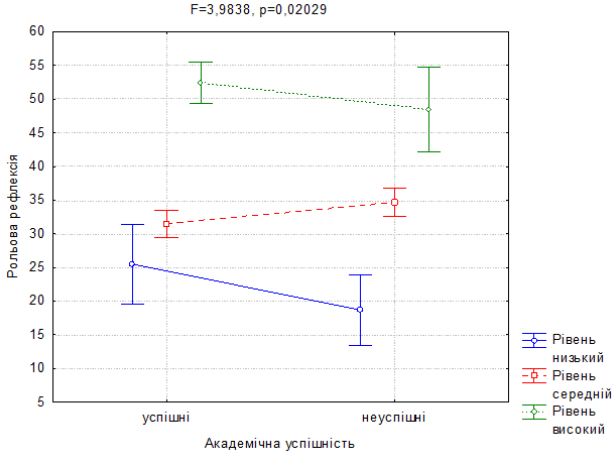


Рис. 2.55 Рівень рольової рефлексії залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.56 показано відсутність широти рольового реперутару від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

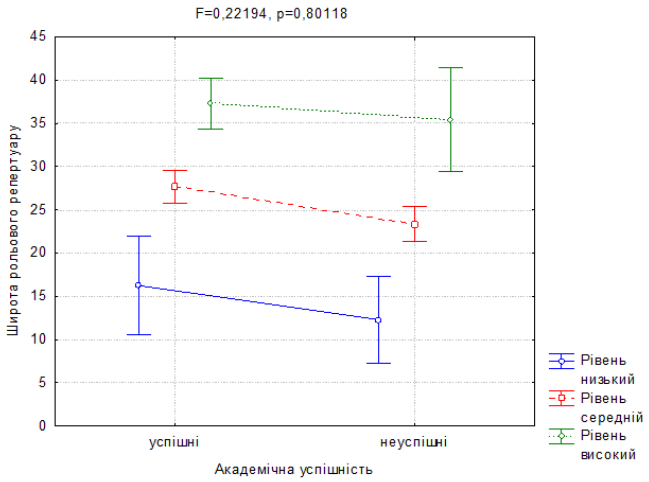


Рис. 2.56 Рівень широти рольового репертуару залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.57 показано відсутність залежності рольової гнучкості від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

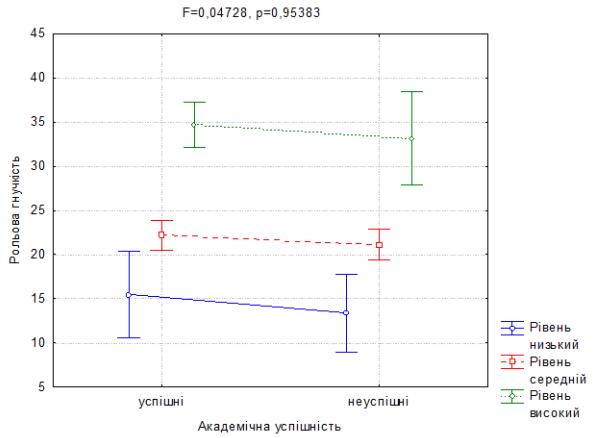


Рис. 2.57 Рівень рольової гнучкості залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.58 показано відсутність залежності здатності вирішувати рольові конфлікти від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

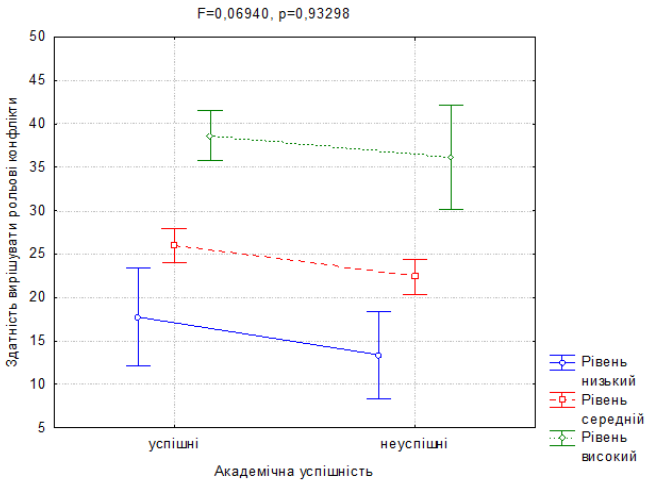


Рис. 2.58 Рівень здатності вирішувати рольові конфлікти залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Отже, рольова компетентність властива тим більше, чим більше розвинена соціальна креативність майбутніх економістів і не залежить від рівня їх академічної успішності.

На рис. 2.59 показано відсутність залежності легкості комунікативної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

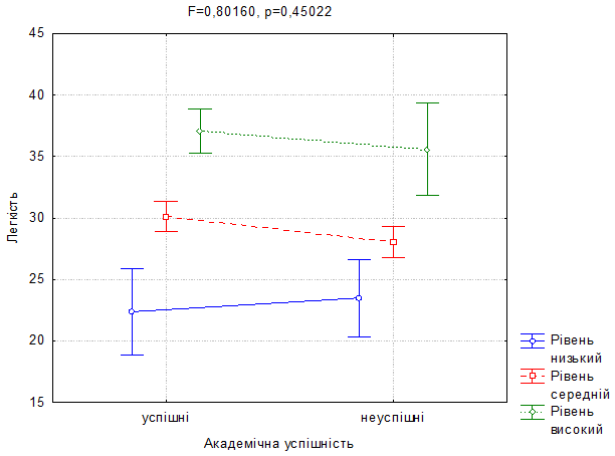


Рис. 2.59 Рівень легкості комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.60 показано відсутність залежності само презентації комунікативної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

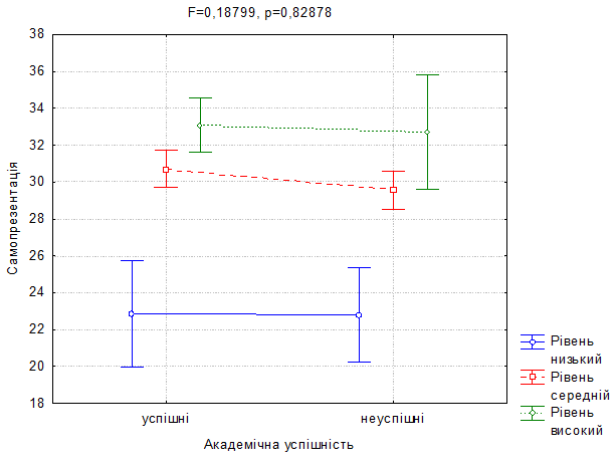


Рис. 2.60 Рівень самопрезентації комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Незалежність комунікативної креативності є найвищою в академічно успішних студентів-економістів із високим рівнем соціальної креативності (рис. 3.61).

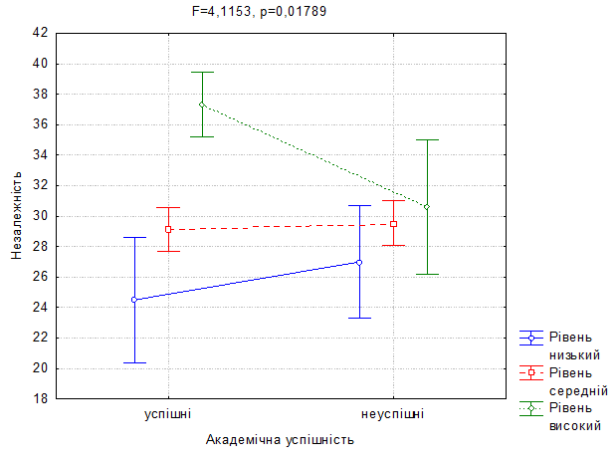


Рис. 2.61 Рівень незалежності комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Конфліктність комунікативної креативності є найвищою в академічно успішних студентів-економістів із високим рівнем соціальної креативності (рис. 3.62).

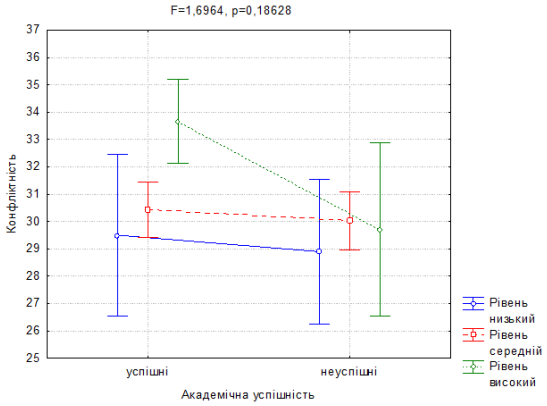


Рис. 2.62 Рівень конфліктності комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.63 показано відсутність залежності емоційної стійкості комунікативної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

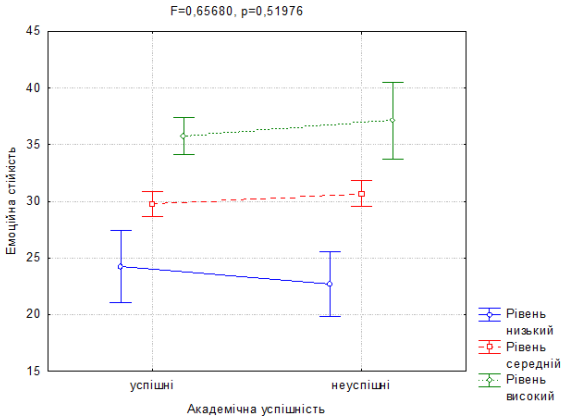


Рис. 2.63 Рівень емоційної стійкості комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Маніпулятивність комунікативної креативності є найвищою в академічно успішних студентів-економістів із високим рівнем соціальної креативності (рис. 3.64).

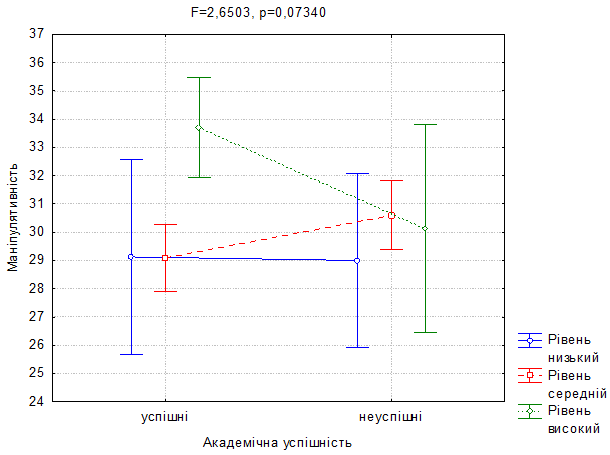


Рис. 2.64 Рівень маніпулятивності комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.65 показано відсутність залежності експресивності комунікативної креативності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

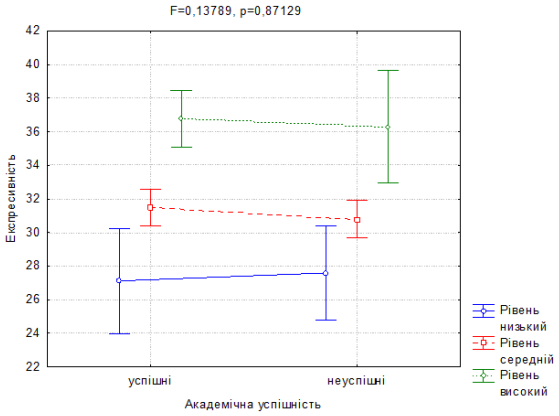


Рис. 2.65 Рівень експресивності комунікативної креативності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

На рис. 2.66 показано відсутність залежності комунікативної компетентності від фактичного рівня соціальної креативності та рівня академічної успішності.

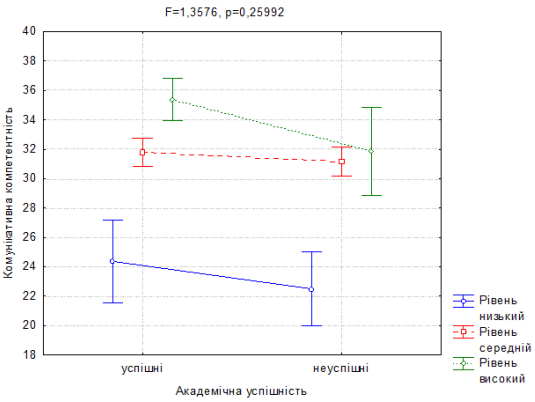


Рис. 2.66 Рівень легкості комунікативної компетентності залежно від рівня фактичної соціальної креативності та академічної успішності.

Загалом комунікативна креативність є вищою за умови високого рівня соціальної креативності.

2.5. Психологічні предиктори соціальної креативності майбутніх економістів.

Наступним завданням емпіричного дослідження було виявлення психологічних предикторів показників соціальної креативності. Згідно цього завдання було побудовано низку регресивних рівнянь.

У таблиці 2.30 показано психологічні предиктори загального показника соціальної креативності майбутніх економістів.

Регресійне рівняння для показника соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Загальний показник соціальної креативності = 0,34 Самооцінка соціальної креативності + 0,13 Комунікативні схильності + 0,23 Здатність до розуміння динаміки соціальної взаємодії + 0,15 Готовність емоційної креативності + 0,19 Розуміння чужих емоцій + 0,20 Рольова рефлексія.

Таблиця 2.30

Предиктори загального показника соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,92262658 R2= ,85123981 Скорректир. R2= ,78332755 F(42,92)=12,534						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
В.член			-60,5962	33,04700	-1,83364	0,069941
Соціальна креативність (самооцінка)	0,338465	0,072091	0,2030	0,04324	4,69497	0,000009
Комунікативні схильності	0,131027	0,078602	0,2518	0,15106	1,66695	0,048924
Субтест 4	0,227264	0,071531	0,9057	0,28506	3,17712	0,002025
Готовність	0,150256	0,083891	0,1959	0,10939	1,79109	0,046568
Розуміння чужих емоцій	0,189543	0,067365	0,2415	0,08584	2,81367	0,005989
Рольова рефлексія	0,201125	0,079404	0,1652	0,06524	2,53292	0,013005

У таблиці 2.31 показано психологічні предиктори внутрішньо-особистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів.

Таблиця 2.31

Предиктори внутрішньо-особистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,91736410 R2= ,84155690 Скорректир. R2= ,76922418 F(42,92)=11,635						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
В.член			-29,2638	15,48803	-1,88945	0,061981
Соціальна креативність (самооцінка)	0,416234	0,074400	0,1134	0,02026	5,59452	0,000000
Комунікативні схильності	0,165019	0,081120	0,1440	0,07080	2,03425	0,044806
Субтест 4	0,132601	0,073823	0,2400	0,13360	1,79621	0,045744
Готовність	0,145953	0,086578	0,0864	0,05127	1,68579	0,045225
Ефективність	0,256509	0,102703	0,1277	0,05114	2,49757	0,014282
Розуміння чужих емоцій	0,148191	0,069523	0,0858	0,04023	2,13155	0,035709

Регресійне рівняння для внутрішньо-особистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності = 0,42 Самооцінка соціальної креативності + 0,16 Комунікативні схильності + 0,13

Здатність до розуміння динаміки соціальної взаємодії + 0,15 Готовність емоційної креативності + 0,15 Розуміння чужих емоцій.

У таблиці 2.32 показано психологічні предиктори міжособистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів.

Таблиця 2.32

Предиктори міжособистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,91848282 R2= ,84361070 Скорректир. R2= ,77221558 F(42,92)=11,816						
В.член			-31,3324	19,00365	-1,64876	0,102608
Соціальна креативність (самооцінка)	0,266462	0,073916	0,0896	0,02486	3,60491	0,000507
Субтест 4	0,297848	0,073343	0,6657	0,16392	4,06105	0,000103
Розуміння чужих емоцій	0,217967	0,069071	0,1558	0,04936	3,15570	0,002164

Регресійне рівняння для міжособистісного показника соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Міжособистісний показник соціальної креативності = 0,27 Самооцінка соціальної креативності + 0,30 Здатність до розуміння динаміки соціальної взаємодії + 0,22 Розуміння чужих емоцій.

У таблиці 2.33 показано психологічні предиктори швидкості соціальної креативності майбутніх економістів.

Регресійне рівняння для показника швидкості соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Швидкість соціальної креативності = -2,82 Авторитарна спрямованість у спілкуванні - 1,97 Маніпулятивна спрямованість у спілкуванні - 0,08 Конформна спрямованість у спілкуванні - 1,95 Альтероцентрична спрямованість у спілкуванні - 1,99 Індиферентна спрямованість у спілкуванні + 5,19 Діалогічна спрямованість у спілкуванні + 0,21 Здатність до розуміння невербальної інформації + 0,60 Швидкість вербальної креативності + 0,32 Гнучкість вербальної креативності + 0,36 Оригінальність вербальної креативності + 0,37 Комунікативна швидкість.

Таблиця 2.33

Предиктори швидкості соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,80765082 R2= ,65229985 Скорректир. R2= ,49356717 F(42,92)=4,1094						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
В.член			-101,836	74,10261	-1,37425	0,172702
Авторитарна спрямованість у спілкуванні	2,829060	0,888513	11,346	3,56338	3,18404	0,001982
Маніпулятивна спрямованість у спілкуванні	1,966036	0,826545	8,931	3,75463	2,37862	0,019445
Конформна спрямованість у спілкуванні	2,078160	0,710879	11,049	3,77939	2,92337	0,004358
Альтероцентрична спрямованість у спілкуванні	1,948628	0,677995	10,189	3,54519	2,87410	0,005032
Індиферентна спрямованість у спілкуванні	1,991030	0,758673	9,375	3,57224	2,62436	0,010164
Діалогічна спрямованість у спілкуванні	-5,191704	1,813620	-10,401	3,63328	-2,86262	0,005202
Субтест 2	-0,211601	0,108458	-1,261	0,64618	-1,95100	0,054100
Вербальна креативність: швидкість	0,597769	0,078822	0,622	0,08204	7,58374	0,000000
Вербальна креативність: гнучкість	-0,324138	0,121226	-0,383	0,14339	-2,67383	0,008874
Вербальна креативність: оригінальність	-0,358503	0,171028	-0,391	0,18664	-2,09617	0,038812
Швидкість темпераменту	-0,370942	0,190807	-1,874	0,96415	-1,94407	0,054943

У таблиці 2.34 показано психологічні предиктори оригінальності соціальної креативності майбутніх економістів.

Таблиця 2.34

Предиктори оригінальності соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,82279138 R2= ,67698566 Скорректир. R2= ,52952259 F(42,92)=4,5909						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
B.член			-10,7361	16,44747	-0,65275	0,515545
Соціальна креативність (самооцінка)	0,325501	0,106230	0,0659	0,02152	3,06411	0,002864

Регресійне рівняння для оригінальності соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Оригінальність соціальної креативності = 0,33 Самооцінка соціальної креативності.

У таблиці 2.35 показано психологічні предиктори гнучкості соціальної креативності майбутніх економістів.

Таблиця 2.35

Предиктори гнучкості соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,77059047 R2= ,59380967 Скорректир. R2= ,40837495 F(42,92)=3,2023						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
B.член			-19,0114	26,13287	-0,72749	0,468774
Комунікативні схильності	0,260675	0,129884	0,2398	0,11946	2,00697	0,047687
Субтест 3	0,194466	0,095881	0,3933	0,19391	2,02821	0,045430
Контроль експресії	0,146646	0,083017	0,1818	0,10291	1,76647	0,040634
Пластичність	0,347546	0,156000	0,5011	0,22494	2,22785	0,028328
Швидкість	0,467587	0,206233	0,7709	0,34001	2,26728	0,025715

Регресійне рівняння для гнучкості соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Гнучкість соціальної креативності = 0,26 Комунікативні схильності + 0,15 Контроль експресії + 0,19 Здатність до розуміння вербальної експресії + 0,35 Комунікативна пластичність темпераменту + 0,47 Комунікативна швидкість темпераменту.

У таблиці 2.36 показано психологічні предиктори розробленості соціальної креативності майбутніх економістів.

Таблиця 2.36

Предиктори розробленості соціальної креативності майбутніх економістів

R= ,99270832 R2= ,98546981 Скорректир. R2= ,97883646 F(42,92)=148,56						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
В.член			-6,40453	2,987082	-2,14408	0,034663
Здатність вирішувати рольові конфлікти	1,000900	0,028002	0,26173	0,007322	35,74344	0,000000
Емоційна стійкість	0,065359	0,018021	0,03615	0,009968	3,62684	0,000471

Регресійне рівняння для розробленості соціальної креативності майбутніх економістів має такий вигляд:

Розробленість соціальної креативності = 1,00 Здатність вирішувати рольові конфлікти + 0,06 Емоційна стійкість комунікативної креативності – 6,40.

Для більшості показників соціальної креативності найбільш впливовими предиктором виявилась самооцінка соціальної креативності як сукупність уявлень про власні непересічні соціально-творчі здібності. Впливовими предикторами також виступили показники соціального інтелекту та емоційного інтелекту за параметром розуміння чужих емоцій. Показники швидкості вербальної креативності, діалогічності у спілкуванні та вербальної креативності виступили значущими для показника швидкості соціальної креативності, а для показника розробленості соціальної креативності найбільш значущим предиктором виступила здатність вирішувати рольові конфлікт.

2.6. Детермінація професійної компетентності майбутніх економістів показниками соціальної креативності.

У таблиці 2.37 показано предиктори ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів.

Таблиця 2.37

Предиктори ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,94871906 R2= ,90006785 Скорректир. R2= ,89841152 F(3,181)=543,41						
	БЕТА	Стд.Ош.	B	Стд.Ош.	t(92)	p-уров.
В.член			1,795724	0,724635	2,47811	0,014124
Загальний рівень соціальної кретивності (фактична)	0,954524	0,043680	0,421258	0,019277	21,85242	0,000000
Соціальна креативність (самооцінка)	0,117035	0,028052	0,031039	0,007440	4,17202	0,000047
СК оригінальність	0,093058	0,039126	0,080228	0,033732	2,37841	0,018429

Регресійне рівняння для ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Ціннісно-мотиваційний компонент професійної компетентності = 1,80 + 0,95 Соціальна креативність (фактична) + 0,11 Соціальна креативність (самооцінка) + 0,09 Оригінальність соціальної креативності.

У таблиці 2.38 показано предиктори регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності майбутніх економістів.

Регресійне рівняння для регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Регулятивно-вольовий компонент професійної компетентності = 1,56 + 0,14 Соціальна креативність (самооцінка) + 0,11 Розробленість соціальної креативності + 0,06 Швидкість соціальної креативності.

Таблиця 2.38

Предиктори регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,87207817 R2= ,76052033 Скорректир. R2= ,75244798 F(6,178)=94,213						
В.член			1,560480	0,537187	2,90491	0,004140
Соціальна креативність (самооцінка)	0,141930	0,045965	0,017606	0,005702	3,08777	0,002340
Соціальна креативність: розробленість	0,113045	0,052134	0,085882	0,039607	2,16836	0,031458
Соціальна креативність: швидкість (обернена шкала)	-0,067036	0,038968	-0,009434	0,005484	-1,72029	0,047117

У таблиці 2.39 показано предиктори комунікативно-креативного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів.

Регресійне рівняння для комунікативно-креативного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Комунікативно-креративний компонент професійної компетентності = 6,79 + 0,89 Соціальна креативність (фактична) + 0,15 Оригінальність соціальної креативності.

Таблиця 2.39

Предиктори комунікативно-креативного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,78180671 R2= ,61122173 Скорректир. R2= ,60694944 F(2,182)=143,07						
В.член			6,792825	0,513090	13,23905	0,000000
Загальний рівень соціальної кретивності	0,891764	0,074306	0,466770	0,038893	12,00126	0,000000
Соціальна креативність: оригінальність	0,147308	0,074306	0,150622	0,075977	1,98246	0,048932

У таблиці 2.40 показано предиктори організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності майбутніх економістів.

Таблиця 2.40

Предиктори організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,78638924 R2= ,61840803 Скорректир. R2= ,61421471 F(2,182)=147,47						
В.член			2,080683	0,572605	3,63371	0,000363
Загальний рівень соціальної кретивності	0,695080	0,052780	0,129607	0,009842	13,16932	0,000000
Соціальна креативність Барташев	0,159057	0,052780	0,017823	0,005914	3,01356	0,002950

Регресійне рівняння для організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Організаційно-управлінський компонент професійної компетентності = 2,08 + 0,70 Соціальна креативність (фактична) + 0,16 Соціальна креативність (самооцінка).

У таблиці 2.41 показано предиктори когнітивного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів. Регресійне рівняння для когнітивного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Когнітивний компонент професійної компетентності = 4,48 + 0,71 Соціальна креативність (фактична) + 0,13 Соціальна креативність (самооцінка).

Таблиця 2.41

Предиктори когнітивного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,73081082 R2= ,53408446 Скорректир. R2= ,52636210 F(3,181)=69,161						
В.член			4,482309	1,514396	2,95980	0,003491
Загальний рівень соціальної кретивності	0,712902	0,073306	0,316954	0,032592	9,72497	0,000000
Соціальна креативність Барташев	0,131498	0,059534	0,035133	0,015906	2,20878	0,028446

У таблиці 2.42 показано предиктори інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів.

Таблиця 2.42

Предиктори інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів

R= ,66054402 R2= ,43631840 Скорректир. R2= ,42379214 F(4,180)=34,832						
Св.член			6,901453	1,332409	5,17968	0,000001
Міжоособистісний компонент	0,842394	0,107414	0,511925	0,065275	7,84253	0,000000

Регресійне рівняння для когнітивного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів має такий вигляд:

Інформаційно-діяльнісний компонент професійної компетентності = 6,90 + 0,84 Міжособистісний компонент соціальної креативності.

Отже, найбільш значущими предикторами розвитку професійної компетентності майбутніх економістів є реальна фактична соціальна креативність за своїм сумарним показником та рівень самооцінки власної соціальної креативності як сукупність уявлень про високий рівень власних соціальних здібностей у творчому вирішенні складних комунікативно-інтерактивних проблем.

Висновки до другого розділу.

1. У межах формування психодіагностичного комплексу за проблемою вивчення соціальної креативності майбутніх економістів як чинника їх професійної компетентності було розроблено валідні та надійні методики для дослідження рівня фактичної соціальної креативності (за показниками внутрішньо-особистісного та міжособистісного компонентів та за параметрами швидкості, гнучкості, оригінальності та розробленості), а також для дослідження рівня сформованості професійної компетентності економіста за показниками ціннісно-мотиваційного, регулятивно-вольового,

комунікативно-кооперaційного, когнітивного та інформаційно-діяльнісного компонентів.

2. Емпірично визначено, що самооцінка соціальної креативності (самооцінки) у здобувачів відрізняється в залежності від спеціальності: студенти-психологи істотно перевищують інших здобувачів галузі знань 05 – соціально-поведінкові науки за рівнем соціальної креативності. Соціальна креативність розвивається протягом навчання нелінійно, зростаючи до середини навчання та спадаючи наприкінці. Студенти-економісти характеризуються найнижчими показниками соціальної креативності незалежно від курсу навчання. Висока успішність у навчанні стає на заваді високій самооцінці власної соціальної креативності у психологів та у політологів, натомість академічно успішні соціологи оцінюють власні соціальні здібності вище, ніж менш успішні. Рівень академічної успішності студентів-економістів не впливає на самооцінку їх соціальної креативності.

В академічно неуспішних здобувачів показники фактичної соціальної креативності зростають лінійно протягом навчання у виші, натомість в академічно успішних вони сягають найвищого рівня на третьому курсі, а потім спадають. Студенти-економісти істотно перевищують інших здобувачів за фактичною соціальною креативністю. Більш успішні у навчанні майбутні економісти мають вищий рівень соціальної креативності. При високій академічній успішності показники соціальної креативності майже не змінюються протягом навчання у виші, проте при низькій – стрімко зростають, починаючи із другого курсу навчання.

Майбутні психологи перевищують інших здобувачів за показниками внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності, яка у здобувачів галузі знань 05 – соціальні і поведінкові науки лінійно зростає протягом навчання у виші. Висока академічна успішність позитивно позначається на рівні внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності лише у студентів-економістів. Загалом позитивна динаміка

внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності властива менш успішним здобувачам.

Майбутні психологи значно перевищують інших здобувачів за показниками міжособистісного компоненту соціальної креативності, яка загалом характеризується позитивною динамікою протягом навчання у виші. В академічно успішних студентів не визначено істотної динаміки міжособистісного компонента соціальної креативності, утім для неуспішних студентів протягом навчання у виші визначено позитивну динаміку.

Істотних відмінностей у показниках швидкості соціальної креативності у студентів різних спеціальностей визначено не було. Протягом навчання у виші загалом у студентів визначено позитивну динаміку швидкості соціальної креативності. Починаючи з другого курсу навчання академічно успішні студенти поступаються показниками швидкості менш успішним здобувачам.

Майбутні психологи переважають інших здобувачів за показниками оригінальності соціальної креативності. Протягом навчання у виші не відбувається суттєвих зрушень у показниках оригінальності соціальної креативності у студентів загалом. Найвищі показники оригінальності соціальної креативності виявлено у здобувачів спеціальності «психологія» на початку навчання у виші. Інші здобувачі на різних курсах навчання не відрізняються між собою за рівнем оригінальності соціальної креативності. Висока академічна успішність здобувачів за спеціальністю «економіка» та «психологія» сприяє вищим показникам оригінальності соціальної креативності. У переважної групи студентів із високою академічною успішністю оригінальність є вищою, особливо у майбутніх економістів на початку навчання у закладі вищої освіти.

Майбутні психологи відрізняються вищими показниками гнучкості соціальної креативності. Гнучкість у побудові варіантів творчого виходу із соціальних проблем у студентів не залежить від курсу навчання. На початку навчання у студентів-психологів виявлено найвищі показники гнучкості

соціальної креативності. Вища академічна успішність зумовлює більшу гнучкість соціальної креативності на усіх курсах навчання.

У студентів-психологів виявлено найвищі показники розробленості соціальної креативності. Загалом усі студенти характеризуються позитивною динамікою розробленості соціальної креативності протягом 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. Загалом більш успішні у навчанні студенти мають вищі показники розробленості соціальної креативності, особливо на початку навчання у виші.

3. Визначено кореляти якісних характеристик соціальної креативності майбутніх економістів. Швидкість соціальної креативності позитивно корелює із комунікативною швидкістю, пластичністю та ергічністю, а гнучкість, розробленість та оригінальність – ще й із емоційністю темпераменту у комунікативній сфері.

Оригінальність, гнучкість та розробленість соціальної креативності позитивно пов’язані із показниками здатності до управління чужими емоціями, їх розуміння, управління власними емоціями, їх розуміння та контролю експресії.

Швидкість соціальної креативності позитивно пов’язана із швидкістю вербальної креативності, оригінальність та розробленість соціальної креативності позитивно пов’язані із оригінальністю, гнучкістю та розробленістю вербальної креативності. Гнучкість соціальної креативності позитивно пов’язана із оригінальністю вербальної креативності.

Швидкість соціальної креативності позитивно пов’язана із ефективністю емоційної креативності. Оригінальність, гнучкість та розробленість соціальної креативності позитивно пов’язані із ефективністю, готовністю, автентичністю та новизною емоційної креативності.

Оригінальність соціальної креативності пов’язана із здатністю до аналізу динаміки соціальних відносин, здатності до прогнозування поведінки

інших, розуміння невербальної експресії. Гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із здатністю до розуміння динаміки соціальних відносин та прогнозування поведінки. Розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із здатністю до аналізу динаміки соціальних відносин, здатності до прогнозування поведінки інших, розуміння невербальної експресії.

Оригінальність, розробленість та гнучкість соціальної креативності позитивно пов'язана із рольовою гнучкістю, рефлексією, здатністю до вирішення рольових конфліктів, широтою рольового репертуару.

Оригінальність, гнучкість та розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із комунікативними та організаторськими схильностями.

Оригінальність соціальної креативності позитивно пов'язана із діалогічністю у спілкуванні та негативно – із індиферентним, маніпулятивним, альтероцентричним та авторитарним стилями спілкування, а гнучкість та розробленість також негативно ще й з конформним стилем.

Швидкість соціальної креативності має зв'язок на рівні тенденції із комунікативною незалежністю. Оригінальність та розробленість соціальної креативності позитивно пов'язана із незалежністю, експресивністю, легкістю, комунікативною компетентністю, емоційною стійкістю, самопрезентацією, конфліктністю, а гнучкість – ще й з маніпулятивністю.

4. Загальний, внутрішньо-особистісний та міжособистісний показники соціальної креативності майбутніх економістів позитивно корелюють із показниками ергічності, емоційності, пластичності комунікативних характеристик темпераменту, здатностей до розуміння чужих емоцій, управління ними, розуміння своїх емоцій та управління ними, контролем експресії, оригінальності вербальної креативності, ефективності, готовності, автентичності та новизни емоційної креативності, здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії, прогнозування наслідків поведінки, розуміння невербальної експресії, рольової рефлексії, рольової гнучкості, здатності до вирішення рольових конфліктів, широти рольового репертуару, комунікативними та організаторськими схильностями, комунікативної

легкості, емоційної стійкості, експресивності, комунікативної компетентності, незалежності, самопрезентації, конфліктності, схильності до маніпуляцій, показниками діалогічного стилю у спілкуванні і негативно – із індиферентним, маніпулятивним, авторитарним, конформним, альтероцентричним стилями спілкування.

5. Успішні студенти-економісти відрізняються найвищими показниками комунікативної ергічності, пластичності та емоційності за умови високого рівня соціальної креативності. Рівень здатності прогнозувати наслідки поведінки та розуміти динаміку соціальної взаємодії як показники соціального інтелекту є найвищим за умови високого рівня соціальної креативності та академічної успішності. Незалежність, конфліктність та маніпулятивність комунікативної креативності є найвищою в академічно успішних студентів-економістів із високим рівнем соціальної креативності.

6. Емпірично доведено, що загальний показник соціальної креативності майбутніх економістів зумовлений предикторами самооцінки соціальної креативності, комунікативними схильностями, здатністю до розуміння динаміки соціальної взаємодії, готовністю емоційної креативності, розумінням чужих емоцій та рольовою рефлексією. Внутрішньо-особистісний показник соціальної креативності майбутніх економістів зумовлений предикторами самооцінки соціальної креативності, комунікативними схильностями, здатністю до розуміння динаміки соціальної взаємодії, готовністю емоційної креативності та здатністю до розуміння чужих емоцій. Міжособистісний показник соціальної креативності майбутніх економістів зумовлений предикторами самооцінки соціальної креативності, здатності до розуміння динаміки соціальної взаємодії та до розуміння чужих емоцій. Швидкість соціальної креативності майбутніх економістів зумовлена предикторами: низьким значенням авторитарної, маніпулятивної, конформної, альтероцентричної, індиферентної спрямованості у спілкуванні, позитивними значеннями діалогічної спрямованості у спілкуванні, здатності до розуміння невербальної інформації, швидкості, оригінальності та гнучкості

вербальної креативності, комунікативної швидкості. Оригінальність соціальної креативності позитивно зумовлена показниками самооцінки соціальної креативності, гнучкість соціальної креативності - комунікативними схильностями, контролем експресії, здатністю до розуміння вербальної експресії, комунікативною пластичністю та швидкістю темпераменту. Розробленість соціальної креативності майбутніх економістів позитивно зумовлена здатністю вирішувати рольові конфлікти та емоційною стійкістю.

7. Визначено, що предикторами ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів є соціальна креативність (фактична та уявна), оригінальність соціальної креативності. Предикторами регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності майбутніх економістів є соціальна креативність (самооцінка), розробленість та щвидкість соціальної креативності. Предикторами комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів є соціальна креативність (фактична) та оригінальність соціальної креативності. Предикторами організаційно-управлінського та когнітивного компонентів професійної компетентності майбутніх економістів є соціальна креативність (фактична та уявна). Для інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності майбутніх економістів предиктором є міжособистісний компонент соціальної креативності.

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.

3.1 Теоретико-методологічні засади розвитку соціальної креативності фахівців економічного профілю.

Аналіз проблеми розвитку соціальної креативності має здійснюватись у двох площинах: через вивчення теоретико-методологічних принципів та засад розвитку соціальної креативності як різновиду соціальних здібностей (поряд із соціальним інтелектом та комунікативними якостями особистості), а також як різновиду, власне креативності (поряд із вербальною та комунікативною).

З позицій розуміння соціальної креативності як різновиду соціальних здібностей доцільно розглянути методологічні засади розвитку соціальних здібностей загалом та соціального інтелекту – зокрема. Так, О.І. Власовою проаналізовано провідні фактори розвитку соціальних здібностей і зазначено, що він уможливлюється у колективі та через колектив при доцільній організації самоуправління, розвиток громадської активності усіх його членів [7], В.В. Полторацькою проаналізовано специфіку соціальних здібностей у процесі становлення комунікативної культури вчителів [44], І.А. Зязюном – соціальні здібності студентів [цит за 53], Т.С. Яценко – потужний потенціал активних форм соціально-психологічного навчання в розвитку соціально-професійних здібностей студентів педагогічного університету [78].

Окремим напрямом розвитку соціальних здібностей є система засобів формування соціального інтелекту особистості, де оптимальною формою є «тренінг як сукупність групових методів формування вмінь та навичок самопізнання, спілкування та взаєморозуміння людей у групі. Існує три основні концептуальні напрямки у психологічному тренінгу: психодинамічний, поведінковий, гуманістичний» [цит. за 53], де до першого відносяться транзактний аналіз, психодрама та тілесно-орієнтована

психотерапія, до другого - тренінг вмінь, а останній передбачає реалізацію групи зустрічей та тренінгу сенситивності.

Формою розвитку соціальних умінь виступає арт-терапія, зокрема її різновид - казкотерапія, - спрямована на «осмислення життєвого досвіду, актуалізації життєвих ресурсів, також може бути ефективним засобом індивідуальної та групової терапії» [цит. за 53]. Використання методів казкотерапії, роботи з МАК, образотворчих методів та технік має потужний потенціал для розвитку соціального інтелекту та соціальної креативності.

Велике значення в розвитку соціальних здібностей належить діалогічним та ігровим методам, досвід застосування для розвитку соціально-аналітичного мислення та соціально-креативного потенціалу визначено в дослідженнях Г. Є. Левенець [82], Г.М. Свіденської [55], Т.С. Яценко [78]. У ситуації активної навчальної взаємодії, зокрема у навчальній грі, яка завжди об'єктивує потребу у пізнавальній активності із умовністю вимог ігрової ситуації та можливостями їх нерегламентованої трансформації, знімаючи існуючі соціальні обмеження, актуалізується пізнавально-творчий та особистісно-регулятивний потенціал особистості, спрямовуючи психіку до розвитку соціально-креативних, творчих основ.

Завданням першого етапу тренінга є виведення із внутрішнього плана у зовнішній неконструктивних моделей поведінки, що у біхевіоризмі реалізується через демонстрацію заучених навичок, у психоаналізі – усвідомлення несвідомих мотивів та барєрів, у гуманістичній психології – усвідомлення своєї автентичності, тощо. На другому етапі тренінгу реалізується побудова моделі ідеальної поведінки у зовнішньому плані, де у поведінковій психології це реалізується через штучне створення еталона у формі відеозапису, у гуманістичному підході - через поведінку ведучого, або тих учасників, які усвідомили мету своєї особистості та прийняли себе такими, які вони є, а у психодинамічному підході – через етап виникнення «ощищеної» особистості. На завершальному етапі тренінгу відбувається модифікація поведінки учасників у бік максимального наближення до еталону та

закріплення його у внутрішньому плані, що у поведінковій психології це реалізується через «натягування» на потрібну поведінку за допомогою позитивного підкріплення успішної поведінки та знищення старих штампів, у психоаналітичному – через «звільнення» від тиску неефективних сценаріїв або інших конструктів несвідомого, а у гуманістичній психології - через багаторазове проговорення та спеціальну проробку основних принципів самоактуалізованої поведінки [53].

Аналіз проблеми розвитку соціально-інтелектуальних здібностей був здійснений О. Сасько, яка зазначає, що для розвитку здатності прогнозувати наслідки поведінки ефективним є засобами позитивної психотерапії, сфокусованої на рішенні, гештальт-терапії, психодрами, тренінгах акторської майстерності, комунікативної компетентності, здатності розуміти невербальну експресію – засобами тілесно-орієнтованої терапії, НЛП, невербальної динамічної терапії, арт-терапії, гештальт-терапії, тренінгів сенситивності, а здатність розуміти вербальні повідомлення – засобами транзактного аналізу [цит за 53].

Розвиток соціального інтелекту, емпатії, соціально-перцептивних здібностей засобами соціально-психологічного тренінгу, на думку Л.М. Іванської, Р.О. Агавеляна, передбачає: формування соціально-перцептивних здібностей через підвищення рівня перцепції; формування емпатійної спрямованості через актуалізацію інформації значущості наявності емпатії шляхом розширення психологічних знань про її механізми; розвиток здатності до центрації, меж розпізнавання невербальної поведінки, реалізацію психологічних знань у практиці стосунків [цит за 53].

Формуванню соціального інтелекта сприяє наявність сенситивності, що має розумітись як особлива чуттєвість до психічніх станів інших, що має емоційну природу, що ґрунтується на інтуїції, тобто індивідуальній «евристиці», яку особистість використовує для висновків відносно міжособистісного спілкування. Сенситивність пов’язана із емпатією, тобто здатністю до емоційного резонансу на переживання іншої людини, яка, в свою

чергу, лежить в основі соціального інтелекту [цит за 53]. Соціальна перцепція сприяє вмінню сприймати, розуміти та оцінювати інших, себе, свою групу, отримувати вербальну та невербальну інформацію про те, як особистість сприймають інші, наскільки точним є власне само сприйняття, тому тренінгу соціальної перцепції спрямований на формування вмінь глибокої рефлексії, змістової і оціночної інтерпретації об'єкта сприйняття [цит за 53].

На думку А.В. Берклунд, «розвиток соціального інтелекту у студентів передбачає: формування здатності розуміти суттєві ознаки в різних невербальних реакціях людини, розвиток чуттєвості до просторово-часових характеристик взаємодії людей; формування здатності розуміти зміни значення подібних вербальних реакцій людини залежно від певної ситуації, що їх зумовила; формування здатності передбачати наслідки поведінки людей у певній ситуації, прогнозувати те, що відбудиться у майбутньому; формування здатності розуміти логіку розвитку ситуації взаємодії, значення поведінки людей у різних ситуаціях; підвищення «саморозуміння та розуміння інших» [цит за 53].

А.В. Берклунд зазначає, що «розвиток сенситивності та соціального інтелекту уможливлюється використанням психогімнастичних вправ, які дозволяють отримувати широкий та водночас деталізований матеріал, необхідний для усвідомлення процесу та результатів соціально-перцептивної діяльності, а також формують середовище, що уможливлю\ розвиток сенситивних здібностей» [цит за 53].

Формування сенситивності у спостереженні по відношенню до вербальних, невербальних та проксемічних (просторово-часових) проявів людини досягається «серією тренінгових вправ, спрямованих на розвиток того чи іншого сенсорного канала: зорового, слухового, тактильної чуттєвості» [цит за 53].

Формування спостережливості по відношенню до невербальних аспектів, за даними А.В. Берклунд, «уможливлюється впровадженням завданням, виконання яких вимагає фіксування особливостей зовнішності,

міміки, жетів, поз, вегетативних змін, мікроекспресії очей, пара лінгвістичних компонентів мовлення, тощо» [цит за 53].

Формування чутливості до просторово-часових характеристик взаємодії людей досягається через завдання, що «вимагають фіксації дистанції взаємодії, просторового розташування, переміщень, ритму руху» [цит за 53].

Формування здатності передбачати наслідки поведінки людей у певній ситуації, прогнозувати майбутні події та здатності розуміти логіку розвитку ситуації взаємодії, значення поведінки в різних ситуаціях досягається через номотетичну та ідеографічну сенситивність, де перша є здатністю розуміти типового представника тієї чи іншої соціальної групи та використовувати це розуміння для прогнозування поведінки інших людей, що належать до даної групи, а друга – здатністю розуміти своєрідність кожної людини, звикористовувати знайомство, що має продовження, та об'єм інформації про людину, що збільшується, для більш точних прогнозів її поведінки. З метою їх розвитку слід впроваджувати вправи, спрямовані на розвиток здібності до розуміння та прогнозуванню станів, стосунків та властивостей її поведінки [цит за 53].

Формування здатності до «саморозуміння та розуміння інших» має забезпечуватися соціально-перцептивними вправами, спрямованими на розвиток емпатії, рефлексії, діловими та рольовими іграми [цит за 53].

Розгляд соціальної креативності як різновиду креативності передбачає урахування таких засад у формуванні креативності:

«- створення креативного освітнього середовища як підґрунтя для розвитку соціальної та інших видів креативності студентів, що передбачає спрямування їхньої активності на розвиток творчих здібностей, ціннісних орієнтацій, мотивації до самореалізації в професії, зокрема в економічній галузі, що уможливлюється системою сприяння організації та розширення змісту навчально-виховного процесу у ЗВО, створенню міцної мотиваційної основи розвитку та прояву креативності;

- сприяння творчого потенціалу особистості в процесі навчання у ЗВО уможливлюється цілеспрямованим формуванням в них здатності до саморегуляції навчально-професійної діяльності;

- креативне освітнє середовище має чинити вплив на актуалізацію креативного потенціалу студентів у майбутній професійній діяльності, що досягається програмою психологічного супроводу розвитку креативності» [цит. за 51].

М.В. Саврасов зазначає, що «створення креативного освітнього середовища з метою розвитку креативності студентів досягається через оптимізацію навчально-виховного процесу, покликану використовувати креативність студентів у творчій діяльності, розвивати в них ціннісного ставлення до творчості та вмотивованості на творчу самореалізацію у навчально-професійній діяльності у ЗВО. Способами реалізації креативного освітнього середовища у виші автором визначено такі: 1) подолання психологічних бар'єрів, що стоять на заваді прояву креативності через запобігання феномену TTTM – teacher talks too much, тобто перехід до діалогічної викладача та студента; 2) актуалізація ситуації успіху у сумісній діяльності викладачів та студентів через активізацію участі викладацько-професорського складу кафедр та студентів у сумісній проєктній діяльності; 3) посилення творчої діяльності суб'єктів освітнього процесу в аудиторній та позанавчальній роботі; 4) сприяння самостійній науковій роботі студентів з визначенням індивідуальної траєкторії професійного становлення, включення студентів до різних форм навчальної та науково-дослідницької діяльності; 5) застосування елементів проблемного навчання як засобу активізації навчально-пізнавальної діяльності, підтримання високого рівня проблемності й творчості в навчальному процесі; 6) використання новітніх інформаційних технологій, засобів дистанційної освіти та технічних засобів навчання; 7) диференціація навчання та індивідуальний підхід, створення атомосфери довіри; 8) дотримання принципу об'єктивності оцінювання; 9) реалізація суб'єкт-суб'єктних відносин, діалогічності спілкування студентів та

викладачів як суб'єктів спілкування та сумісної діяльності; 10) наявність взаємозв'язку теоретичних уявлень щодо творчості та креативності з набутими компетенціями; 11) надання студентам можливості прийняття багатоваріантних креативних рішень; 12) сприяння рефлексії студентів власних творчих якостей як передумови успішності майбутньої професійної діяльності» [цит. за 51]. До низки методів реалізації визначеної умови М.В. Саврасов відносить «міні-лекції та бесіди для викладачів та студентів, присвячених проблематиці саморозвитку творчих здібностей, креативності, дивергентному мисленню, художньо-естетичній діяльності; метод проектів та навчально-виховні заходи, де викладачі та студенти разом розв'язували творчі завдання; методу комунікативної атаки, спрямований на швидке включення, мобілізацію, зацікавлення студентів, заохочення викладачів до використання у власній практиці максимального акцентування суперечностей (як реальних, так і уявних або навіть спеціально організованих викладачем) з метою спонукання студентів до активної розумової діяльності; метод доведення й переконання, спрямований на активізацію вольових зусиль студентів, через пояснення доцільності оволодіння матеріалом для виявлення творчості й креативності в житті та професійній діяльності; ситуаційні практико-орієнтовані завдання, спрямовані на занурення у професійну діяльність, усвідомлення студентами власної в ролі суб'єкта творчо-педагогічної діяльності; заохочення використання дивергентного мислення, методи стимулювання самостійної роботи студентів через впровадження технологій дистанційного навчання, що покликано розвивати в студентів ініціативність, наполегливість та завзятість у досягненні навчальної мети, формувати аналітичні навички, сприяти системному мисленню тощо» [51].

А.Н. Луком підкреслено високу значущість творчого спрямування педагога у процесі розвитку творчості студентів, у випадку недостатнього рівня творчої спрямованості педагога, вони будуть схильні до репродуктивного рівня засвоєння та відтворення знань [цит за 51].

У межах дисертаційного експерименту, проведеного С.К. Шандруком, «з метою активізації навчально-креативної діяльності студентів було використано такі способи та прийоми викладання, пізнавальної роботи, організаційних форм навчання, які активізували пошукову творчу діяльність студентів та посилили їх суб'єктність в навчальному процесі» [цит. за 72].

Д.Р. Кохановською подано дві класифікації методів розвитку креативності та професійно-творчого мислення. За формувальною спрямованістю автором визначено: «1) методи, спрямовані на формування досвіду творчої діяльності: а) із застосуванням ускладнення умов: метод часових обмежень, метод раптових заборон, метод нових варіантів, метод інформаційної недостатності, метод абсурду; б) групового рішення творчих завдань: метод Дельфі, метод чорного ящика, метод щоденників; в) колективного стимулювання творчих пошуків: метод мозкового штурму, синектики; перерахування атрибутів і асоціативні прийоми, які полягають у спонуканні до створення нових словесних асоціацій; г) метафоричний синтез, що передбачає використання метафор і порівнянь для збудження творчої думки і спрямований на те, щоб робити знайоме дивним; 2) методи емоційного впливу, спрямовані на формування досвіду через переживання власної професійно-творчої та навчально-пізнавальної діяльності та створюють установку на позитивне емоційне ставлення до неї: заохочення, навчально-емоційна гра, створення ситуації успіху, що стимулює оцінювання, вільний вибір творчих завдань, спонукання до вибору альтернативних рішень, підкреслення особистісної значущості студентів» [цит за 51].

За способом організації навчально-розвивального впливу Д.Р. Кохановська виділяє: «1) структурно-логічні методи (задачі), тобто виконання творчих завдань; 2) тренінгові методи; 3) ігрові методи» [цит за 51].

Провідним структурно-логічним методом у нашому дослідженні виступив кейс-метод або метод ситуаційних вправ, що є інтерактивним і наближає процес навчання до реальної практичної професійної діяльності. Метою кейс-методу є розвиток винахідливості, вміння розв'язувати проблеми,

здійснювати аналіз і діагностику творчих проблем [24; 34]. Кейс-метод представлений трьома різновидами: 1) кейси-випадки; 2) кейси-вправи та 3) кейси-рішення. У нашому дослідженні усі види кейсів були включені у програму тренінгу при командній роботі.

Серед тренігових методів задля розвитку соціальної креативності особистості студентів використані ті, реалізація яких уможливлює групову форму, а саме: 1) мозковий штурм (brainstorming) А. Озборна [68]; - метод синектики [68]; метод «Світове кафе» [80]; метод Шести шляп Е. де Боно [68]; атрибутивний список (Attributive Listing) [68]; Brutethink [68]; - Superheroes [68]; SCAMPER [68].

У програмі розвитку соціальної креативності економістів закцентована увага на застосуванні ігрових методів, зокрема мисленнєвих – аналітичних, ідеалізаційних, методологічних, оргдіяльнісних, а також рольових, ділових, ігор-інсценування, настільних ігор та Т-ігор [31; 51; 67; 68; 69; 72].

Отже, методологія розвитку соціальної креативності майбутніх економістів має передбачати добір розвивальних психотехнологій, спрямованих на розвиток соціальних здібностей загалом, розвиток творчого потенціалу та групової креативності (стимуляції групових форм творчої діяльності), та інтегрування цих методів для розвитку, власне, соціальної креативності.

3.2 Структура та зміст програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів.

Структура програми представлена трьома модулями – мотиваційним, розвивальним та професійно-орієнтованим, завдання кожного з яких показані у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Загальна структура розвивальної програми

Модуль	Мета модуля	Стадії
Мотиваційний	Формування позитивної мотивації до участі у розвивальній програмі	1) забезпечення позитивної мотивації до участі в розвивальній програмі. 2) формування позитивного психологічного клімату у тренінговій групі.
Розвивальний	Розвиток соціально-креативнісних якостей та здатностей майбутнього економіста	1) аналіз особливостей власних соціально-креативнісних якостей та здібностей, які сприяють успішності професійної діяльності; 2) розвиток соціальної креативності майбутніх економістів.

Професійно-орієнтований	Розвиток компонентів професійної компетентності майбутнього економіста	1) розвиток позитивної та активної професійної ідентичності майбутнього економіста; 2) розвиток рольової компетентності та діалогічності у діловому спілкуванні майбутніх економістів; 3) розвиток емоційно- та соціально-інтелектуальних якостей, що сприяють професійному вдосконаленню економіста.

Мотиваційний модуль.

Ефективність розвивальних заходів забезпечується як особливим змістом занять програми, так і через змістовну усвідомлену комплексну позитивної мотивації до участі в них. З метою формування позитивної мотивації було використано допоміжний комплекс психологічних завдань ігрового характеру – психогімнастики.

Психогімнастичні вправи спрямовані на подолання низької активності учасників розвивальних програм, слабкої згуртованості групи, недостатньої мотивації та зацікавленості учасників до змісту роботи, слабкої структурованості тренінгової групи, надмірної агресивності, втоми і монотонії. Психогімнастичні вправи є іграми, що сприяють легкому та приємному знайомству учасників, зняттю тривожності та скутості, закладають основу командотворення та демонструють ігровий характер занять, що налаштовує учасників на відкритість та співпрацю, та збуджує інтерес до занять [53].

Створення актуальної мотивації до участі в розвивальній програмі має бути пов’язано з основними мотивами, властивим студентам-економістам. Зважаючи на той факт, що власні прагнення, інтереси і бажання зреалізовуються через участь у розвивальних заняттях, майбутній економіст

оволодіває позитивною мотивацією до зазначених занять. До основних мотивів студентів, які застосовані нами у першому модулі авторської програми є ті, які найчастіше зустрічаються в юнацькому віці й властиві майбутнім економістам. Разом з тим, ознайомлення зі змістом і передбачуваними результатами розвивальної програми формує конкретне детальне уявлення про те, що являє собою розвивальна програма і на чому вона присвячена. Дане уявлення, якщо воно зрозуміле і прийнятне для студентів також може стати компонентом позитивної мотивації. Обізнаність студентів з мотивацією керівника розвивальної програми, з історією виникнення його інтересу, з повідомленням причин того, чому він створив і впроваджує розвивальну програму в життя також є побічним засобом позитивної мотивації в учасників програми.

Зміст мотиваційного модуля передбачав такі завдання:

1) розвиток позитивної мотивації до участі в розвивальній програмі через усвідомлення уможливлення задоволеності провідних мотивів навчально-професійної діяльності студента;

2) розвиток позитивної мотивації до участі в розвивальній програмі через формування обізнаності про її мету та зміст;

3) розвиток позитивної мотивації до участі в розвивальній програмі через формування обізнаності про мотивацію керівника програми, яка спричинила її створення та впровадження;

4) формування позитивного психологічного клімату тренінгової групи.

На першому занятті у ході бесіди було визначено низку найбільш значущих мотивів студентів-економістів: мотив самовдосконалення; розвивати уміння регулювати емоційні стани у стресових ситуаціях; успішно вирішувати конфліктні ситуації у діловому та між особовому спілкуванні; прагнення краще розуміти себе та інших; бажання бути успішним у різних видах діяльності (навчальній, професійній); оволодіти уміннями ефективного спілкування; мати впевненість у собі; монетарні мотиви; мати успішний бізнес чи фріланс. У результаті обговорення можливості реалізації даних мотивів

студенти дійшли висновків: зміст мотивів людини і міра їх задоволення з одного боку є критерієм успіху, а з іншого – забезпечує успішність і впевненість в собі; вагомими мотивами для юнацького віку є ті, що пов'язані зі спілкуванням, коханням, навчанням, працею та грошима; засоби задоволення більшості мотивів студенти не можуть самостійно чітко і конкретно сформулювати.

На заняттях даної стадії також було впроваджено доповідь ведучого стосовно його власної мотивації впровадження цієї програми, відбувалось ознайомлення зі змістом основних модулів розвивальної програми. На заняттях цієї стадії також були впроваджені заходи із формування позитивного психологічного клімату тренінгової групи. Для реалізації зазначеної мети використовувались вправи «Східний ринок», «Фотоальбом», «Десять секунд», «Прорватися у коло», «Без маски» [53].

Розвивальний модуль

Даний модуль містить серію занять, які сприяли розвитку соціальної креативності. Зміст розвивального модуля передбачав такі завдання:

1) усвідомлення особливостей власних соціально-творчих якостей, які сприяють запобіганню конфліктів, деструктивних комунікативних стратегій, зумовлюють успішність групової взаємодії.
2) корекція деструктивних комунікативних стратегій;
3) розвиток соціально-творчих якостей, що сприяють успішній професійній соціалізації та професійному самовдосконаленню;
4) розвиток групової креативності як вміння творчо вирішувати проблемні завдання у групі (команді).

Згідно першого завдання було здійснено аналіз психодіагностичних даних учасників експериментальної групи у тренінгу. Крім того, було впроваджено психодіагностику із подальшим аналізом її результатів за методиками визначення рівня емпатії, структури соціальної фрустрованості

Л.І. Васермана, соціальної ізольованості особистості Д. Рассела, М. Фергюссона, тест комунікативної соціальної компетентності (КСК).

Задля психологічної корекції деструктивних комунікативних стратегій, подолання комунікативних бар'єрів у процесі соціальної взаємодії, корекції емоційної, соціально-інтелектуальної та поведінкової ригідності, соціальної дезадаптації, подолання комунікативного й морального егоцентризму було впроваджено низку вправ, зокрема: Привітання без слів, Острів, Перша зустріч, Жива піраміда, Молекули. Так, при виконанні вправ: Перша зустріч, Переговори, Сіамські близнюки, Валіза, Маріонетка, Дискусія, Вавілонська вежа, Зрозумій почуття, Інтонація, Я знаю, що тобі наснилося, Рожевий кущ, Перевтілення, Маклер, Цілення, Техніка інтерпретації, Вгадай, хто слухає, Переконлива мова [53].

Для реалізації третього завдання (розвитку соціальної креативності) використовувались вправи «Прогноз», «Спостереження», «Визнач ставлення», «Шнурок», «Піратський бриг», «Конфлікт», «Космічна швидкість», «Гроші у центрі», «Лавина», «Ластик», «Антонім», «За що ми любимо», «Вороги», «Телефон», «Емоційний контакт», «Пантоміма емоцій» [53], гру «Фруктовий кошик», вправи «Вибери тварину», «Якості для спілкування», «Безлюдний острів», мозковий штурм «Соціальна креативність – це….», вправи «Крижинка», «Вирішення проблеми», гру «Шість капелюхів мислення» [27], вправи «Канцелярські скріпки», «Театр абревіатур», «Перекинь м’яч», «Перетин простору», «Що? Звідки? Як?», «Способи дії», «Німа режисура», «Ко-воркінг», «Нічого не роблю, нічого не бачу, нічого не скажу», «Проблеми, проблеми…»,«Арка», «Підкорювачі повітря», «Міст», «Живі числа», «Покажи рухами», рольова гра «Презентація унікального винаходу» [68].

Професійно-орієнтований модуль

На перших двох заняттях за темою «Соціальні ролі економіста» було впроваджено заходи із розвитку здатності розуміти та виконувати соціальні ролі. Теоретична частина заняття була спрямована на психоедукацію за темою

соціальних ролей, рольової компетентності (рольової глибини, гнучкості, широти рольового репертуару). В якості кейсів учасники заповнювали рольову матрицю (професійно-рольові очікування, поведінка, домагання). Крім того, через упровадження методу «Сітове кафе» були розглянуті проблеми рольових сценаріїв, вирішення рольових конфліктів, визначення групових ролей економіста. Практична частина заняття містила групову гру «Карусель», психодраматичну гру «Конфлікт ролей», ділову гру «Групові ролі в прийнятті групового рішення». Результатом упровадження занять стало формування обізнаності в учасників з рольовими матрицями, сценаріями, конфліктами; уміння визначати групові ролі, виконувати різні соціальні ролі та вирішувати конфлікт між його учасниками у сфері професійної діяльності економіста.

Наступна низка занять була присвячена темі «Соціальна активність економіста» і спрямована на розвиток здатності бути соціально-активним членом суспільства. У теоретичній частині підіймались питання про суспільні відносини та роль соціальної активності в житті людини методом бесіди. Практична частина передбачала роботу в підгрупах за вправою «Форми соціальної активності», виконання індивідуальних вправ «Соціальний атом» і «План розвитку моєї соціальної активності». У результаті цих занять учасники почали більш глибоко розуміти роль суспільної активності у професійному житті, усвідомлювати відповідальність за відносини з іншими; визначати форми суспільної активності економіста; встановлювати контакти з іншими людьми (колегами, клієнтами).

На наступному занятті були упроваджені коучингові психотехнології МАК для сприяння професійному самовизначенню майбутніх економістів, вдосконаленні їх професійної Я-концепції.

Останнє заняття було присвячене рефлексії отриманого у тренінгу досвіду та проведенню контрольної психодіагностики.

3.3 Перевірка ефективності програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів.

Перевірка ефективності програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів здійснювалась із залученням студентів із низьким рівнем соціальної креативності у кількості 17 осіб, поділених за процедурою рандомізації на три групи: контрольну (КГ) – 5 осіб, першу експериментальну, яка була залучена лише до мотиваційного та розвивального модулів (ЕГ1) – 6 осіб, та другу експериментальну групу, яка була залучена до мотиваційного, розвивального та професійно-спрямованого модулів (ЕГ2) – 6 осіб. Для оцінки динаміки показників соціальної креативності та професійної компетентності за авторськими методиками було здійснено три заміри – констатувальний на початку формувального експерименту, проміжний – після реалізації розвивального модуля та кінцевий після впровадження усіх модулів по завершенню розвивальної програми в цілому.

На рис. 3.1 показано рівень соціальної креативності (фактичної) у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників соціальної креативності в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну.

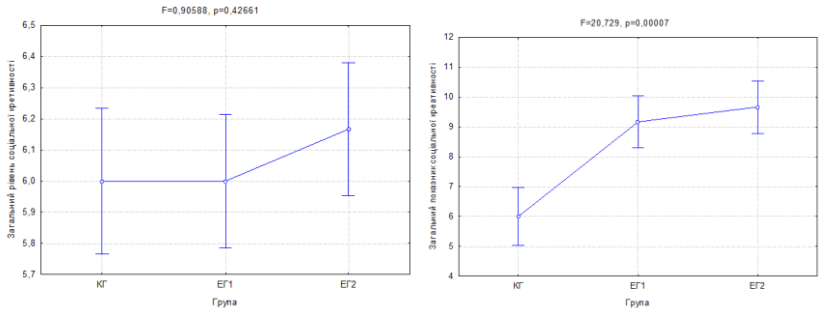


Рис. 3.1 Показники соціальної креативності (фактичної) у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.2 показано рівень внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну.

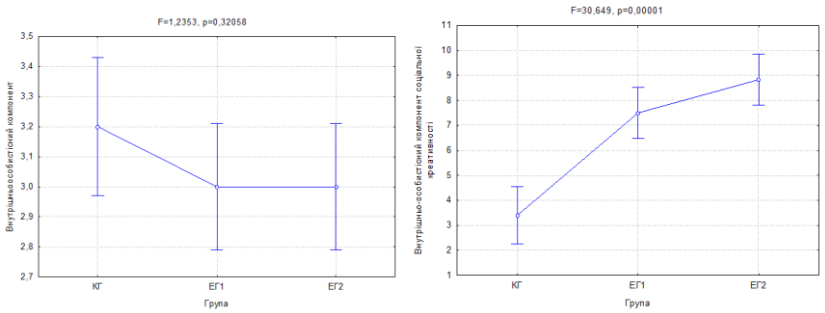


Рис. 3.2 Показники внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.3 показано рівень міжособистісного компоненту соціальної креативності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників міжособистісного компоненту соціальної креативності в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну.

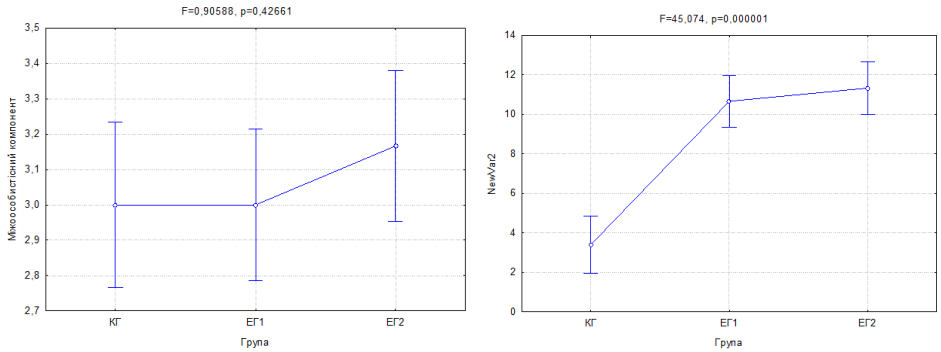


Рис. 3.3 Показники міжособистісного компоненту соціальної креативності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.4 показано рівень ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників ціннісно-мотиваційного компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. Більш вираженою є динаміка у другій експериментальній групі, яка була залучена в усі модулі програми.

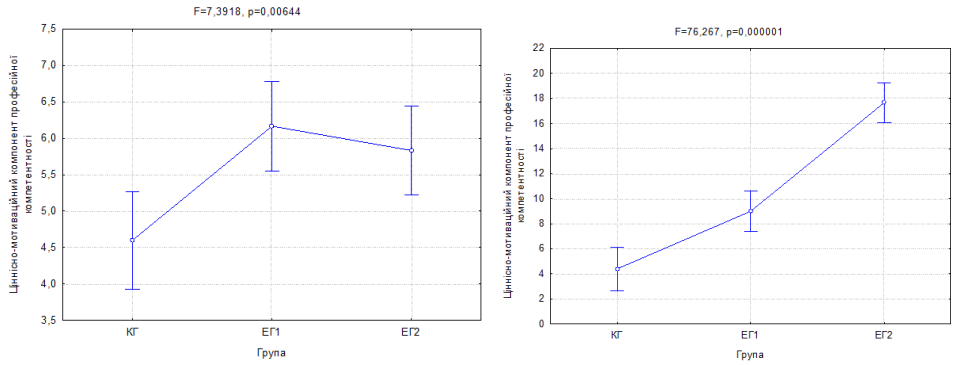


Рис. 3.4 Показники ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.5 показано рівень регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників регулятивно-вольового компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. Більш вираженою є динаміка у другій експериментальній групі, яка була залучена в усі модулі програми.

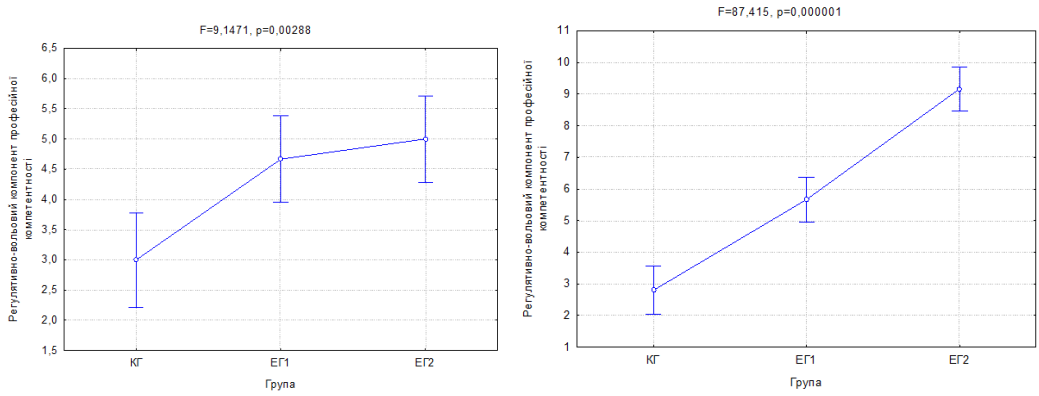


Рис. 3.5 Показники регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.6 показано рівень комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників комунікативно-кооперативного компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. В обидвох експериментальних групах виявлено однакову позитивну динаміку комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності.

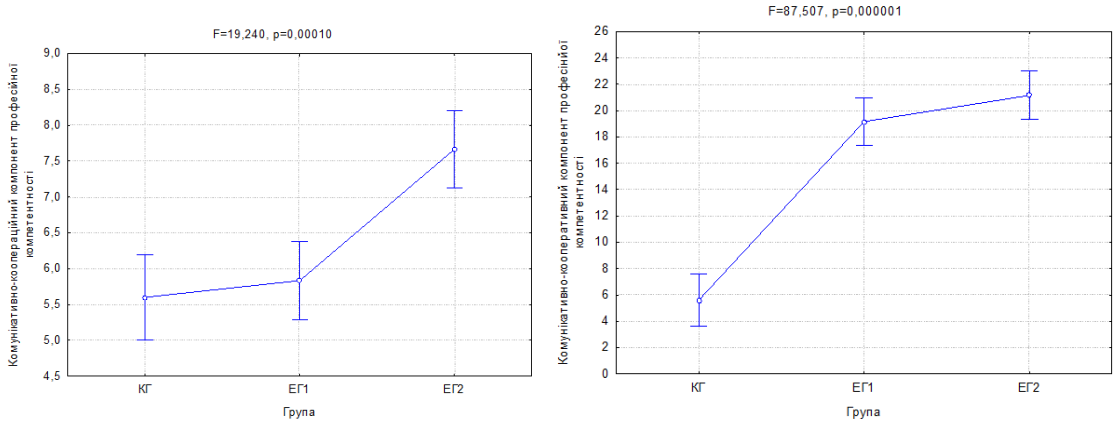


Рис. 3.6 Показники комунікативно-кооперативного компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.7 показано рівень організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників організаційно-управлінського компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. Більш вираженою є динаміка у другій експериментальній групі, яка була залучена в усі модулі програми.

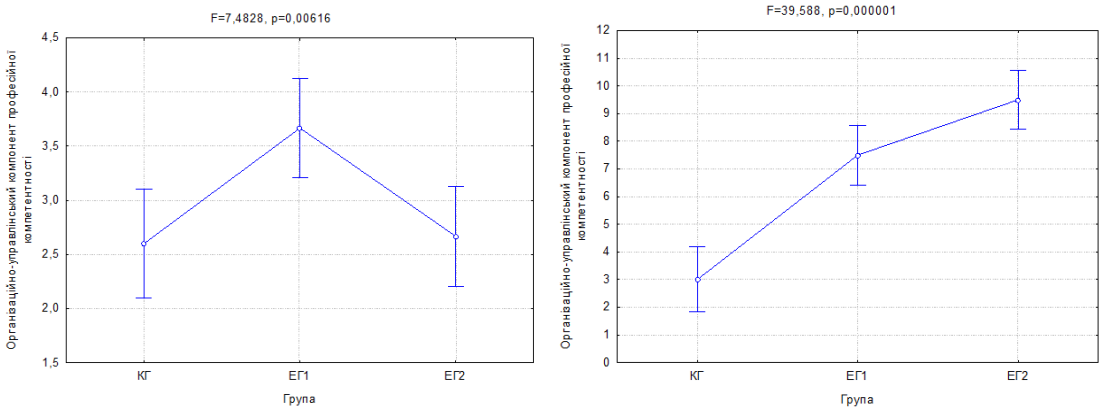


Рис. 3.7 Показники організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.8 показано рівень когнітивного компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників когнітивного компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. Більш вираженою є динаміка у другій експериментальній групі, яка була залучена в усі модулі програми.

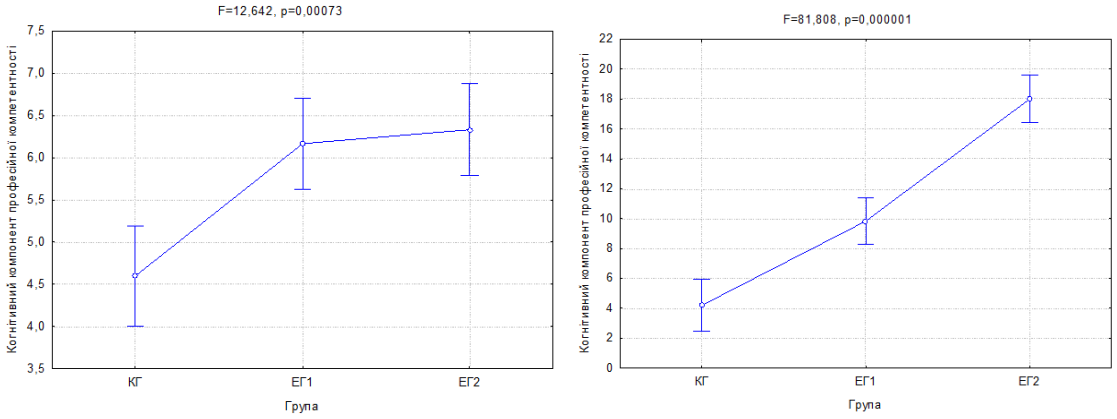


Рис. 3.8 Показники когнітивного компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.9 показано рівень інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності економіста у досліджуваних контрольної та експериментальних груп, який на початку експерименту не мав відмінностей, а наприкінці формувального експерименту виявлено зростання показників інформаційно-діяльнісного компоненту в двох експериментальних групах, які перевищують за цими показниками контрольну. Більш вираженою є динаміка у другій експериментальній групі, яка була залучена в усі модулі програми.

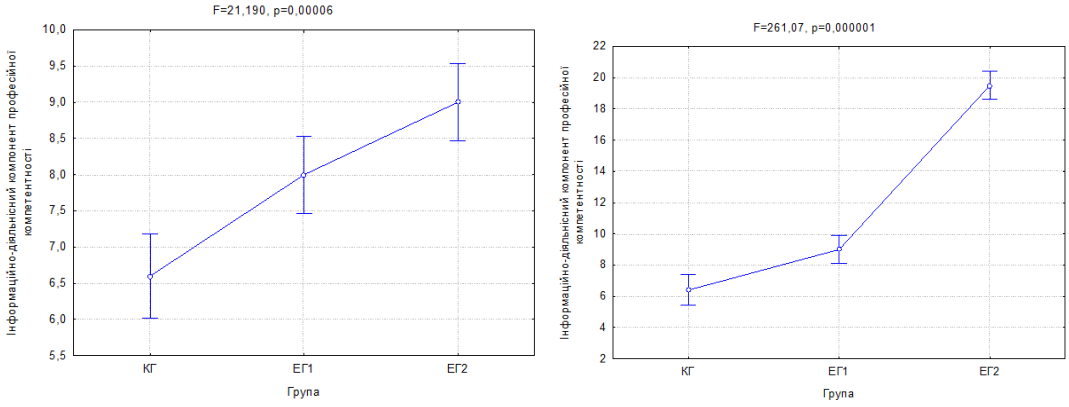


Рис. 3.9 Показники інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності у досліджуваних контрольної та експериментальних груп на початку (а) та наприкінці (б) формувального експерименту.

На рис. 3.10 показано позитивну динаміку показників соціальної креативності у першій та другій експериментальних групах, натомість у контрольній групі істотних зрушень не відбулося.

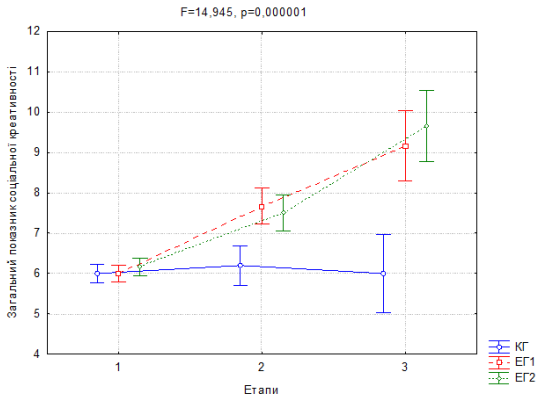


Рис. 3.10 Динаміка показників соціальної креативності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.11 показано позитивну динаміку показників внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності у першій та другій експериментальних групах після розвивального модуля, натомість у контрольній групі істотних зрушень не відбулося.

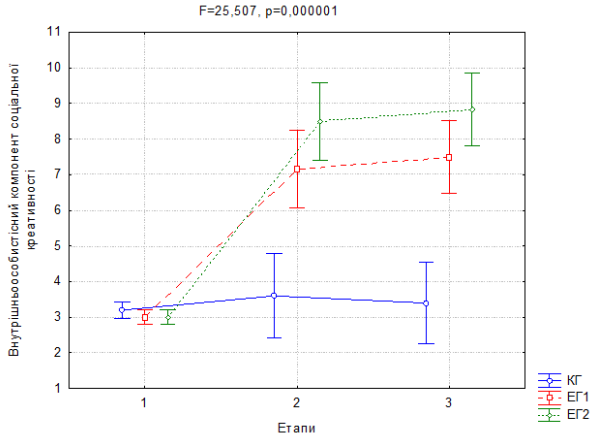


Рис. 3.11 Динаміка показників внутрішньо-особистісного компоненту соціальної креативності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.12 показано позитивну динаміку показників міжособистісного компоненту соціальної креативності у першій та другій експериментальних групах, натомість у контрольній групі істотних зрушень не відбулося.

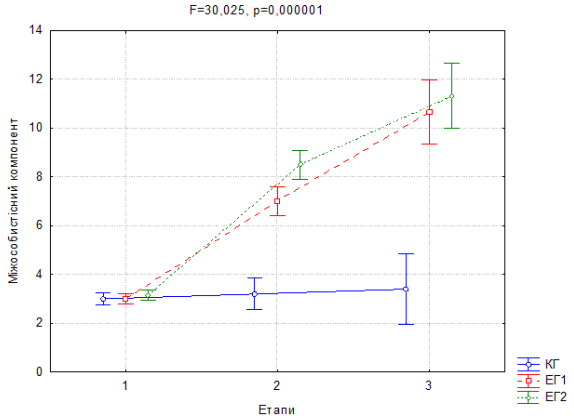


Рис. 3.12 Динаміка показників міжособистісного компоненту соціальної креативності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.13 показано позитивну динаміку показників ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності у другій експериментальній групі, натомість у контрольній групі та першій експериментальній групі істотних зрушень не відбулося.

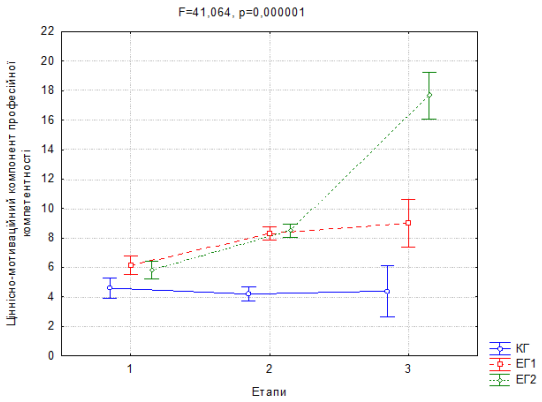


Рис. 3.13 Динаміка показників ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.14 показано позитивну динаміку показників регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності у другій експериментальній групі, натомість у контрольній групі та першій експериментальній групі істотних зрушень не відбулося.

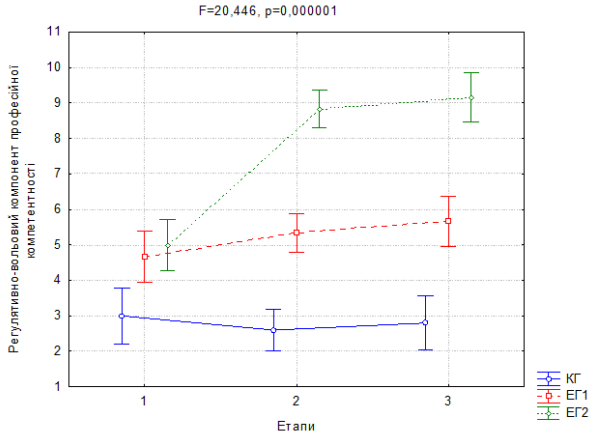


Рис. 3.14 Динаміка показників регулятивно-вольового компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.15 показано позитивну динаміку показників комунікативно-кооперацийного компоненту компоненту професійної компетентності у першій та другій експериментальній групі вже після розвивального модуля, натомість у контрольній групі істотних зрушень не відбулося.

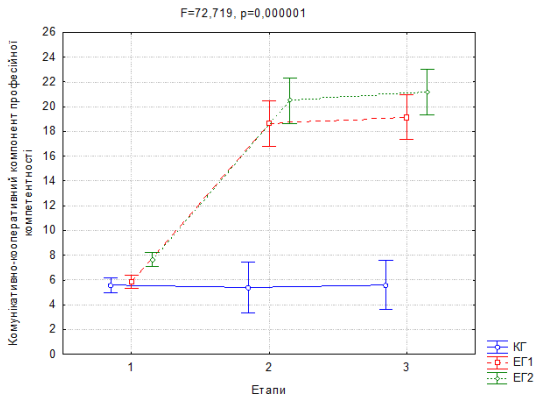


Рис. 3.15 Динаміка показників комунікативно-кооперацiйного компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.16 показано позитивну динаміку показників організаційно-управлінського компоненту компоненту професійної компетентності у першій та другій експериментальній групі вже після розвивального модуля, натомість у контрольній групі істотних зрушень не відбулося.

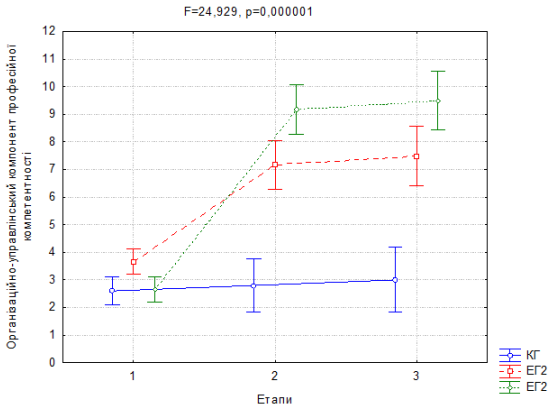


Рис. 3.16 Динаміка показників організаційно-управлінського компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.17 показано позитивну динаміку когнітивного компоненту професійної компетентності у другій експериментальній групі, натомість у контрольній групі та першій експериментальній групі істотних зрушень не відбулося.

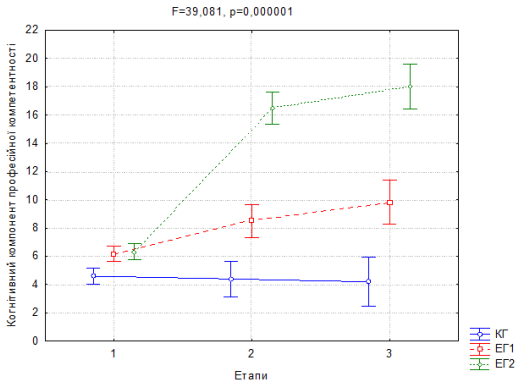


Рис. 3.17 Динаміка показників когнітивного компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

На рис. 3.18 показано позитивну динаміку інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності у другій експериментальній групі, натомість у контрольній групі та першій експериментальній групі істотних зрушень не відбулося.

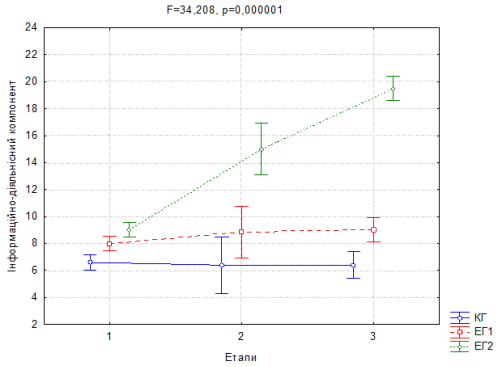


Рис. 3.18 Динаміка показників інформаційно-діяльнісного компоненту професійної компетентності протягом впровадження розвивальної програми.

Примітка: 1 – констатувальний етап, 2 – зріз після розвивального модуля, 3 – контрольний зріз.

Перевірка ефективності програми розвитку соціальної креативності показала високу значущість розвитку соціальної креативності у формуванні комунікативно-кооперативного та організаційно-управлінського компонентів професійної компетентності майбутніх економістів.

Висновки до третього розділу.

У результаті теоретико-методологічного аналізу проблеми розвитку соціальної креативності було визначено, що він має здійснюватись у двох напрямах: формування соціальної креативності як різновиду соціальних здібностей, а також як формування соціальної креативності як різновиду, власне креативності та творчого потенціалу фахівця-економіста.

Програма розвитку соціальної креативності майбутніх економістів реалізувалась через впровадження трьох модулів: мотиваційного, спрямованого на формування вмотивованості на участь у тренінгу, зняття психологічних барєрів та поліпшення психологічного клімату у групі, розвивального, спрямованого на розвиток соціальної креативності, та професійно-орієнтованого, спрямованого на розвиток професійної ідентичності майбутніх економістів та їх професійно важливих якостей, пов’язаних із соціальною креативністю.

Упровадження програми розвитку соціальної креативності підтвердило її ефективність та показало високу значущість розвитку соціальної креативності у формуванні комунікативно-кооперативного та організаційно-управлінського компонентів професійної компетентності майбутніх економістів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі теоретично узагальнено проблему соціальної креативності як чинника професійної компетентності майбутніх економістів та запропоновано нове вирішення наукового завдання – виокремлення особливостей прояву і розвитку даного виду креативності у майбутніх фахівців економічного профілю.

У ході дослідження зроблено такі висновки:

1. 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-кооперaційному компоненті професійної компетентності майбутнього економіста, до структури якої також входять ціннісно-мотиваційний, регулятивно-вольовий, комунікативно-кооперaційний, когнітивний та інформаційно-діяльнісний компоненти.

2. Створений психодіагностичний комплекс дослідження містив адаптований тест соціальної креативності (за показниками внутрішньо-особистісного та міжособистісного компонентів та за параметрами швидкості, гнучкості, оригінальності та розробленості), а також авторську методику дослідження рівня сформованості професійної компетентності економіста за показниками ціннісно-мотиваційного, регулятивно-вольового, комунікативно-кооперaційного, когнітивного та інформаційно-діяльнісного компонентів, валідність та надійність яких доведені.

3. 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 виші, 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.

4. 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.

5. 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.

6. 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.

7. Визначено, що предикторами ціннісно-мотиваційного компоненту професійної компетентності економіста, що забезпечує його позитивне ставлення до професії та прагнення оволодіти професійною майстерністю в економічні 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 уможливлює його саморегуляцію у складних і напружених ситуаціях професійної діяльності, є самооцінка соціальної креативності, а також розробленість та щвидкість 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.

8. 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабаян О. О. Формування професійної компетентності майбутніх економістів засобами імітаційно-рольового моделювання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04. Луганськ : Луганський національний університет ім. Т. Шевченка, 2009. 20 с.

2. Бас С. В. Формування предметної компетентності у процесі навчання вищої математики студентів економічних спеціальностей : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Черкаси : Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2016. 301 с.

3. Болюбаш Н. М. Теоретичні засади формування професійної компетентності майбутніх економістів. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер. : Педагогіка*. 2009. Том 112, Вип. 99. С. 88–95.

4. Болюбаш Н. М. Формування і розвиток професійних компетенцій майбутніх економістів при вивченні дисциплін комп'ютерного циклу. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2010. № 2. С. 81–87.

5. Вітер С. А. Модель формування економічної компетентності молодших спеціалістів у процесі фахової підготовки. *Педагогічна освіта : теорія і практика.* 2013. № 14. С. 219–224.

6. Вишпольська В. Ф. Зміст та структура професійної компетентності фахівця з міжнародних економічних відносин. *Вісник Запорізького національного університету.* 2008. № 1. С. 57–61.

7. Власова О. І. Психологічна структура та чинники розвитку соціальних здібностей: дис… док. психол. наук : 19.00.07. Київ : Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2006. 424 с.

8. Власюк І. В. Формування професійно-термінологічної компетентності майбутніх бакалаврів економіки в процесі вивчення фахових дисциплін : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Вінниця : Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, 2015. 272 с.

9. Волкодав Т. А. Формування готовності майбутніх молодших спеціалістів фінансово-економічного профілю до професійного самовдосконалення : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Вінниця : Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, 2017. 21 с.

10. Гаврутенко Л. А. Формування готовності до професійної діяльності майбутнього економіста. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2013. Т. 38, № 6. С. 53–62.

11. Гаврутенко Л. А. Організаційно-педагогічні умови формування професійних умінь майбутніх спеціалістів економічного профілю у ВНЗ I–II рівня акредитації. *Вісник Національного авіаційного університету*. Серія : *Педагогіка, Психологія.* 2014. № 5. URL : http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/view/10160 (дата звернення: 23.01.2016).

12. Галущак І. Шляхи формування правової компетентності майбутніх економістів в умовах гірського регіону. *Гірська школа Українських Карпат*. 2016. № 15. С. 102–105.

13. Горобець С. М. Формування професійної компетентності студентів економічних спеціальностей з використанням комп'ютерно орієнтованих технологій навчання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04. Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2012. 23 с.

14. Горобець С. М. Теоретичні моделі компетенцій майбутніх економістів. *Вісник Житомирського державного університету імені І. Я. Франка*. 2005. Вип. 25. С. 156–158. URL : http://eprints.zu.edu.ua/1230/3/05gsmkme.pdf

15. Горобець С. А. Теоретичні засади проблеми формування професійної компетентності майбутнього фахівця-економіста. *Вісник Житомирського державного університету імені І. Я. Франка*. 2007. Вип. 31 (31). С. 106–109.

16. Грінченко О. М. Особливості динаміки особистісної ідентичності студентів-психологів. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди : Психологія*. 2016. Вип. 54. С. 15–28.

17. Демченко О.П. Теоретизація соціальної обдарованості через наукову рецепцію психологічних концепцій. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України.* Т. VI : Психологія обдарованості. 2018. Випуск 14. С. 36–48.

18. Дем'янюк В. В. Особливості формування професійно-ціннісних орієнтацій молодших спеціалістів із бухгалтерського обліку. *Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору*. 2018. № 6. Кн. 2. Том IV (82). С. 210–218.

19. Дем'янюк В. В. Формування ціннісних орієнтацій у майбутніх спеціалістів із бухгалтерського обліку у процесі науково-дослідної роботи. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка. Педагогічні науки*: зб. наук. праць. 2019. Вип. 1(157). С. 40–43.

20. Дибкова Л. М. Індивідуальний підхід у формуванні професійної компетентності майбутніх економістів : автореф. … дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Київ : АПН України, Ін-т вищої освіти, 2006. 20 с.

21. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. Вип. 1. Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності / Уклад. Я. Кавторєва. Х. : Фактор, 2008. 384 с.

22. Дудка У. Т., Горбатюк Р. М. Структура, критерії та показники рівнів сформованості готовності майбутніх економістів у коледжах до професійної діяльності. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2018. Вип. 51. С. 179–184.

23. Іванченко Є. А. Формування професійної мобільності майбутніх економістів у процесі навчання у вищих навчальних закладах : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Одеса : Південноукраїнський держ. педагогічний ун-т ім. К.Д. Ушинського, 2005. 181 с.

24. Кейс-метод. URL : https://pedkab.wordpress.com/2013/01/28/кейс-метод

25. Коваль Т. І. Професійна підготовка з інформаційних технологій майбутніх менеджерів-економістів : монографія. Київ : Ленвіт, 2007. 264 с.

26. Ковальчук В. Б. Педагогічні умови формування професійного мислення майбутніх фахівців економічного профілю у вищих навчальних закладах : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Київ : Державна льотна академія України, 2007. 233 с.

27. Курко А. С. Розвиток соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій : кваліфікаційна робота магістра ОАНО, кафедра педагогіки та освітнього менеджменту : 011 Освітні, педагогічні науки (наук. кер. В. В. Ягоднікова). Одеса, 2022. 74 с.

28. Левенець Г. Є. Інформаційні параметри ефективності активних засобів соціально-психологічного навчання. *Психолого-педагогічні проблеми удосконалення професійної підготовки фахівців в умовах безперервної освіти : Наукові записки Київського інституту туризму, економіки і права*. 2001. Т.1. С. 153–158.

29. Левочко М. Т. Професійна підготовка майбутніх фахівців економічної галузі: теорія, методика, організація : монографія. К. : Аналітичне агентство, 2009. 495 с.

30. Лисак О. Б. Формування компетентностей майбутнього фахівця-економіста. URL : http://intkonf.org/lisak-ob-formuvannya-kompetentnostey-maybutnogo-fahivtsya-ekonomista/

31. Лозова В. І. Цілісний підхід до формування пізнавальної активності школярів. 2-е вид. Харків : Харківський державний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди, 2000. 164 с.

32. Макаренко Н. М. Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів : автореф. дис... канд. психол. наук : 19.00.07. К. : Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, 2008. 20 с.

33. Максимова Л. П. Критерії та рівні сформованості професійної компетентності майбутніх економістів в умовах інформатизації їх професійного середовища. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Педагогічні науки*. 2016. № 2. Вип. 97. С. 77–81.

34. Маркова О. В., Шматок Т. Г. Креативність у вирішенні проблемних ситуацій в умовах глобального крос-культурного середовища. *Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ :* міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 15 берез. 2016 р. К. : КНЕУ, 2016. С. 98–101.

35. Наугольникова О. М. Удосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців з економіки в Україні на основі аналізу досвіду США. *Педагогіка та психологія*. 2014. Вип. 46. С. 221–231.

36. Никоненко Ю. В. Критерії діагностики соціальних здібностей *Народна освіта*. 2013. Випуск № 3 (21). URL : www.narodnaosvita.kiev.ua/

37. Никоненко Ю. В. Становлення соціальних здібностей студентів з функціональними обмеженнями : монографія. Біла Церква : Освіта, 2012. 191 с.

38. Освітньо-кваліфікаційна характеристика та освітньо-професійна програма підготовки бакалавра, спеціаліста і магістра напряму 0501 – «Економіка і підприємництво». К. : МОН України, 2004. 105 с.

39. Перевознюк Н. М. Професійна компетентність економіста : сутність та структура. *Наука і освіта*. 2012. № 1. С. 41–46.

40. Підлісний Є. Особливості фахової підготовки майбутніх бакалаврів економіки в контексті формування у них правової культури. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2018. № 2. С. 211–223.

41. Поєзднік О. В. Теоретична модель професійної компетентності економіста. *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Сер. : Психологія.* 2021. Вип. 64. С. 82–96.

42. Поєзднік О. В. Феномен соціальної креативності у психології: концептуалізація поняття і методи психодіагностики. *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Сер. : Психологія.* 2022. Вип. 65. С. 262–274.

43. Полєщук І. Ф. Підвищення рівня професійної підготовки студентів економічних спеціальностей засобами ігрових форм навчання : дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Київ : Інститут вищої освіти АПН України, 2005. 200 с.

44. Полторацька В. В. Формування комунікативної культури майбутнього вчителя в процесі його професійно-педагогічної підготовки : автореф. дис… канд. пед. наук: 13.00.01. Харків : ХДПУ, 1997. 24 с.

45. Потапкіна Л. Модель формування готовності майбутніх економістів до інноваційної професійної діяльності. *Науковий огляд*. 2016. № 3 (24). URL : https://core.ac.uk/download/pdf/145611393.pdf. (дата звернення: 18.11.2016).

46. Потуй Ю. Професійні цінності економіста як науково-педагогічна проблема. *Молодь і ринок*. 2014. № 1 (108). С. 96–100.

47. Почерніна Н.В. Професійні компетентності економіста із зовнішньоекономічної діяльності. *Удосконалення навчально-виховного процесу в вищому навчальному закладі*. 2016. № 19. URL : http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/1140

48. Птахіна О. М. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у процесі підготовки фахівців економічного профілю. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 3. С. 154–157.

49. Психологія професійного становлення сучасного фахівця : монографія / О. М. Кокун. К. : ДП «Інформ.-аналіт. агенство», 2012. С. 9.

50. Різник В. Модель формування готовності майбутніх фахівців економічних спеціальностей до професійної діяльності у процесі вивчення спеціальних дисциплін. *Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди». Сер. : Педагогіка. Психологія. Філософія.* 2013. Вип. 28 (2). С. 277–283. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gvpdpu_2013_28_2_54 (дата звернення: 21.03.2016).

51. Саврасов М. В. Креативність суб'єкта навчально-професійної діяльності: метакогнітивний підхід : монографія. Слов'янськ-Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 398 с.

52. Саврасов М. В., Єрмоленко К. В. Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Сер. : Психологічні науки.* 2016. № 1 (16). С. 188–192.

53. Саврасов М., Александров К. Соціальна креативність у структурі творчих здібностей майбутнього педагога. *Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти*. 2019. № 9. С. 105–115. URL : https://doi.org/10.31865/2414-9292.9.2019.174541

54. Сасько О. О. Психолого-педагогічні особливості розвитку соціального інтелекту у студентів, схильних до адиктивної поведінки : дис. … канд. психол. наук : 19.00.07. Х. : Харк. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди, 2010. 183 с.

55. Свіденська Г. М. Інструментарій дослідження, діагностики та розвитку самосвідомості в юнацькому віці. *Психологія. Збірник наукових праць НПУ ім. М.П. Драгоманова*. 2002. Вип. 16. С. 97–103.

56. Слободянюк О. М. Формування професійно-етичної компетентності майбутніх менеджерів економічного профілю у процесі вивчення суспільно-гуманітарних дисциплін : дис. … канд. пед. наук : 13.00.04. Київ : Державний вищий навчальний заклад «Університет менеджменту освіти», 2017. 277 с.

57. Спіцина А. Професійна компетентність у системі фахової підготовки майбутніх економістів. *Професійна освіта: проблеми і перспективи*. 2014. № 6. С. 130–135.

58. Стасюк В. Д. Педагогічні умови професійної підготовки майбутніх економістів у комплексі «школа – вищий заклад освіти» : дис. … канд.пед.наук : 13.00.04. Одеса : Південноукраїнський державний педагогічний університет ім. К.Д. Ушинського, 2003. 282 с.

59. Стасюк В. Д. Структура компонентів професійної готовності майбутнього економіста в економічній освіті. *Наука і освіта*. 2003. № 1. С. 86–88.

60. Теловата М. Т. Концептуальна модель професійної компетентності майбутніх фахівців економічної галузі. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит : проблеми теорії, методології, організації*. 2014. № 1. С. 314 – 332

61. Тимощук Г. В. Особливості професійної діяльності економіста. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Серія : Педагогіка і психологія*. 2013. Вип. 41, Ч. 4. С. 267–273.

62. Тимощук Г. В. Сутність і структура ціннісного ставлення майбутніх економістів до професійної діяльності. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2014. Вип. 17. С. 241–249.

63. Токарчук О. М. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю в процесі вивчення дисциплін математичного циклу : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Хмельницький : Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія; Нац. академія держ. прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького, 2017. 309 с.

64. Уйсімбаєва Н. В. Формування професійної компетентності майбутніх економістів в процесі науково-дослідної роботи у вищих навчальних закладах I-II рівня акредитації : дис... канд. пед. наук : 13.00.04. Кіровоград : Кіровоградський держ. педагогічний ун-т ім. Володимира Винниченка, 2006. 189 с.

65. Фабрика А. А. Можливі наслідки реалізації нового підходу до вивчення циклу гуманітарних та соціально-економічних дисциплін у вишах. *Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць*. 2016. Вип. 105 (2). С. 304–307.

66. Філіппова Л. Л., Тверезовська Н. Т. Вимоги до фахівця економічного профілю. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України: зб. наук. праць*. 2010. Вип. 155. Ч. 1. С. 77– 84.

67. Фоменко К. І., Большакова А. М. Психологічна Т-гра «Креативність». *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди «Психологія»*. 2020. № 63. С. 160–184.

68. Фоменко К. І., Саврасов М. В. Психотехнології розвитку креативності: майстерня тренера. Х. : Діса-плюс, 2021. 125 с.

69. Хабірова Л. І. Формування творчої ініціативи підлітків у процесі розв'язання учбових задач : дис. к. психол. н. : 19.00.07. Острог : Національний університет «Острозька академія», 2019. 253 с.

70. Чередніченко Г., Зеліковська О., Бондаренко Ю. (2012). Особливості підготовки студентів економічних спеціальностей. *Теорія та методика управління освітою*. 2012. № 9. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ttmuo_2012_9_44

71. Черненко Н. Формування професійно важливих якостей як базовий складник підготовки майбутніх фахівців економічної галузі. *Освітологічний дискурс*. 2021. Том 32, № 1. С. 52–68.

72. Шандрук С. К. Психологічні засади розвитку професійних творчих здібностей майбутніх практичних психологів : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.07. Тернопіль : Тернопільський національний економічний університет, 2016. 458 с.

73. Шевченко Ю. В. Структура розвитку соціальної компетентності у дітей молодшого шкільного віку. *Габітус : науковий журнал*. 2021. Вип. 32. С. 141–145.

74. Шевченко Ю. В. Поняття «соціальна компетентність» у психологічній літературі. *Габітус : науковий журнал*. 2021. Вип. 26. С. 133–137.

75. Яковенко О. І. Формування професійної компетентності майбутніх економістів у процесі практичної підготовки : дис. … канд. пед. наук. Київ : Інститут вищої освіти, 2015. 329 с.

76. Яремчук Н. Система ціннісних орієнтацій професійної підготовки майбутніх економістів. *Вісник Львівського університету: Серія педагогічна*. 2008. Вип. 24. С. 132–138.

77. Ярощук І. Д. Структура та рівні готовності майбутніх економістів до професійного спілкування. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка.* 2010. № 2. С. 66–73. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2010_2_15 (дата звернення: 22.10.2015).

78. Яценко Т. С., Кміт Я. М., Олексієнко Б. М. Активне соціально-психологічне навчання, теорія, процес, практика : навч. посібник. Хмельницький : Видавництво НАПВУ, 2001. 792 с.

79. Baer J. Creativity and divergent thinking. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1993.

80. Brown J. The World Café: Shaping Our Futures Through Conversations That Matter Illustrated Edition. San Francisco, 2005. 242 p.

81. Gu C., Hu B.J., Ngwira F., Jing Z., Zhou Z. The Effect of General Creative Personality and Freedom of Task Choice on Adolescents' Social Creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2014. 1-18.

82. Gu C. Social creativity psychology. Peking : China Social Science Press, 2011.

83. Fischer G., Ehn P. et al. Symmetry of Ignorance and Informed Participation. *Proceedings of the Participatory Design Conference (PDC'02)*. Malmö University, Sweden : CPSR, 2002.

84. Mouchiroud C., Bernoussi A. An empirical study of the construct validity of social creativity. *Learning and Individual Differences*. 2008. № 18. P. 372–380.

85. Mouchiroud C., Lubart T. I. Social creativity : A cross-sectional study of 6- to 11-year-old children. *International Journal of Behavioral Development*. 2002. № 26. P. 60–69.

86. Montuori A., Purser R. Le dimensioni sociali della creatività. *Pluriverso*. 1997. № 1-2. P. 78–88.

87. Tajfel H., Turner J. C. An integrative theory of intergroup conflict // W. G. Austin & S. Worchel (Eds.). The social psychology of intergroup relations. 1979. P. 33–47. Brooks/Cole.

88. Bezouw M. J. van, Toorn J. van der, Becker J. C. Social creativity: Reviving a social identity approach to social stability. *European Journal of Social Psychology*. 2021. № 51. P. 409–422. URL : https://doi.org/10.1002/ejsp.2732

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009; тел./факс +380 (352) 51-75-75;
www.wunu.edu.ua; rektor@wunu.edu.ua; ідентифікаційний код за ЄДРПОУ 33680120

ДОВІДКА

про впровадження результатів кваліфікаційної роботи
Поєздніка Олександра Володимировича «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів»,
поданого на здобуття ступеня
доктора філософії зі спеціальності 053 Психологія

Видана Поєздніку Олександру Володимировичу в тому, що основні результати кваліфікаційної роботи «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів» використовувалися в освітньому процесі підготовки здобувачів вищої освіти у Західноукраїнському національному університеті.

Рекомендації за результатами роботи над дисертацією О.В. Поєздніка використовувалися для підготовки та створення навчально-методичних комплексів, розробки лекційного курсу, практичних занять таких освітніх компонентів: «Психологія грошей», «Психологія праці» (для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Психологія креативності», «Психологія творчих здібностей» (для другого (магістерського) рівня вищої освіти, ін. Підтверджуємо, що застосування ключових положень дисертації, особливо програма розвитку соціальної креативності майбутніх економістів, сприяло підвищенню рівня формування фахових компетентностей, досягненню запланованих результатів навчання здобувачів економічного профілю та розвитку їх соціальної потенціалу.

Ректор **Оксана ДЕСЯТНЮК**

Вик.: Сергій НАДВИНИЧНИЙ
0677565604

ЗУНУ
№ 126-36/1442 від 12.06.2024

УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»

вул. Семінарська, 2, м.Острог, Рівненська обл., Україна, 35800, тел./факс (03654) 2-29-49, e-mail: osa@oa.edu.ua, www.oa.edu.ua

12.06.2024р. № 89/2024-нп
на № _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертації
Поєздніка Олександра Володимировича «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів»,
поданого на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності 053 Психологія

Видана Поєздніку Олександру Володимировичу в тому, що основні результати дисертації «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів» використовувалися в освітньому процесі підготовки здобувачів вищої освіти в Національному університеті «Острозька академія».

Впровадження розробок і рекомендацій О.В. Поєздніка відбувалося через використання матеріалів для створення навчально-методичних комплексів дисциплін «Психологія комунікації», «Комунікація та мистецтво самопрезентації в професійній діяльності», «Методи розвитку креативного мислення», «Психологія управління змінами в організації» та ін. Підтверджуємо, що використання ключових положень кваліфікаційної роботи сприяло підвищенню рівня формування спеціальних компетентностей та досягненню програмних результатів навчання у майбутніх економістів, а також розвитку їх соціальної креативності.

Проректор
з науково-педагогічної роботи **Дмитро ШЕВЧУК**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14035, Україна

тел. +38(0462) 665-103;
факс +38(0462) 665-105
E-mail: cstu@stu.cn.ua
www.stu.cn.ua
Код ЄДРПОУ 05460798

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

CHERNIHIV POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY

95, Shevchenko str., Chernihiv, 14035, Ukraine

12.06.2024 № 102/06-1315/ВС

На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертації
Поєздніка Олександра Володимировича «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів»,
поданої на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності 053 Психологія

Видана Поєздніку Олександру Володимировичу в тому, що основні результати дисертації «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів» використовувалися у процесі підготовки майбутніх економістів у Національному університеті «Чернігівська політехніка».

Зокрема, матеріали психолого-діагностичного комплексу особливостей розвитку креативного потенціалу майбутнього фахівця-економіста знайшли застосування у процесі викладання дисциплін «Лідерство та «team-building»»», «Креативне мислення та інтелектуальна власність» (рівень вищої освіти «Бакалавр»), «Корпоративна соціальна відповідальність» (рівень вищої освіти «Магістр»), що підтвердило доцільність їх застосування у підготовці здобувачів вищої освіти.

Використання діагностичних матеріалів для визначення рівня соціальної креативності здобувачів економічного спрямування дозволяє викладачам індивідуалізувати підхід до навчання, сприяє розвитку креативного мислення та творчих здібностей до інноваційної діяльності у майбутніх фахівців-економістів.

Проректор з науково-педагогічної роботи Володимир КАЛЬЧЕНКО

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
вул. Ужгородська, 26, м.Мукачево, 89600, телефон/факс (03131) 2-11-09
E-mail: www.msu.edu.ua, info@msu.edu.ua, код ЄДРПОУ 36246368

14.06.24 № 1317

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Поєздніка Олександра Володимировича «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів»,
поданої на здобуття ступеня
доктора філософії зі спеціальності 053 Психологія

Видана Поєздніку Олександру Володимировичу в тому, що основні результати дисертації «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів» використовувалися в освітньому процесі підготовки здобувачів вищої освіти у Мукачівському державному університеті.

Впровадження розробок і рекомендацій О.В. Поєздніка урізноманітнило навчання майбутніх економістів та сприяло підвищенню рівня формування їх соціальної креативності та фахових компетентностей, досягненню відповідних програмних результатів навчання.

Особливо важливим є застосування авторської програми розвитку соціальної креативності майбутніх економістів. Результати апробації дисертації підтверджують урізноманітнення та покращення освітнього процесу підготовки майбутніх фахівців економічної сфери в Мукачівському державному університеті.

Результати наукового дослідження Поєздніка О.В. «Соціальна креативність як чинник професійної компетентності майбутніх економістів» обговорено та затверджено на засіданя кафедри психології Мукачівського державного університету (протокол №12 від 12 червня 2024 р.).

Перший проректор Мукачівського державного університету
д-р. екон.наук, проф. **Володимир ГОБЛИК**