

WYBRANE PROBLEMY
ZARZĄDZANIA
ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Redakcja naukowa
Józef Zakrzewski
Warszawa, 2014

Spis Treści

Wstęp.....	5
Część Pierwsza: Strategiczne zarządzanie rozwojem regionu.....	7
I.1. Zrównoważony Rozwój Regionu w Świetle Definicji.....	8
I.2. Rozwój Regionalny – Równowaga i Stabilność.....	15
I.3. Strategiczne i Organizacyjne Czynniki Zrównoważonego Rozwoju Regionu.....	20
I.4. Mechanizm Zrównoważonego Rozwoju Gospodarczego Regionu	26
I.5. Potencjał Organizacyjny Regionu w Ujęciu Strategicznym.....	29
I.6. Aspekty Organizacyjne Zarządzania Potencjałem Gospodarczym Regionu.....	34
I.7. Misja i Cele w Strategii Regionu – Podejście Systemowe do Zrównoważonego Rozwoju Regionu.....	37
I.8. Potencjał Produkcyjny i Jego Rola w Gospodarce Regionu.....	42
I.9. Kształtowanie Informacyjnej Infrastruktury Regionu.....	51
I.10. Wsparcie Informacyjne Kontroli Wykorzystania Zasobów Produkcyjnych.....	56
I.11. Administrowanie Podatkowe Jako Narzędzie Bezpieczeństwa Podatkowego.....	61
I.12. Potencjał Gospodarczy Przedsiębiorstwa.....	65
I.13. Podejścia do Oceny, Analizy i Prognozowania Rozwoju Regionalnego.....	72
I.14. Metody Synergicznego Zarządzania Przedsiębiorstwem	78
Część Druga: Uwarunkowania społeczne w zarządzaniu zrównoważonym rozwojem	83
II.1. Matryca Instytucjonalna Systemu Społecznego.....	84
II.2. Napięcia w Sferze Stosunków Pracowniczych w Okresie Transformacji Gospodarki	92
II.3. Poziom Innowacyjności Zasobów Ludzkich Ukrainy.....	97
II.4. Zarządzanie Strategiczne Stymulowaniem Innowacyjnej Aktywności Przedsiębiorstw i Pracowników.....	102
II.5. Analiza Systemów Motywacji Pracowników Zaangażowanych w Działalność Innowacyjną	108
II.6. Rozwój Umiejętności Komunikacyjnych Kierowników.....	115
II.7. Optymalizacja Systemu Pomocy Społeczno-Psychologicznej Jako Element Zrównoważonego Rozwoju.....	119
II.8. Zarządzanie Marketingowe w Poprawie Jakości Potencjału Pracy w Regionie..	123
II.9. BSC w Zarządzaniu Zrównoważonym Rozwojem Pracowników	129
4	
Część Trzecia: Wybrane Problemy Zarządzania Regionem - Analizy przypadków.....	134
III.1. Problemy Kształtowania Polityki Zrównoważonego Rozwoju Miasta.....	135
III.2. Planowanie Budżetowe w Warunkach Integracji Europejskiej.....	141

III.3. Skutki Reformy Administracyjno-Terytorialnej w Ukrainie.....	145
III.4. Problemy Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Autonomicznej Republiki Krym.....	150
III.5. Budowa Systemu Transportowego w Regionie – Podejście Metodyczne	155
III.6. Narodowy System Innowacyjny Jako Podstawa Zrównoważonego Rozwoju Ukrainy	159
III.7. Rozwój Transgranicznej Współpracy Regionów Ukrainy w Warunkach Globalizacji.....	166
III.8. Turystyka Przemysłowa Jako Narzędzie Marketingu Terytorium	171
III.9. Konkurencyjne Uwarunkowania Brandingu Miasta Ługańsk	177
III. 10. Ocena Efektywności Działalności Przedsiębiorstwa Przemysłowego z Wykorzystaniem Kryterium „Bezpieczeństwa Gospodarczego”.....	185
III. 11. Tworzenie Kultury Organizacyjnej Studentów Jako Sposób Optymalizacji Zarządzania Szkołą Wyższą	191
III.12 Analiza Kształtowania Kultury Komunikacyjnej Studentów Wydziału Zarządzania	198
III.13. Cechy Rozwoju Rynku Słodczy Na Ukrainie	207
III.14. Stan i Problemy Dystrybucji Produktów Maszynowych	211
III.15. Rynki Docelowe Przedsiębiorstw Przetwórstwa Mięsnego - Aspekty Teoretyczne	217

III.12 Analiza Kształtowania Kultury Komunikacyjnej Studentów Wydziału Zarządzania

Kolejny rozdział dotyczy roli komunikacji w studenckiej kulturze organizacyjnej. Obecny etap rozwoju społeczeństwa znacznie zmienił wymagania wobec pracy z ludźmi, zarówno w treści jak też poziomie profesjonalizmu specjalistów zaangażowanych w tę pracę. Demokryzacja wszystkich aspektów życia, aktywizacja „czynnika ludzkiego” i wiele innych zmian zachodzących w społeczeństwie wymaga nie tylko innego rozumienia natury i struktury tych działań, w których mamy do czynienia z ludźmi, ale także innego rozumienia samego człowieka. Teraz nie wystarczy samego podejścia do człowieka jako podmiotu „celowego działania”, czy „procesu psychologicznego”, „manipulacji” lub „kształtowania”. Spośród wszystkich ludzkich działań bardzo szczególne miejsce zajmuje działalność zawodowa. Praca jest aktywną realizacją stosunku człowieka do człowieka, miłości do niego, troski o niego i jego rozwoju osobistego. W tej działalności bardzo wyostrome i niezmiernie istotne są kwestie komunikacji, interakcji, wzajemnego zrozumienia, współpracy i dialogu między ludźmi. Wynika to z faktu, że w ogólnej psychologicznej strukturze działalności komunikacja, który wyraża komunikacyjny charakter tego działania, jest elementem systemu. Badania teoretyczne i eksperymentalne, zwłaszcza ostatnio, oraz uogólnienie praktyki demonstrują, że w ogólnym systemie ważnych zawodowo cech nowoczesnego specjalisty, cechy komunikacyjne i umiejętności komunikacji są najważniejsze. Skuteczność specjalisty w największym stopniu zależy od charakteru stosunków z kolegami. Wśród pojawiających się w pracy różnych trudności i wyzwań, jedną z pierwszych jest trudność w komunikacji, problemy w komunikowaniu się. Należy również zauważyć, że największe niezadowolenie w społeczeństwie, i samych pracowników powodują te aspekty ich kształcenia i kompetencji zawodowej, które są związane ze stylem komunikacji, umiejętnościami interpersonalnej współpracy i dialogu z partnerami, z głębią i pełnią wzajemnego zrozumienia w procesie pracy.

Przedstawione poglądy znajdują odzwierciedlenie w wynikach badań, tak w dziedzinie pedagogiki zawodowej (E. Nowozylov, V. Zagviazinskiy, V. Kan-Kalik, A. Mieniayev, A. Mudrik, T. Malkovskaya, P. Pidkasistyi, V. Slastienin, E. Stoune itp.)

Rozdział ten prezentuje badania, którymi objęto studentów Wydziału Zarządzania Wschodnio-Ukraińskiego Narodowego Uniwersytetu im. W. Dala. Analiza dotyczy kształtowania się kultury komunikacyjnej studentów Wydziału.

Aby osiągnąć zamierzony cel zastosowano następujące metody badawcze:

- teoretyczne: analiza teoretyczna, synteza, porównanie, systematyzacja, uogólnienie krajowych i zagranicznych źródeł badawczych,
- empiryczne: obserwacja, rozmowa, testowanie za pomocą instrumentów psychodiagnostycznych, charakteryzujących poziom rozwoju kultury komunikacyjnej,
- statystyczne: analiza porównawcza wyników oraz metody matematycznej statystyki opisowej.

W trakcie badania określone następujące zadania:

1. Przeanalizować badania problemu kształtowania kultury komunikacyjnej studenta szkoły wyższej.
 2. Poddać analizie strukturę kultury komunikacyjnej przyszłych specjalistów zarządzania w relacjach „człowiek-człowiek”.
 3. Przeprowadzić eksperyment w celu ustalenia poziomu kształtowania się kultury komunikacyjnej studentów Wydziału Zarządzania.
 4. Zdefiniować zalecenia w zakresie poprawy kształtowania się kultury komunikacyjnej specjalistów w zakresie zarządzania w trakcie studiów w szkole wyższej.
- Badanie dziedziny interakcji i kultury komunikacyjnej ma historyczne tradycje w pedagogice i psychologii ukraińskiej oraz stało się szczególnie popularnym wśród młodych

naukowców i nauczycieli w ciągu ostatnich 10-15 lat. Badania procesu komunikacji przedstawiono w pracach W. Borieva, A. Kovalenko, V. Gajdy, S. Viershynina, W. Shulca, J. Sherkovina, itd. Autorzy skupiają się na kwestji komunikacji masowej i badaniach możliwości narzędzi komunikacyjnych.

Oddzielną częścią badań komunikacji są prace poświęcone kategorii kompetencji.

Niektórzy z nich rozumieją je jako zdolność, opartą o wiedzę i doświadczenie, które są nabywane w procesie edukacji (S. Shyshow). D. Habermas to socjologiczne pojęcie w kontekście teorii komunikacji werbalnej. Ogólne zasady kompetencji są definiowane jako ogólna zdolność do mobilizowania kluczowych kompetencji, niezbędnych do wyszukiwania, przetwarzania i korzystania z informacji w określonej sytuacji komunikacji (M. Lukyanova, A. Markova, S. Molchanow, V. Safonova itp.).

Oddzielną częścią badań komunikacji są prace poświęcone kategorii kompetencji.

Niektórzy z nich rozumieją je jako zdolność, opartą o wiedzę i doświadczenie, które są nabywane w procesie edukacji (S. Shyshow). D. Habermas to socjologiczne pojęcie w kontekście teorii komunikacji werbalnej. Ogólne zasady kompetencji są definiowane jako ogólna zdolność do mobilizowania kluczowych kompetencji, niezbędnych do wyszukiwania, przetwarzania i korzystania z informacji w określonej sytuacji komunikacji (M. Lukyanova, A. Markova, S. Molchanow, V. Safonova itp.).

225

Według literatury anglosaskiej, szkolenie komunikacyjne specjalistów zarządzania ma istotne wady. Wzrost i modernizację wyposażenia technicznego do indywidualnego nauczania w odniesieniu do środków zbiorowych działań studentów można zauważyć w amerykańskim systemie szkolnictwa wyższego (G. Teylor). Można też zidentyfikować powolne dostosowanie systemu kształcenia do szybko zmieniających się warunków życia społeczeństwa (F. Kumbs, W. Parail). Poznawczym celem nauczania poświęca się więcej uwagi niż niezależności, indywidualności i kreatywnemu myśleniu (G. Teylor, N. Wezerford, P. Wudring, G. Olport, B. Blenshard).

226

Współczesna praktyka szkolenia specjalistów

w ukraińskiej szkole wyższej jeszcze w mniejszym stopniu spełnia kryteria, które są akceptowane przez nowoczesne społeczeństwo do oceny specjalistów. Niska ogólna kultura, brak ukształtowanej perspektywy całościowej, brak umiejętności twórczego działania, niski poziom niezależności zawodowej, brak świadomości i nawyków ciągłego profesjonalnego samokształcenia i samodoskonalenia są głównymi brakami w edukacji przyszłego specjalisty. Jest to poważną przeszkodą na drodze tworzenia stabilnego i efektywnego systemu zarządzania.

227

Aktualność przedstawionych problemów potwierdzają badania kształcenia naukowców w uczelniach państwowych i następnie działalnością zawodową absolwentów (V. Aleksandrov, G. Ball, W. Kriemien, W. Litovski, W. Loginov, B. Lomov, A. Filippov itd.). Jednym z głównych powodów takiej sytuacji, wydaje się być poziom niezależności zawodowej specjalistów przygotowywanych przez uczelnie ukraińskie.

228

Prowadzony obecnie przegląd standardów zawodowych i rozwój podstawowego psychologicznego modelu osobowości specjalisty wskazują na potrzebę szkolenia ich w dziedzinie zarządzania, w celu przewyciężenia stereotypów starego profesjonalnego działania, kreatywnego myślenia i decydującej odbudowy procesu komunikacji, realizacji „odnowienia” jego osobowości i jego aktywności. Wszystko to pozwala nam rozpatrywać przygotowanie jednostki do skutecznej komunikacji z ludźmi, twórczej współpracy i dialogu z nimi, jako głównego elementu i głównego kierunku ogólnego systemu zawodowego oraz psychologicznego kształcenia specjalistów w sferze zarządzania, w szczególności zarządzania personelem. Ten kierunek może być nazywany komunikacyjnym nauczaniem jednostki

z właściwym poziomem kultury komunikacyjnej.

229

Aktualność problemów związanych z opracowaniem uzasadnionego naukowo systemu działalności komunikacyjnej, spowodowana jest wieloma okolicznościami. Po pierwsze, wiele pojęć takich jak komunikacja, mistrzostwo, profesjonalizm, umiejętności komunikacyjne jednostki, kompetencja komunikacyjna specjalisty, kompetencja społeczno-psychologiczna,

kultura komunikacyjna, kultura mowy i wiele, wiele innych stały się popularnymi i są niemal obowiązkowymi atrybutami licznych publikacji. Stojące za tymi pojęciami realia pedagogiczne i psychologiczne oraz określone zjawiska są zrozumiałe ale nie są przedstawione zbyt jasno, co stwarza istotną koncepcyjną „entropię” i znacznie komplikuje możliwość uogólnień teoretycznych w tej dziedzinie badań.

Budowanie naukowo uzasadnionego modelu działalności komunikacyjnej, w oparciu o kulturę komunikacyjną przyszłego specjalisty, dominującego w wyższym szkolnictwie zawodowym powinno być realizowane na podstawie odpowiedniej teorii komunikacji, odpowiadającej mu koncepcji komunikacji, i wreszcie określony model właściwości osobowościowo-komunikacyjnych (umiejętności, zdolności, itp.) - komunikacyjnego potencjału jednostki i przestrzeni komunikacyjnej. Rozwój każdej z tych podstawowych baz szkolenia komunikacyjnego w nowoczesnej pedagogice zawodowej nie może być uznany za kompletny, pomimo szerokości ani wielkości prowadzonych badań teoretycznych i stosowanych. Przegląd głównych kierunków tych badań pokazuje nie tylko ich różnorodność, ale także przeważanie aspektów praktycznych i stosowanych nad teoretycznym opracowaniem koncepcyjnych podstaw.

230

Oznacza to, że obecny etap rozwoju badań pedagogicznych w tym zakresie w pierwszej kolejności stawia zadanie stworzenia naukowo-pedagogicznej podstawy teorii komunikacji pedagogicznej i na tej podstawie – optyimizację metod i technologii przygotowania komunikacyjnego specjalistów z dziedziny zarządzania.

Aktualnym jest nadal problem motywacji do komunikacji i motywacyjnego zabezpieczenia komunikacyjnej działalności. Struktura interakcji biznesowej, komunikacji i dialogu jest określana przez jej partnerów. Czynnikiem wpływającym na charakter komunikacji między ludźmi, między partnerami w procesie zarządzania jest czynnik motywacyjny, który wyraża podstawową konfigurację jednostki i drugiej osoby, dominujący charakter stosunku człowieka do człowieka.

231

Kwestie wychowania jednostki zdolnej do prawdziwej aktualizacji swoich relacji z ludźmi, gotowej do współpracy i dialogu z nimi, zdolnej budować te stosunki na zasadach prawdziwego humanizmu, demokracji, równości, zaufania i otwartości - innymi słowy, kwestie działalności i kultury komunikacyjnej są dzisiaj bardziej aktualne niż kiedykolwiek. W związku z tym należy wziąć pod uwagę strukturę kultury komunikacyjnej specjalisty w relacjach „człowiek-człowiek”, w szczególności w obszarze zarządzania personelem. Na podstawie wcześniejszych i własnych badań, z uwagi na znaczenie cech osobowościowych, wartości, właściwości moralnych, zasad etycznych, motywacji, emocji, woli, wiedzy komunikacyjnej, zdolności i umiejętności, został stworzony trójskładnikowy model kultury komunikacyjnej, który łączy ze sobą elementy: osobowościowo-indywidualny, motywacyjno-wolicjonalny, oraz społeczno-komunikacyjny.

232

Elementem osobowościowo-indywidualnym jest zestaw struktur indywidualnowartościowych i indywidualno-osobowościowych, które są wewnętrznym wynikiem aktywności umysłowej. Zawarte są one w odpowiednich cechach moralnych i komunikacyjnych oraz określają charakter aktywności komunikacyjnej. Element osobowościowo-indywidualny zawiera następujące komponenty:

1) Indywidualne cechy osobowości, które zawierają określony temperament, charakter, obszary poznawcze i intelektualne, umiejętności, ekstrawersję-introwersję osobowości, itp. Obecność tych cech, z których niektóre są wrodzone (np. temperament), ma wpływ na chęć lub niechęć do angażowania się w kontakt komunikacyjny, utrzymania komunikacji interpersonalnej, prawidłowej orientacji w sytuacji komunikacji.

2) Przyżyciowe właściwości osoby: ideały, postawy, wartości, cechy moralne i standardy etyczne (uprzejmość, grzeczność, delikatność, wrażliwość, szacunek dla innych, uczciwość, uprzejmość, dobroć, tolerancja, sprawiedliwość, szczerowość, skromność, poczucie własnej wartości, znajomość przykładów zachowań kulturowych - zdolność do reprodukcji (modelowania) modele zachowań, co przejawia się w przestrzeganiu etykiety w zależności od sytuacji komunikacji itp.). Psychologiczną podstawą tych właściwości są moralne i etyczne zasady jednostki jako jej ogólne stanowisko, zestaw ustawień orientacji komunikacyjnej, które odzwierciedlają charakter jej relacji z innymi ludźmi, ludzi wobec siebie, w komunikacji i pracy.

Element motywacyjno-wolicjonalny – to kolekcja motywacyjno-semantycznych i emocjonalno-wolicjonalnych formacji, które są wewnętrznym wynikiem psychicznej działalności człowieka, oraz wcielone w odpowiednich motywach, regulacji emocji i zachowania komunikatywnego. Motywacyjno-wolicjonalny element zawiera następujące komponenty:

1) Element motywacyjno-potrzebnościowy: potrzeby podstawowe - w zakresie wiedzy i samokształcenia, w ocenie innych ludzi, komunikacji, pewności siebie, samodoskonaleniu, wyrażaniu siebie; motywacja do osiągnięcia sukcesu i unikania porażki, a także skupienie się na własnym „Ja”, ukierunkowanie na kontakt komunikacyjny (interakcję), lub na biznes. Formy ujawnienia ukierunkowania człowieka są określone przez jego umiejętności komunikacyjne i charakter świadomości.

2) Komponent emocjonalno-wolicjonalny: stabilność emocjonalna, kultura emocjonalna (kultura przejawiania emocji), regulacja emocji i zachowań, czyli samokontrola (skłonność i zdolność podmiotu do kontroli własnego zachowania w procesie komunikacji, zdolność do samoorganizacji, innymi słowy, jest to zdolność człowieka do wolicjonalnego przystosowania się w procesie komunikacji), zdolność do unikania konfliktów i skutecznego wychodzenia z niego. Ukształtowany w jednostce składnik emocjonalno-wolicjonalny komunikatywnej kultury przewiduje, że ma ona pewne cechy wolicjonalne i ekspresyjnoemocjonalne, a mianowicie: wytrwałość, opanowanie, samokontrola, samodzielność, inicjatywność, odpowiedzialność, odwaga, determinacja, emocjonalność, emocjonalna pobudliwość, stabilność emocjonalna itd. Cechy te są niezbędne dla człowieka jako podmiotu komunikacji do świadomej decyzji w sytuacji komunikacyjnej, wykorzystania zgodnych z normami społecznymi sposobów i środków komunikacji, monitorowania i regulowania emocji i zachowania podczas interakcji.

Element socjalno-komunikatywny obejmuje wiedzę komunikacyjną, zdolności i umiejętności, cechy osobowości, które pozwalają na osiągnięcie optymalnej relacji komunikacyjnej, wzajemnego zrozumienia w sytuacji międzyludzkiej interakcji. Element społeczno-komunikatywny obejmuje:

1) Komponent społeczno-psychologiczny, który składa się z empatii, postrzegania siebie i innych, chęć być potrzebnym, refleksyjność, uświadomienie własnej społecznej roli i zachowania spójnego z tą rolą. W szczególności postrzeganie siebie opiera się na zdolności

203
do autoprezentacji w komunikacji, samokrytyki, pewności siebie, poczucie własnej wartości. Postrzeganie innych może być wyrażone w zdolności do poszanowania człowieka lub zaniedbywania go, zachowania grzecznego lub nietaktownego, etyczności, uprzejmości, dobrych manier, uczciwości, lub cech przeciwnych. Poczucie własnej wartości i pozytywna postawa wpływają na manifestację tych samych cech wobec innych ludzi, w stosunku do

jednostki. Bez refleksji własnych działań i czynów niemożliwym jest zrozumieć własne zachowanie i zachowanie innych osób w różnych sytuacjach komunikacyjnych.

Uświadomienie własnej społecznej roli w społeczeństwie (syn/córka, student, chłopak/dziewczyna, przyszły specjalista, itp.), określa przejawy zachowania odpowiedniego do tej roli, odpowiednie maniery, używanie pewnych syntaktycznych struktur w trakcie komunikacji. Umiejętność bycia potrzebnym określa przejaw towarzyskości, komunikatywności, umiejętności komunikacyjne, empatii wobec rozmówcy, chęci jego postrzegania i zrozumienia.

2) Składnik indywidualno-komunikatywny, który obejmuje relacje i wzajemne zrozumienie, umiejętność nawiązywania i utrzymywania kontaktów, informacje zwrotne, kompetencje językowe i aktywność, kulturę myślenia i mówienia, komunikacyjną wiedzę, umiejętności komunikacyjne (umiejętność słuchania - aktywne słuchanie, fonemiczny słuch, postrzeganie treści wiadomości na słuch), umiejętność mówienia (znajomość podstawowej gramatyki, fonetyki słownictwa, stylistyki i zdolność do skupienia się na temacie rozmowy, przestrzeganie pauz, utrzymanie uwagi rozmówcy, zdolność do zainteresowania, zdolność w pełni i logicznie wyrazić swoje myśli), zdolność do zrozumienia (bogactwo słownictwa, określenie treści pojęć, złożoność konstrukcji syntaktycznych), zdolność korzystania z werbalnych i niewerbalnych środków komunikacji - słuchowych, wizualnych, dotykowych, węchowych). Wszystkie z powyższych elementów, nie mają struktury hierarchicznej, wzajemnie się uzupełniają i w konsekwencji wpływają na komunikacyjną kulturę człowieka.

233

Dla specjalisty w sferze zarządzania w przedstawionej klasyfikacji kultury komunikacyjnej są istotne wszystkie jej składniki niezbędne w działalności zawodowej. Aby sprawdzić poziom formacji kultury komunikacyjnej przyszłego specjalisty w sferze zarządzania przeprowadzono decydujący eksperyment zgodnie z procedurami, które odzwierciedlają najważniejsze jej elementy. W eksperymencie wzięło udział 42 studentów czwartego roku Wydziału Zarządzania Wschodnioukraińskiego Narodowego Uniwersytetu imienia W. Dala z kierunku „Zarządzanie personelem i ekonomia pracy”. Średni wiek badanych wynosił 25 lat.

Diagnoza osobowościowo-indywidualnego elementu kultury komunikacyjnej była przeprowadzona za pomocą metody „Hierarchia orientacji wartościowych M. Rokicza” oraz testu cech osobowościowych „Wielka piątka”.

Metoda „Hierarchii orientacji wartościowych M. Rokicka” obejmuje wartości terminalne i instrumentalne. Wśród najważniejszych wartości terminalnych studenci zaznaczyli szczęśliwe życie rodzinne, zdrowie i miłość. Wartości takie jak ciekawa praca, wiedza, produktywnie życie, rozwój dotyczący profesjonalnej formacji - zostały zignorowane. Wśród najważniejszych instrumentalnych wartości wymieniono uczciwość, odpowiedzialność, edukację i niezależność. Wartość „wysokich wymagań” nie była zaznaczona przez żadnego z badanych respondentów.

Test cech osobowościowych „Wielka piątka” Makkraie-Kosta zawiera następujące skale: ekstrawersja-introwersja, przywiązanie-izolacja, samokontrola-impulsywność, stabilność emocjonalna-chwiejność emocjonalna, wyrazistość-praktyczność. W grupie studentów wyniki na wszystkich skalach są średnie - przeważają introwertycy (59%) nad ekstrawertykami (41%), izolacja (54%) nad przywiązaniem (46%), samokontrola (52%) nad impulsywnością (48%) i praktyczność (51%) nad ekspresyjnością (49%).

Dla rozpoznania składnika motywacyjno-wolicjonalnego kultury komunikacyjnej były zastosowane następujące metody: wolicjonalny potencjał, diagnostyka emocjonalnych barierów w komunikacji interpersonalnej V. V. Boyko, emocjonalna inteligencja (EmIn), test własnej postawy V. V. Stolina, S. R. Pantielejewa. Według badań siły woli u studentów specjalności „Zarządzanie personelem i ekonomia pracy” 57% odpowiedziało, że jest ona średnia, 43% - że siła woli jest „w porządku”. U 60% badanych zidentyfikowano pewne

emocjonalne problemy w życiu codziennym, u 34% emocje komplikują współpracę z partnerami. 3% respondentom emocje wyraźnie przeszkadzają nawiązywać kontakty z ludźmi. Takcy studenci narażeni są na pewne niepokojące reakcje lub niepokojące stany. Tylko u 3% studentów emocje nie przeszkadzają komunikacji z partnerami. Większość wyraziła niechęć do zbliżenia z ludźmi na podstawie emocjonalnej, mniejszość – wskazała na niedoskonałość, niewyraźność emocji, które przeszkadzają utrzymaniu kontaktu komunikacyjnego na bazie emocjonalnej.

Jednym z najważniejszych wskaźników kultury komunikacyjnej specjalistów w relacjach „człowiek-człowiek” jest inteligencja emocjonalna, czyli zdolność do rozumienia emocji własnych i innych ludzi i zarządzania nimi. Zrozumienie swoich emocji i zarządzanie nimi (intrapersonalna inteligencja emocjonalna) została u studentów zidentyfikowana na poziomie średnim, a interpersonalne (zrozumienie i zarządzanie emocjami innych ludzi) na poziomie średnim z tendencją do zmniejszania (64%) i niskim (36%).

Większość respondentów szanuje siebie, wierzą w swoje siły, umiejętności i niezależność. Połowa przyszłych menedżerów personalnych (49%) ufa sobie, pozytywnie siebie wzajemnie ocenia, akceptują własne działania i czyny. Druga połowa (51%) widzi w sobie przede wszystkim braki - mają oni niskie poczucie własnej wartości, praktykują samooskarżanie. Przy tym, większość studentów oczekuje pozytywnego nastawienia do siebie ze strony innych - ich osobowość jest dla nich interesująca. 81% respondentów akceptuje siebie w całości, ale własnej przyszłości w zawodzie ponad 57% respondentów nie może sobie wyobrazić, samosekwencja i samokierowanie kształtują się na średnim poziomie z tendencją do obniżania. W 23% populacji studentów występuje brak zrozumienia samych siebie.

Do diagnozowania składnika społeczno-komunikacyjnego kultury komunikacyjnej były wykorzystane następujące techniki: diagnoza kompetencji percepcyjno-interaktywnej (zmodyfikowana wersja N. P. Fietiskina), badanie poziomu kompetencji percepcyjnoniewerbalnej

(G. J. Rozen), empatia, test refleksyjności A. V. Karpova, test psychologiczny W. F. Riahovskogo, aby określić poziom towarzyskości, diagnostyka poziomu formacji kultury komunikacyjnej (modyfikacja S. V. Znamienskoy).

Ogólny poziom kompetencji percepcyjno-interaktywnej u większości studentów (95%) jest niski. Szczególnie niski poziom występuje w skali wzajemnego poznawania, wzajemnego wpływu i aktywności społecznej, co ma negatywny wpływ na poziom adaptacji do przyszłego zawodu i owocnego dialogu.

Skala percepcyjno-niewerbalnej kompetencji ujawnia poziom nasilenia zdolności do budowania relacji i czytania kontekstu wiadomości. Studenci-menedżerowie wykazali umiarkowany poziom kompetencji niewerbalnej w 34%. Na wysoki wskazało 16%, co sugeruje zaniepokojenie problemami innych i brak dbałości o własne), połowa respondentów

205 mają niski poziom kompetencji niewerbalnej i pochłonięty własnymi problemami z brakiem dbałości o problemy innych, co nie przyczynia się do utrzymania komunikacji.

Wskaźniki empatii znajdują się na niskim (76%) i średnim (24%) poziomie. Wysoki poziom empatii, czyli zdolność do współczucia innym, nie został ujawniony. Istnieje niechęć studentów do interesowania się wewnętrznym światem innych osób, występuje zmniejszona zdolność do identyfikacji (możliwość wcielenia się w partnera), co wskazuje na pozycję obserwatora z zewnątrz.

Refleksyjność, rozumiana jako analiza działań własnych i innych osób, branie pod uwagę postrzegania rozmówcy (kontekstu wiadomości w komunikacji), odgrywa ważną rolę w zrozumieniu na poziomie interpersonalnym i intrapersonalnym, w awansowaniu i adaptacji do nowego miejsca pracy i załogi. U większości studentów obserwowano średni poziom rozwoju danej cechy (75%), niski - w 23% i wysoki - w 2%.

Poziom towarzyskości przyszłych menedżerów personalnych kształtuje się na

poziomie średnim i wysokim (po 32%), niski wskaźnik towarzyskości (36%) potwierdza introwertyzm i niechęć do zbliżania na podstawie emocjonalnej.

Test określający poziom rozwoju kultury komunikacyjnej, zawiera pytania zmierzające do towarzyskości, empatii, chęci do współpracy, tolerancji, pewności w komunikacji. Zgodnie z wynikami testu stwierdzono niski poziom rozwoju kultury komunikacyjnej (42%) lub poniżej średniego (53%). Wysoki wskaźnik zauważono zaledwie u 2% respondentów, powyżej średniego - 3%. Zatem można stwierdzić, że większość studentów - przyszłych menedżerów ma problemy w komunikacji i wzajemnym zrozumieniu. Potwierdzają to również wyniki wcześniejszych testów, które pozwoliły zidentyfikować różne składniki kultury komunikacyjnej.

Opierając się na przedstawionych i wcześniejszych wynikach badań można stwierdzić, że kultura komunikacyjna przyszłych menedżerów personalnych kształtuje się na średnim poziomie z tendencją do obniżania oraz poziomie niskim. W obecnym systemie szkolnictwa wyższego na Ukrainie istnieje szereg wad związanych z niewystarczającym zwracaniem uwagi na kształtowanie kultury komunikacyjnej studentów, zwłaszcza w zakresie relacji „człowiek-człowiek”, kluczowej dla kierunku „Zarządzanie personelem i ekonomia pracy”. W związku z tym, zarówno w kształceniu i przygotowaniu kandydatów do pracy w przedsiębiorstwach i innych organizacjach powstają bariery komunikacyjne, niezdolność do ustanowienia i utrzymania kontaktu komunikacyjnego, słaba komunikacja interpersonalna, a w konsekwencji - niska samoocena, brak kreatywnej samorealizacji, szacunku i uznania zarówno ze strony pracowników jak też kolegów. Aby pomóc człowiekowi w wykorzystaniu własnego potencjału i wszelkich posiadanych zdolności i darów, do osiągnięcia celu, konieczne jest kształtowanie wysokiego poziomu kultury komunikacyjnej. Aby to spowodować, studentom Wydziału Zarządzania zalecono wprowadzenie wykładów i praktycznego kursu z następujących tematów: „Psychologia ogólna”, „Psychologia osobowości”, „Motywacja zachowania i działalności człowieka”, „Psychologia komunikacji”, „Szkolenie psychologiczne”, „Psychologia zarządzania”, „Etykieta Biznesowa i zawodowa”, które przyczyniają się do rozwoju intelektualnie, etycznie i komunikatywnie właściwego profesjonalisty z obowiązkowym udziałem w grach psychologicznych, szkoleniach, przygotowaniu programów szkoleniowych, a także w dyskusjach, „okrągłych stołach”, seminariach i konferencjach.

Bibliografia:

1. Балл Г. О.: Гуманізація загальної та професійної освіти як сприяння розвитку культури особистості [w:] Психологічний ресурс простору вищої освіти: збірник наукових праць Випуск 1, Ред. О. В. Винославська, ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, К. 2004.
2. Вербицкий А. А.: Активное обучение в высшей школе: Контекстный поход, Изд-во Высшая школа, М. 1991.
3. Выготский Л. С.: Развитие высших психических функций, Педагогика, М. 1960.
4. Емельянов Ю. В.: Активные групповые методы социально-психологической подготовки специалистов [w:] Вопросы психологии №4, 1993.
5. Зимняя И. А.: Педагогическая психология : ученик, :Феникс, Ростов-на-Дону 1997.
6. Кан-Калик В. А.: Основы профессионально-педагогического общения, Чеч.-инг. кн. изд-во, Грозный 1979.
7. Кремень В. Г.: Поступ до нової філософії освіти в Україні [w:] Розвиток педагогічної і психологічної наук в Україні: 1992-2002 : зб. наук. праць до 10-річчя АПН України Ч.1, ОВС, Харків 2002.
8. Ломов Б. Ф.: Особенности познавательных процессов в условиях общения [w:] Психологический журнал №5, М. 1980.
9. Мудрик А. В.: Социализация человека : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, Академия, М. 2004.

10. Петровская Л. А.: Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг, Изд-во МГУ, М. 1989.
11. Смирнова Е. Э.: Пути формирования модели специалиста с высшим образованием, Изд-во Ленинградского ун-та, Л. 1977.
12. Черних (Пономаренко) Л. А.: Соціально-психологічні особливості формування комунікативної культури майбутніх психологів в умовах гуманізації вищої школи : дис. канд. психол. наук, Луганськ 2011.