

ФОРМУВАННЯ М'ЯКИХ НАВИЧОК УПРАВЛІНСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ

Старовойтенко Н.В.,

канд. пед. наук, доцент

Черкаський державний технологічний університет

У ХХІ столітті дедалі популярнішими стають численні сфери діяльності, де потрібен емоційний інтелект. Зважаючи на те, що наразі комп'ютери не здатні опанувати цю гнучку навичку, люди з високими комунікативними здібностями та вмінням керувати своїми емоціями є завжди бажаними співробітниками в компаніях. «Проблема в тому, що ми звикли ставити жорсткі цілі і йти до них, виконуючи конкретні дії. Ми наполегливо формуємо корисні звички – стандартні і статичні. Однак ми не приймаємо в рахунок змінні умови. Коли змінюється ситуація, повинна коректуватися ціль і вироблятися нова стратегія. Наші звички повинні бути гнучкими» [1, с 182].

Soft skills пов'язані з емоційним інтелектом керівника. «Оскільки Е.І. впливає на все, що ви робите, навіть невеликі зусилля, витрачені на його збільшення, здатні привести до значних позитивних змін в житті. EQ важливий настільки, що на його долю відводиться 58% успіху у всіх видах діяльності[1, ст. 14].

Формуючи у майбутніх управлінців м'які навички, ми сприяємо їх здатності швидко навчатися, зокрема новому, системно мислити, генерувати ідеї, адаптуватися до змін. Завдяки вмінню бути гнучкими, чуйними, емпатичними, покращується комунікація, співробітництво з персоналом, рішення прийматимуться нешаблонні, а з урахуванням різних, навіть раніше неприйнятних ідей.

Також цінними будуть вважатися «людиноорієнтовані» якості: вміння працювати в команді, вести переговори й переконувати, налагоджувати контакти з різними аудиторіями і вдало «розрулювати».

На відміну від hard skills, для освоєння soft skills не існує легких покрокових інструкцій: людина або ж володіє якою – небудь якістю від народження, або ж набуває її з досвідом, шляхом спроб та помилок (наприклад, вміння працювати в команді, лідерські якості). Soft skills засвоюються повільніше, ніж hard skills [2]

Мистецтво спілкуватися з людьми і керувати ними – це не тільки результат спеціальної професійної підготовки управлінських кадрів, але і товар, що сьогодні користується попитом і високо оцінюється на ринку професійних послуг. «Це такий товар, що купується за гроші, як цукор, і кава, – стверджує Д. Рокфеллер.- І я готовий платити за таке вміння більше, ніж за будь-який інший товар у цьому світі» [3, ст. 3]. Зрозуміло, що для керівника (менеджера), який прагне досягти високих результатів у професійній діяльності, соціальний інтелект та соціальна компетентність на високих рівнях свого розвитку забезпечать прояв таких властивостей як адекватність, автономність та автентичність. Вищезазначені властивості керівника проявляються в ситуаціях комунікативної взаємодії, коли він:

- висловлюється етично і доцільно, враховуючи контекст і підтекст висловів, влучно застосовує метафору, жарт, прислів'я в новому соціальному контексті;
- володіє навиками активного слухання партнера;

- володіє засобами невербального спілкування, вірно інтерпретує невербальну поведінку партнера по спілкуванню;
- здатний аналізувати цілі, наміри, потреби учасників комунікації;
- вміє бачити, відчувати, адекватно сприймати інших людей, ситуації, що виникають у процесі спілкування;
- має здібності прогнозувати поведінку інших;
- дотримується норм суб'єктивних взаємин;
- поводить себе так, щоб опоненти відчували підтримку й схвалення, знаходили співучасть і співпереживання, відчували увагу до себе;
- підтримує вільний обмін ідеями й оцінками, висловлює свою думку, з повагою ставиться до позиції опонентів;
- критикує конструктивно й доброзичливо;
- стимулює й мотивує ініціативу, схвалює самостійність та прагнення до нового, оцінює ідеї і пропозиції, а не форму висловлювання й особисті риси опонента;
- ділові інтереси переважають над особистими інтересами;
- демонструє високий рівень комунікативної толерантності, поважає індивідуальність опонента, проявляє терпимість;
- дотримується норм партнерської етики, зауваження на адресу опонента й оцінювання напрацьованого робить в коректній формі;
- позитивно сприймає й відкрито радіє успіхам партнерів зі спілкування і спільним досягненням;
- здатний «грати у команді», не протиставляти себе групі;
- володіє виробленими сценаріями поведінки в складних, конфліктних ситуаціях;
- розуміє свої сильні та слабкі сторони, можливості і ресурси, усвідомлює причини власних промахів, помилок, вміє застосовувати прийоми саморегуляції;

Усвідомлення значущості управлінських умінь і навичок є важливим етапом їх формування у майбутніх економістів та інженерів в процесі вузівської підготовки. З метою діагностування особливостей уявлень студентів економічних та технічних спеціальностей стосовно вимог до особистості керівника та самоусвідомлення власного управлінського потенціалу, нами було проведено анкетування 208 студентів Черкаського державного технологічного університету, зокрема, 103 студенти 2 і 3 курсу факультету економіки та управління та 105 студентів 3 курсу будівельного факультету. Ми використали авторську анкету, яка містила низку запитань щодо розуміння управлінських функцій та вимог до особистості керівника: сильні та слабкі сторони керівника, бачення себе в майбутньому керівником, володіння окремими управлінськими вміннями, здібностями та рисами характеру: комунікабельність, вміння працювати в команді, проявляти ініціативу, радіти успіхам інших, виступати публічно, сприймати критику, жартувати, наявність інтересу до самоосвіти, тренінгових занять з управлінської майстерності. Аналіз відповідей опитаних студентів в нашій роботі представлено без гендерного аспекту. Ми обмежилися таким показником як напрям підготовки: студенти - менеджери і студенти - економісти (гуманітарний), студенти-технологи харчових виробництв і студенти-інженери-будівельники (технічний).

Результати опитування дозволили виявити стан психологічної готовності студентів до управлінської діяльності та їхні уявлення про власний управлінський потенціал. В цілому можна констатувати, що у студентів домінує загальне позитивне ставлення до управлінської діяльності, а система ціннісних орієнтацій студентів тісно пов'язана з майбутньою професійною діяльністю, в тому числі управлінською. Враховуючи, що у студентів 2 і 3 курсу ще остаточно не сформоване ясне бачення своєї спеціальності (економіст, менеджер, інженер), то різні компоненти психологічної готовності до управлінської діяльності (когнітивний, емоційний, особистісний, поведінковий) потребують розвитку, зокрема, соціальної активності, комунікативних та організаторських здібностей, мобільності, прагнень до самоосвіти й самовдосконалення.

Список використаних джерел:

1. 12 soft skills 21 века. Коуч-книга для вдохновения и развития / сост.ООО «Смарт Ридинг». – Харьков: Монолит Бизз, 2021. – 232с.
2. Биккулова О. Что такое hard и soft skills? В чем разница? Что важнее? URL: <https://proforientator.ru/publications/articles/chto-takoehard-i-soft-skills-v-chem-raznitsachto-vazhnee.html> (дата звернення: 25.03.2019)
3. Шпалінський В.В., Помазан К.А. Психологія управління: Навч. посіб. для керівників навч. закладів. – Харків: Веста: Видав. «Ранок», 2002. – 128с.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Фесенко В.О.,

*здобувач фахової передвищої освіти спеціальності 051 «Економіка»,
Черкаський державний бізнес-коледж*

Кондитерський ринок України значно змінився в умовах системної економічної кризи, внаслідок якої ключові гравці здали свої позиції, а покупці вже по іншому підходять до вибору солодоців.

У 2020 році ринок кондитерської продукції приблизно на 90-91 % забезпечувався внутрішнім виробництвом. Імпорт кондитерської продукції в Україну за результатами 2020 року склав приблизно 60 тис. т., що займає 9-10 % всього обсягу українського виробництва кондитерської продукції, це свідчить про те, що українські компанії спроможні в повній мірі забезпечувати потреби внутрішніх споживачів на кондитерську продукцію. Варто зазначити, що українські виробники після втрати експортних поставок на ринки Російської Федерації та інших країн Митного Союзу протягом 2017–2018 років займались оптимізацією своїх бізнес процесів, проводили диверсифікацію бізнесу, здійснювали пошук перспективних напрямків збуту продукції та вдосконалювали якість кондитерської продукції для виходу на ринки Європи та розвитку нових експортних можливостей.