

5. Печериця Т. Особистість – фундаментальне поняття педагогічної науки / Тетяна Печериця // Вища освіта України. – 2006. – № 2. – С. 116 – 119.
6. Савченко О.Я. Упровадження компетентнісного підходу в початкову освіту: здобутки і нерозв’язані проблеми / О.Я. Савченко // Педагогіка і психологія. – 2014. – № 2. – С. 25 – 32.
7. <http://ru.vlab.wikia.com/wiki/Обсуждение> : Форсайт.
8. http://uk.wikipedia.org/wiki/Компетентнісний_підхід.

УДК 37.034

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНО-ПОВЕДІНКОВОЇ КУЛЬТУРИ ЕКОНОМІСТІВ

Давидова Ж.В.

*Харківський національний економічний університет
імені С. Кузнеця*

У статті розглянуто ціннісний аспект формування професійної комунікативно-поведінкової культури економістів. Проаналізовано роль ціннісних орієнтацій у структурі професійної комунікативно-поведінкової компетентності економістів. Визначено групи ціннісних орієнтацій для забезпечення довгострокового економічного зростання.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, економісти, комунікативно-поведінкова компетентність, професійна культура, комунікативна взаємодія.

Давидова Ж.В.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНО-ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ЭКОНОМИСТОВ

Давыдова Ж.В.

В статье рассмотрен ценностный аспект формирования профессиональной коммуникативно-поведенческой культуры экономистов. Проанализирована роль ценностных ориентаций в структуре профессиональной коммуникативно-поведенческой компетентности экономистов. Выделены группы ценностных ориентаций для обеспечения долгосрочного экономического роста.

Ключевые слова: ценностные ориентации, экономисты, коммуникативно-поведенческая компетентность, профессиональная культура, коммуникативное взаимодействие.

VALUE ORIENTATIONS AS AN INTEGRATIVE PART OF PROFESSIONAL COMMUNICATIVE-BEHAVORIAL COMPETENCE OF ECONOMISTS

Davydova Zh. V.

The article considers the value aspect of formation of professional communicative-behavioral culture of economists. The role of value orientations in the structure of professional communicative-behavioral competence of economists is analysed. Groups of value orientations to provide long-term economic growth are determined.

Key words: value orientations, economists, communicative-behavioral competence, professional culture, communicative interaction.

Сучасна епоха характеризується інтеграцією та більш тісною взаємодією не лише у міжкультурній сфері, а також зближенням різних галузей життєдіяльності, які стають все більш взаємозалежними. Так, взаємозв'язок між економічним розвитком держави та політичними й соціокультурними процесами у суспільстві стає все тіснішим. Саме тому сьогодні професійна діяльність у сфері економіки передбачає дуже широкий діапазон і не обмежується лише аналітичною функцією,

а охоплює функції організації та управління на всіх рівнях у різноманітних галузях (наприклад, у галузі державного управління, телекомунікацій, туристичного бізнесу тощо).

Такий широкий підхід потребує розвитку поглядів на визначення професійної компетентності економіста як сукупності компетенцій. Важливою особливістю є підвищення ролі людського фактора у сучасній фаховій економічній діяльності. Основою професійної практики сучасних економістів є взаємодія з іншими суб'єктами, в результаті якої з'являється певний продукт діяльності. Саме від побудови цієї взаємодії, яка значним чином зумовлюється рівнем комунікативно-поведінкової компетентності фахівця, залежить якість одержаного продукту. Тому важливим аспектом підготовки економіста є підвищення його комунікативно-поведінкової компетентності.

Науковцями достатньо широко досліджено наукові засади формування комунікативної культури майбутніх фахівців (С. Амеліна, В. Кан-Калик, Т. Колбіна, В. Пасинок та інші). З'ясуванню шляхів засвоєння студентами економічного профілю змісту і методів професійної діяльності присвячено праці Л. Волкової, Н. Драб, Т. Качеровської, Л. Морської, І. Полещук, О. Тарнопольського та інших. Аналіз досліджень з формування комунікативно-поведінкової компетентності доводить, що воно не знайшло відображення у фаховій діяльності економістів, а охоплює головним чином міжкультурний аспект.

Метою статті є аналіз ролі ціннісних орієнтацій у структурі професійної комунікативно-поведінкової компетентності економістів.

Актуальність проблеми формування професійної комунікативно-поведінкової компетентності економістів підвищується у зв'язку із зростанням кількості суб'єктів взаємодії у галузі професійної економічної діяльності, які виконують певні ролі (керівник, співробітник, підлеглий, діловий партнер, клієнт тощо). Для кожного виду суб'єкт-суб'єктної взаємодії притаманний певний вид комунікативної поведінки в залежності від мети діяльності і певних ситуативних обставин.

У більшості випадків фахівці керуються ситуативним вибором найбільш ефективної комунікативної поведінки в конкретній ситуації, тому що діють в умовах неповноти інформації. Достатньо важко прорахувати довгострокові наслідки поведінки, однак саме орієнтація на

довгострокову або короткострокову перспективу зумовлює економічно-прогресивну та економічно-регресивну комунікативну поведінку відповідно.

Комунікативна поведінка в узагальненому вигляді визначається як сукупність норм, традицій і зразків спілкування. Вона є компонентом культури, в структурі якої визначається її ядро – цінності. У зв'язку зі змінами у галузі економічної діяльності, професійні цінності також набувають іншого змісту. На зміну цінностей досягнення прибутку та ефективності будь-якою ціною приходять гуманістичні й духовні цінності досягнення взаємопорозуміння й справедливості [1]. Як зазначає А. Коутс, «на противагу цинічній точці зору професіонал має моральні обов'язки перед своїми клієнтами або перед суспільством у цілому, наприклад, обов'язок відповідально використовувати свої знання заради служіння іншим людям» [3, 148].

Згідно з економічною моделлю REMM К. Бруннер, М. Йенсен, У. Меклінг [2], людині мають бути притаманні такі базові якості: *ресурсність* – наявність повної інформації про ситуацію та різноманіття альтернатив; *раціональність* – точний розрахунок переваг кожної з альтернатив, імовірності здійснення тих або інших подій, поведінки інших суб'єктів, визначені й стійкі переваги; прагнення до максимізації власної вигоди; *егоїзм* – турбота лише про власні інтереси; *незалежність* – прийняття рішень на підставі лише власних переваг; інформованість про власні потреби та засоби їх задоволення. Зазначена модель передбачає егоцентричний підхід і спрямована на забезпечення прибутку без врахування інших інтересів, тобто не передбачає повноцінної суб'єкт – суб'єктної взаємодії. Комунікативна поведінка у такому випадку носить агресивну тактику і будується лише на прагматичних цінностях. Такий тип комунікативної поведінки може бути ефективним лише ситуативно, але є несприятливим для економічного зростання у довгостроковій перспективі, а також для запровадження та підтримання інновацій.

Згідно з дослідженнями Науково-навчальної лабораторії соціально-психологічних досліджень (ГУ-ВШЕ) щодо взаємозв'язку між цінностями та економічною поведінкою [4, 158], цінності Добррозичливість, Самостійність та Досягнення позитивно взаємопов'язані з економічно-

прогресивною поведінкою, у той же час, цінності Збереження та Гедонізм негативно пов'язані з економічно-прогресивною поведінкою. Тобто успішність економічної діяльності, професійна самореалізація, довгострокове взаємовигідне партнерство базуються на цінностях, пов'язаних з позитивним ставленням до інших людей та творчим саморозвитком.

Мета (розвиток співпраці) і функція комунікації (досягнення соціальної спільності її учасників при збереженні індивідуальності кожного з них) зумовлюють виокремлення певних ціннісних орієнтацій. У процесі професійної комунікації здійснюється взаємовплив суб'єктів при виконанні сукупності взаємопов'язаних дій, у результаті яких виробляються необхідні для суспільства товари та послуги. Потреба у продуктивній взаємодії є основою для розвинення та вдосконалення механізмів позитивного спілкування.

Основою комунікативної культури є загально визнані моральні вимоги до спілкування, що невід'ємно пов'язані з визнанням неповторності, цінності кожної особистості: ввічливість, коректність, тактовність, скромність, точність, передбачливість.

Високий рівень комунікативної культури визначається наявністю в суб'єкта спілкування таких особистих якостей:

- емпатія – уміння бачити світ очима інших, розуміти та приймати таке бачення;
- доброзичливість – повага, симпатія до людей, готовність підтримати інших;
- автентичність – здатність бути самим собою у контактах з іншими людьми;
- конкретність – уміння говорити про власні переживання, думки, дії, готовність відповідати однозначно на запитання;
- ініціативність – здатність «йти уперед», встановлювати контакти, готовність братися за справи в ситуації, що потребує активного втручання;
- безпосередність – уміння говорити й діяти відверто;
- відкритість – готовність відчиняти іншим свій внутрішній світ і тверда впевненість у тому, що це сприяє встановленню міцних відношень з оточуючими;

- рефлексивність – дослідницьке ставлення до власного життя й поведінки, готовність сприймати від оточуючих інформацію про те, як вони сприймають Вас.

Зазначені вище якості є визначальними для встановлення повноцінних комунікативних відносин з іншими особистостями як у повсякденному житті, так і в професійній діяльності.

Беручи до уваги специфіку сучасної професійної діяльності економістів, особливої значущості набуває її комунікативний аспект, основою якого має стати визнання цінності іншої особистості, її індивідуальності та особливостей. У цьому аспекті актуалізуються такі ЦО, як толерантність та повага до іншої точки зору, компромісність, бажання порозумітися, взаємодовіра, справедливість тощо.

Тому важливим завданням у формуванні поведінково-комунікативної культури майбутніх економістів є виховання таких ціннісних орієнтацій, які б відповідали сучасним вимогам до особистості фахівця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке / В.С. Автономов. – СПб : Экономическая школа, 1998. – 229 с.
2. Брунер К. Представление о человеке и концепция социума: два подхода к пониманию общества / К. Брунер // THESIS. Т.1. Вып. 3. 1993. – 136 с.
3. Коутс А.У. Экономист как профессия / А.У. Коутс // Панорама экономической мысли конца XX столетия. – СПб., 2002. – С. 142–170.
4. Ценности культуры и модели экономического поведения: Научная монография / Под ред. Н.М. Лебедевой, А.Н. Татарко. – М. : «Спутник+», 2011. – С. 158.