

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Психолого-педагогічний факультет
Кафедра практичної психології

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ О. А. Чаркіна
« ____ » _____ 2024 р.

Реєстраційний № _____

« ____ » _____ 2024 р.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Кваліфікаційна робота студентки
групи ЗППм-23-2
ступінь вищої освіти магістр
спеціальності 053 Психологія
Грузін Наталії Олегівни

Керівник канд. психол. наук, доцент
кафедри практичної психології
Шаповал І. М.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, **Грузін Наталія Олегівна**, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно і не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Грузін Н. О._____

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	7
1.1. Психологічний аналіз професійної діяльності у сфері обслуговування	7
1.2. Психологічна сутність комунікативної компетентності особистості.....	12
1.3. Комунікативна професійна компетентність працівників сфери торгівлі.	17
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СЕРВІСНОЇ СФЕРИ.....	23
2.1. Організація та процедура дослідження.....	23
2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження.....	25
Висновки до розділу 2	34
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	35
3.1. Обґрунтування програми розвитку комунікативної компетентності працівників сервісної сфери.....	35
3.2. Оцінка ефективності здійсненого корекційного впливу.....	41
Висновки до розділу 3	45
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	48
ДОДАТКИ.....	58

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні перед Україною постають не тільки надзвичайно важливі цілі збереження державності, національної ідентичності та здобуття перемоги над ворогом, але і цілі, які виходять із заходів, пов'язаних зі вступом України до Євросоюзу. Європейська інтеграція України – це процес зближення з країнами Європи як на рівні державних законів, так і на рівні суспільних правил та звичаїв. Тому українські соціальні інституції поступово наближають свої стандарти до стандартів Євросоюзу. Так, імплементуються європейські стандарти у соціономічній, зокрема у сфері обслуговування формуються стандарти щодо забезпечення високого технологічного рівня товарів, їхньої якості. Дослідження психологічного аспекту професійної діяльності у сфері обслуговування здійснюється у таких напрямках: психологічна специфіка сервісної діяльності (А. Коваленко, Л. Матвієнко, О. Пришляк, І. Прошукало, С. Решміділова, Г. Юркевич та ін.), професійна підготовка фахівців сфери обслуговування (Л. Короткова, М. Корольчук, Л. Мартиненко, О. Полунін та ін.), професійно важливі якості працівників соціономічної сфери діяльності (В. Безрук, Я. Гончаренко, В. Корнєщук, Л. Карамушка та ін.)

Суттєвим аспектом якісного сервісу також є рівень комунікативної взаємодії суб'єктів сервісної діяльності з її споживачами. Продуктивна професійна діяльність фахівця сфери обслуговування зумовлюється його здатністю до ефективного спілкування, тобто його комунікативною компетентністю. Від якості взаємодії та встановлення взаєморозуміння з клієнтом залежить якість сервісу. Тому в сучасній психологічній науці актуальними є дослідження, присвячені вивченню феномену комунікативної компетентності працівників сфери обслуговування (Л. Деркач, А. Дударенко, Л. Литвиненко, І. Матійків, І. Пузь, Н. Рабецька, Л. Руденко та ін.). Однак, зазначена проблематика потребує подальшого вивчення з урахуванням як

галузевих, так і специфічних особливостей сервісного обслуговування, через які опосередковуються стосунки працівника у ролі надавача послуг та клієнта у ролі їхнього споживача.

Метою дослідження є теоретичне та практичне вивчення специфічних особливостей комунікативної компетентності працівників сфери обслуговування, торгівельного сервісу.

Завдання дослідження:

1. Визначити психологічні особливості професійної діяльності сервісної галузі.
2. Теоретично обґрунтувати змістовно-процесуальні аспекти розвитку професійної комунікативної компетентності працівників сфери торгівельного обслуговування.
3. На основі результатів теоретичного аналізу емпірично дослідити параметри комунікативної компетентності працівників торгівельної сервісної галузі.
4. Розробити та впровадити соціально-психологічний тренінг формування комунікативної компетентності.

Об'єкт дослідження – сутність та психологічні закономірності розвитку комунікативної компетентності особистості.

Предмет дослідження – комунікативна компетентність працівників сфери обслуговування.

Методи дослідження. Для досягнення мети і розв'язання задач дослідження був застосований комплекс методів, до якого увійшли:

теоретичні методи (аналіз, синтез, систематизація, узагальнення наукових фактів про сутнісні психологічні особливості комунікативної компетентності особистості);

емпіричні методи (комплекс стандартизованих методик: методика «Діагностика перцептивно-інтерактивної компетентності» (модифікований варіант М. Фетіскіна), опитувальник емоційного інтелекту (Д. Люсін, О. Марютіна, А. Степанова);

методи математичної статистики (коефіцієнт лінійної кореляції r_{xy} -Пірсона для визначення кореляційних зв'язків, H -критерій Крускала-Волліса для оцінювання відмінностей за досліджуваними параметрами, критерій T Вілкоксона для зіставлення емпіричних даних констатувальної та підсумкової діагностик); інтерпретаційні (аналіз та пояснення результатів). Усі розрахунки були здійснені за допомогою комп'ютерного забезпечення Microsoft Office Excel 2013.

Практична значущість роботи полягає в тому, що розроблений й апробований соціально-психологічний тренінг формування комунікативної компетентності може бути використаний в психологічній практиці.

Організація і база дослідження. Експериментальну вибірку склали працівники мережі торгівельних підприємств з продажу одягу ТОВ «АТЛЕТІКС» (33 особи, усі жінки віком 22-34 роки).

Структура роботи. Робота має вступ, три розділи, висновки, список літератури і додатки. Список використаних літератури налічує 63 найменування. Загальний обсяг становить 69 сторінок. Робота містить 8 таблиць та 9 рисунків; вміщує 3 додатки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.1. Психологічний аналіз професійної діяльності у сфері обслуговування

У сучасній науці активно вживаним є термін «соціономічні професії», яким позначаються професії типу «людина-людина». Це такі професії, які за своєю специфікою є соціально-комунікативними, тобто такі, що в них змістовно і процесуально зміст фахової діяльності відбувається в ситуаціях міжособистісної ділової комунікації. Такі професії належать до різних соціально-інституційних сфер:

- медичне обслуговування (лікар, медсестра);
- навчання і виховання (вихователь, гувернер, тренер, вчитель, викладач);
- побутове обслуговування (продавець, провідник, офіціант);
- правовий захист (юрист, поліцейський);
- надання соціальної та психологічної допомоги (психолог, соціальний працівник) [31].

Отже, в основі діяльності фахівців соціономічних професій полягає *helping*-взаємодія (допомагаюча взаємодія), спрямована на встановлення і підтримання взаємин задля сприяння розвитку, благополуччю, вдосконаленню партнера, а також задля допомоги людям у вирішенні їхніх проблем (Pomyliuko V [58]). При цьому, як зауважує О. Пришляк, допомагаюча взаємодія є головним елементом соціономічної професійної діяльності [31.]

Отже, базовою характеристикою соціономічних професій, і зокрема у сфері обслуговування, є соціальні стосунки, що здійснюються в системах

«фахівець-клієнт», «фахівець-група клієнтів» та регулюються соціальними нормами. Тому професійна взаємодія фахівців у сфері обслуговування є суспільно регламентованою, що дозволяє реалізувати взаємні права та обов'язки партнерів: клієнт має право на отримання допомоги щодо вирішення його проблеми, а фахівець зобов'язаний виявити адекватне ставлення (увагу до клієнта та до його проблеми, особисту зацікавленість в її вирішенні) та здійснити відповідні дії [43].

Тому, сервісна діяльність (за термінологією І. Прошукало [32]) максимально орієнтована на особистість клієнта та задоволення його потреб, передбачає індивідуалізацію певного сервісного продукту, який буде споживаний клієнтом, реалізується в умовах безпосереднього контакту працівника і клієнта. На підставі зазначених особливостей професійної діяльності у сфері надання послуг авторка виокремлює її специфічні соціально-психологічні особливості:

- суб'єкт-суб'єктні міжособистісні відносини споживача і виконавця послуги, тобто їхня взаємозалежність і співучасть у процесі здійснення та отримання кінцевого продукту сервісної діяльності;

- особистий контакт учасників як обов'язкова умова здійснення сервісної діяльності;

- інтегративний характер професійної компетентності персоналу з обслуговування – сполучення вузької фахової спеціалізації та соціально-психологічної обізнаності й практичної підготовленості.

Критерієм успішності сервісної діяльності є її результативність у «контактній зоні» (І. Прошукало [32, с. 100]), тобто у системі взаємодії її учасників. Відповідно перед працівниками, які власне надають сервіс, постають такі психологічні завдання:

- зрозуміти клієнта (його індивідуальні особливості, актуальний емоційний стан), визначити того, яким чином цю інформацію слід врахувати і використати для здійснення взаємодії з ним;

- у випадку, коли клієнтом є група людей, необхідно визначити, хто в ній домінує, чия думка буде вирішальною для інших членів групи, яким чином здійснюється між ними взаємодія, вийти у рівновагу з групою;
- зрозуміти потреби клієнта, що зумовлюють необхідність у певному товарі чи певній послугі, через що він звернувся до сервісної організації;
- допомогти клієнтові усвідомити його потребу, чітко визначити його можливості щодо придбання товару/послуги певної категорії, запропонувати такі товари/послуги, які будуть влаштовувати клієнта за усіма критеріями;
- презентувати товар/послугу у такий спосіб, щоб продемонструвати можливість максимального задоволення потреб клієнта;
- ефективно знижувати емоційний тон у напружених ситуаціях;
- вибудовувати ефективну взаємодію у контактній зоні між співробітниками сервісної організації, що забезпечує продуктивність спільної професійної діяльності й, відповідно, успішність та позитивний імідж організації;
- постійно здійснювати самопізнання, саморозвиток і самовдосконалення (як у професійному, так і комунікативному аспектах), що дозволить працівникам свідомо і доцільно здійснювати самоорганізацію та саморегуляцію професійної діяльності [32, с. 100].

Згідно з особливостями професійної helping-взаємодії О. Кокун [17] виокремлює такі завдання професійної діяльності в системі «людина-людина»:

- розуміння психологічного змісту різноманітних життєвих і професійних ситуацій;
- розуміння дій, вчинків та проявів особистості клієнта;
- прогнозування способів поведінки клієнта;
- адекватне розуміння свого актуального психоемоційного стану та своїх професійних можливостей;
- реалізація спілкування з клієнтом відповідно до контексту ситуації, особливостей та актуального стану клієнта, своїх індивідуальних властивостей

Отже, у сучасних умовах від представників соціономічних професій вимагаються не просто фахові знання (щодо товару, його технологічних характеристик, властивостей, способів і правил використання тощо), але й високий рівень загальної освіченості та культури поведінки, володіння технологіями професійного спілкування.

Дослідниця Г. Юркевич, вивчаючи психологічні особливості процесу обслуговування у сфері туризму, зазначає, що висококваліфіковані працівники визначаються «високим рівнем загальної культури та екологічної свідомості», готовністю до «самовдосконалення та творчого мислення, до розв'язання складних завдань і проблем, що потребують оновлення та інтеграції знань», відповідальністю за результати своєї праці [48, с. 79]. Також авторка визначає специфіку психологічної готовності до професійної діяльності у сфері обслуговування та виокремлює такі два її ракурси:

- 1) з одного боку, це система професійних знань, умінь і навичок;
- 2) з іншого боку, це система сформованих професійно важливих якостей особистості фахівця: переконання, комунікативні здібності, інтереси, професійна пам'ять, мислення, увага, працездатність, емоційність, моральний потенціал особистості.

Згідно з твердженнями Г. Юркевич продуктивна діяльність працівників туристичної сфери (ми дозволимо собі узагальнення: працівників сервісної сфери взагалі) зумовлюється тим, що має бути організована ефективна взаємодія персоналу з клієнтами. Відтак авторка визначає ознаки висококваліфікованого фахівця соціономічної сфери:

- професійна компетентність;
- ввічливість;
- надійність;
- відповідальність;
- швидкість реагування;
- комунікабельність [47 с. 80].

Погоджуємось з Г. Юркевич, що освітньо-професійна підготовка компетентних фахівців соціономічних професій має бути комплексною і містити навчання як профільних дисциплін, так і психології, зокрема соціальної психології, психології праці, психології торгівлі тощо [47].

На думку І. Прошукало [32, с. 101] найбільш важливими і значущими для успішного розв'язання професійних завдань якостями працівників сфери обслуговування, є такі, що зумовлюють успішну взаємодію з клієнтами:

- якості морально-вольової самоорганізації особистості: стриманість, терпіння, емоційна саморегуляція, самостійність, відповідальність, дисциплінованість;

- когнітивні якості: здатність до аналізу, спостережливість, високий рівень розвитку уваги, завдяки чому працівник має здатність утримувати в зоні свідомого контролю клієнта/групу клієнтів, розподіляти свою увагу на декілька сервісних операцій;

- хороші манери: ввічливість, люб'язність, тактовність;

- рефлексивність, здатність до самоаналізу [32, с. 101].

Л. Карамушка і Я. Гончаренко, ґрунтуючись на результатах власного дослідження, наголошують на тому, що на ефективність професійної діяльності працівників сервісної сфери суттєво такі впливають якості особистості: мотиваційні орієнтації у міжособистісному спілкуванні на клієнта зумовлюють високий рівень професійної мотивації й активності, сформованість індивідуального стилю спілкування та емоційного інтелекту відображаються на адекватному характері взаємодії з клієнтами [13].

Відповідно до завдань ефективного спілкування та створення контакту з клієнтом фахівець сервісної діяльності має володіти такими уміннями і навичками:

- уміння оперативно розв'язувати актуальні професійні проблеми;

- навички продуктивного використання сучасних інформаційних та інших технологій забезпечення професійної діяльності;

- ерудиція, загальна та спеціальна обізнаність, сприяють адаптації співробітника;
- уміння встановлювати контакт, ефективно спілкуватися з колегами та клієнтами, працювати в команді;
- володіння знаннями і навичками щодо здійснення психологічного впливу на клієнтів.

Отже, психологічні особливості соціономічної професійної діяльності зумовлені як специфікою кожної сервісної галузі, так і універсальною необхідністю здійснювати контакту взаємодію з клієнтами за допомогою соціально-психологічних засобів спілкування.

1.2. Психологічна сутність комунікативної компетентності особистості

У психології сутність комунікативної компетентності трактується у широкому сенсі як знання і дотримання суспільних культурних традицій, морально-етичних норм спілкування, розуміння та застосування в комунікативній активності знань про соціально-психологічні закономірності людського спілкування в різних ситуаціях. У вузькому сенсі комунікативна компетентність – це рівень сформованості у людини навичок міжособистісного спілкування, який зумовлюється рівнем психологічних знань про себе та про інших людей, адекватністю реалізованої комунікативною стратегією та застосуванням відповідних прийомів комунікативних дій, що, у свою чергу, детермінує здатність визначати коло спілкування (розширювати чи звужувати), варіювати глибину спілкування (інтимно-особистісне, ділове, офіційне), розуміти партнерів та бути зрозумілим для них, оперативно реагувати на стимули зворотного зв'язку у процесі взаємодії [8].

Таким чином, комунікативну компетентність можна трактувати як такий інтегративний особистісний ресурс, що забезпечує успішність

спілкування. Цей ресурс охоплює інтелект, загальний кругозір, міжособистісні стосунки, спеціальні професійні знання, володіння мовою як способом людського спілкування та навичками як способами взаємодії [42].

Спілкування людини завжди відбувається в певних соціальних умовах, тому регламентоване, унормоване та контрольоване оточенням. Відповідно комунікативна компетентність передбачає певний рівень знань про правила соціально прийнятих способів поведінки, уміння діяти за цими правилами, систему комунікативних навичок, які дозволяють учасникам спілкування передавати одне одному інформацію та адекватно її інтерпретувати, і на основі цього узгоджувати свої індивідуальні комунікативні дії. Як зауважує Л. Гавриляк [5], важливі не самі комунікативні знання, а факт їх використання при здійсненні комунікативних дій. Тобто комунікативна компетентність передбачає не стільки наявність знань, скільки їхній прояв у спілкуванні. Успішне застосування знань у взаємодії залежить від того, чи адекватно людина розуміє свої дії та дії партнера, контекст ситуації, мету взаємодії та спільної діяльності, яка реалізується при цьому. Комунікативні уміння – це здатність застосовувати у конкретному випадку спілкування комунікативні знання і навички, які людина володіє, здатність коригувати і трансформувати свій комунікативний досвід, а також поповнювати його, виробляючи нові прийоми комунікативних дій.

Таким чином, комунікативні уміння – це володіння системою психічних процесів та практичних комунікативних дій, які забезпечують регуляцію соціальної взаємодії:

- відбір знань, що дотичні до конкретної ситуації взаємодії;
- визначення суттєвих характеристик актуального ситуативного контексту;
- визначення необхідних трансформацій способів комунікативної поведінки відповідно до цих характеристик;
- оцінка результатів комунікативної поведінки на основі їх співставлення з комунікативною метою [5].

J. Habermas [55], автор теорії комунікативної дії, особливого значення надає не тільки інформаційному аспекту спілкування, але й аспекту встановлення міжособистісних стосунків на основі транслювання власного розуміння цієї інформації та свого ставлення до неї. Відповідно, комунікативна поведінка є компетентною, якщо вона адекватно відображає об'єктивні, предметні, соціально-нормативні параметри оточення та суб'єктивні інтерпретації, які не суперечать цим параметрам; якщо вона зрозуміла тим людям, до яких спрямована; якщо вона доречна у певній ситуації. Відтак комунікативно компетентна людина здатна розпізнавати ситуації, має знання щодо норм і правил успішного комунікування, має позитивний досвід спілкування та власний комунікативний стиль.

М. Зушнікова [11] визначає комунікативну компетентність як інтегровану властивість особистості, яка містить сукупність соціальних здібностей, знань та вмінь, ціннісних орієнтацій та переконань особистості. Це дозволяє людині активно взаємодіяти із соціальним оточенням, встановлювати контакти з іншими людьми, продуктивно виконувати соціальні ролі, пов'язані із ситуаційним контекстом діяльності, зокрема професійної.

О. Низовець [28] виокремлює три компоненти комунікативної компетентності відповідно до виду психічних проявів психіки, що функціонують, забезпечуючи процес взаємодії.

1. Когнітивна компонента виявляється через якості, які забезпечують сприймання, пізнанням і розуміння себе та своїх партнерів по спілкуванню: рефлексія власних процесів відображення та усвідомлення, власних станів і переживань; комплекс уявлень про закономірності спілкування і взаємодію людей; загальнокультурна освіченість.

2. Емоційна компонента виявляється через різноманітні емоційні стани, які виникають у процесі спілкування і спільної діяльності: позитивний чи негативний емоційний фон взаємодії; задоволеність або незадоволеність партнером, собою та процесом спілкування взагалі; емоційна чутливості до інших людей, емпатія.

3. Поведінкова компонента виявляється через комунікативні дії невербальної та вербальної форми: уміння встановлювати контакт з партнерами по спілкуванню, здатність контролювати зміст, характер та спосіб взаємодії, здатність реалізовувати комунікацію в індивідуальному стилі, використання адекватних та конструктивних способів поведінки у конфліктних ситуаціях.

Для більш ґрунтовного розуміння сутності емоційної компоненти комунікативної компетентності застосуємо положення теорії емоційного інтелекту. R. Bar-On [51] визначає емоційний інтелект як комплекс властивостей особистості, які зумовлюють ефективність спілкування і діяльності. До усього комплексу автор відносить такі п'ять властивості особистості:

- 1) здатність до емоційного самоаналізу та до усвідомлення своїх емоцій;
- 2) здатність до емпатії та соціальної відповідальності
- 3) здатність до адаптивного розв'язання проблемних ситуацій спілкування та конфліктів у взаємодії;
- 4) здатність емоційної саморегуляції, стресостійкість;
- 5) переважний позитивних настроїв, задоволеність життям, оптимізм.

Л. Деркач та Л. Литвиненко [8] зазначають, що структура комунікативної компетентності формується, зокрема професійної, формується на основі певних навичок і прийомів, які відповідають рівню відповідного компоненту. Когнітивний компонент забезпечує ситуативну та психологічну орієнтованість, психологічну обізнаність, перцептивні здібності особистості та реалізується на основі здатності до саморозуміння, до розуміння інших людей і їхніх стосунків, до передбачення ходу комунікативного процесу. Поведінковий компонент полягає у сформованості комунікативних умінь і навичок та реалізується у вільному володінні вербальними і невербальними засобами комунікації. Емоційний компонент містить систему соціальних

диспозицій особистості, позитивного емоційного досвіду та реалізується у здатності до емоційної саморегуляції до емпатичного відображення партнера.

Як ми вже зазначали, комунікативна компетентність розвивається в у людини на основі формування в неї позитивного комунікативного досвіду, коли вона оволодіває соціально прийнятними комунікативними навичками та індивідуальною комунікативною стратегією, показником ефективності якої є застосування прийомів взаємодії (вербальних і невербальних), адекватних меті і завданням спілкування, соціальним очікуванням, контексту ситуації.

Джерелами розвитку комунікативної компетентності є чинники, що одночасно є джерелами становлення, розвитку та вдосконалення особистості:

- оволодіння суспільно-історичним культурним досвідом;
- спостереження за поведінкою людей та аналіз їхньої взаємодії;
- розвиток здатності до планування комунікацій у внутрішньому плані та прогнозування їхньої результативності;
- презентація своїх комунікативних умінь та розуміння комунікативних повідомлень партнера у зворотному зв'язку (І. Черезова [45]).

Ми розуміємо зазначені джерела розвитку комунікативної компетентності таким чином. Людина, адаптуючись до умов життя, постійно спілкується з іншими людьми, які демонструють певні зразки і шаблони комунікативних дій, вербалізовані патерни емоційного супроводу взаємодії, способи оцінки та інтерпретації результатів комунікації. Інші люди також виконують функцію формувальних фігур у формуванні адекватної комунікативної стратегії через заохочення прийнятних та покарання неприйнятних способів комунікативної поведінки. Спостерігаючи за оточуючими, за їхньою поведінкою та спілкуванням, людина не тільки засвоює певні соціальні норми комунікації, але і оволодіває способами саморегуляції власних комунікативних дій відповідно до цих норм. При цьому значущим є момент розуміння чужої поведінки з точки зору того, наскільки вона, по-перше, відповідає нормативним соціальним настановам, і, по-друге, наскільки ця поведінка є ефективною. Такий інтерпретаційний когнітивний

аналіз є основою програмування власної комунікативної стратегії, добору відповідних контексту ситуації тактик взаємодії. Можна сказати, що в процесі соціального спостереження в особистості формується система комунікативних уявлень, в яких зафіксовані індивідуально і соціально переважні способи комунікативних дій.

Отже, комунікативна компетентність особистості є інтегральним системним утворенням, яке ресурсно забезпечує здійснення спілкування на когнітивному, емоційному та поведінковому рівні. Формується комунікативна компетентність у процесі оволодіння здобутками культурно-історичного розвитку людства, набуття індивідуального досвіду спілкування та здійснення спільної діяльності, а також у процесі особистісного розвитку і становлення індивідуального стилю діяльності і поведінки.

1.3. Комунікативна професійна компетентність працівників сфери торгівлі

Загальний підхід у психології щодо сутності професійної компетентності виявляється в її трактуванні як інтегральної здатності особистості в аспекті дотичності до параметрів професійної діяльності:

– інтегральна здатність особистості, яка детермінує актуалізований рівень якості та ефективності професійної діяльності: кількісно-якісні показники професійних дій та операцій, ступінь успішності оволодіння новими способами та прийомами виконання професійних дій, продуктивність застосування способів і прийомів, якими працівник вже оволодів (І. Шаповал [46]);

– інтегрована здатність особистості, яка формується на основі системи набутих знань, закріплених умінь і практичного досвіду їх використання в процесі виконання професійних завдань та обов'язків, яка зумовлює результативність та якість здійснення професійної діяльності (І. Каряка [14]).

Феномен професійної компетентності детально вивчався в психології праці. Визначено, що структура і зміст професійної компетентності визначаються специфікою конкретного виду праці та відображають його. Зокрема у професіях типу «людина-людина», разом із спеціальною компетентністю є також визначальною психологічна компетентність, яка є чинником ефективної взаємодії як співробітників один з одним, так і фахівців з клієнтами. Виокремлюються такі складові психологічної компетентності:

- соціально-перцептивна компетентність – спостережливість і проникливість, внаслідок чого формуються емпіричні знання про людей;
- соціально-психологічна компетентність – здатність розуміти закономірності поведінки і діяльності людини, включеної в соціальну групу та спільну діяльність;
- аутопсихологічна компетентність – здатність до сапопізнання, саморозуміння, адекватної самооцінки, до емоційно-вольового самоконтролю, до саморегуляції поведінки, усвідомлена самоефективність;
- комунікативна компетентність – здатність до застосування адекватних стратегій і методів ефективного спілкування;
- психолого-педагогічна компетентність – здатність здійснювати продуктивний соціально-психологічний вплив) [2].

Спілкування є структурно-функціональною складовою, яка забезпечує системно-інтегруючий процес здійснення професійної соціономічної діяльності. Відповідно визначаються такі компоненти комунікативної компетентності фахівців соціономічної галузі:

- комунікативно-діагностична (діагностика соціально-психологічних параметрів ситуації взаємодії, виявлення можливих об'єктивних та суб'єктивних протиріч, які можуть актуалізуватися у процесі спілкування);
- комунікативно-програмуюча (формування змістовних та процесуальних параметрів спілкування – вербального втілення інформаційних повідомлень, стилю, рольових позицій і дистанцій взаємодії);

– комунікативно-організаційна (регулювання інтерактивних впливів на партнера, стимуляція його уважливості, когнітивної та поведінкової активності в процесі спілкування, реагування на прояви емоцій);

– комунікативно-виконавська (аналіз поточної комунікації, прогнозування її подальшого перебігу, за необхідністю адекватне коригування власних комунікативних дій відповідно до реагування партнера) [3].

С. Решміділова, досліджуючи психологічні аспекти торговельного обслуговування, зазначає, що для компетентного фахівця важливими та актуальними є знання основ психології продажу товарів щодо сутності, механізмів і закономірностей перебігу «психологічних явищ, які виникають у покупців і працівників магазину в процесі купівлі-продажу товарів, а також використання в практиці роботи основних психологічних факторів торговельного обслуговування» [36, с. 142].

В. Корнечук [19] зазначає, що професійна діяльність в соціономічній сфері здійснюється в умовах постійного й безперервного спілкування, тому ключовим засобом її реалізації є комунікація. Авторка робить висновок, що соціономічна професійна діяльність фактично реалізується в єдності таких аспектів:

1) інтерактивного аспекту, який забезпечує налагодження і регуляцію взаємодії суб'єктів спілкування;

2) інформативного аспекту, який забезпечує здійснення інформаційного обміну між суб'єктами;

3) перцептивного аспекту, який забезпечує здійснення рефлексії, взаємооцінки і взаємосприйняття суб'єктами один одного.

На думку С. Решміділової «специфіка взаємодії типу «продавець-покупець» полягає у тому, що продавець змушений вступати у взаємодію незалежно від свого психологічного стану й дотримуватись певних правил поведінки, а покупець вільний у своєму виборі» [36, с. 141]. Це може призвести до виникнення конфліктів між продавцем та покупцем. Причини конфліктів у процесі продажу авторка умовно розподіляє на дві групи:

1) об'єктивні причини – «незручне розташування прилавків і кас, тіснота і задуха у магазині, погане освітлення у торговому залі, низька якість товарів, відсутність пакувального матеріалу, відсутність решти у касира, завантаженість продавців через наплив відвідувачів, неможливість уважно та детально ознайомитися з продукцією» [36, с. 142];

2) суб'єктивно-особистісні причини – «деякі особливості поведінки покупця і продавця: агресивність, дратівливість, втома, погане самопочуття, зневажливе ставлення до співрозмовника, грубість і безтактність, неухважність один до одного» [36, с. 142].

Дослідниця вказує, що продавець не може усунути об'єктивні причини конфліктів. Щодо суб'єктивних причин, то тут їх усунення зумовлюється вольовими зусиллями, рівнем загальної та комунікативної культури, здатності до самоконтролю діяльності та саморегуляції психоемоційного стану кожного учасника спілкування (продавця і покупця). Особливу увагу авторка приділяє тактиці поведінки фахівця як чинника, від якого залежить можливість ефективного розв'язання, а також, що, на наш погляд, є чи найголовнішим, можливість не допустити виникнення конфлікту взагалі.

Ґрунтуючись на аналізі С. Решміділової, розглянемо поняття «продаж» з точки зору соціально-економічних відносин. «Продаж товару – це угода між торговельним підприємством, яке представлено в особі продавця, і покупцем», причому в цій угоді кожний учасник спрямований на свою мету. «Угода купівлі-продажу товару досягається й укладається в кілька етапів, кожному з яких відповідає певна тактика поведінки продавця» [36, с. 142-143].

На першому етапі відбувається зустріч покупця і встановлення з ним контакту. При цьому продавець застосовує спеціальні тактики для визначення типу покупця та моделі його поведінки, відповідної моделі взаємодії з цим покупцем. На другому етапі продавець має виявити потреби і мотиви покупця щодо купівлі товару: визначити коло питань до покупця, обрати форми отримання інформації від нього задля виявлення потреб (пасивне чи активне вислуховування запиту), переконатися у наявності наміру здійснити купівлю.

Третій етап угоди реалізується як аргументація і демонстрування товарів: почергове представлення сильних і слабких аргументів, наголошення на ключових доводах, залучення покупця до демонстрування моделі володіння товаром, діалогічне спілкування з покупцем. На четвертому етапі продавець відповідає на можливі заперечення: вплив на покупця задля здійснення вибору, застосування прийомів відхилення заперечень. На п'ятому етапі продавець і покупець підходять до укладання угоди, тому продавцю необхідно визначити сприятливий момент для завершення акту продажу, залучити покупця до демонстрування товару вже в якості його власника.

Задля ефективної сервісної комунікації на кожному етапі угоди актуальними є такі професійно важливі якості продавця:

- на етапі встановлення контакту з покупцем – прихильність, відкритість, ініціативність, впевненість у собі і в своєму партнерові;
- на етапі виявлення потреб і мотивів покупця – щирість, витримка, спостережливість, пластичність;
- на етапі аргументованої демонстрації товарів – володіння вербальними навичками спілкування, навичками переконання і психологічного впливу;
- на етапі відхилення заперечень покупця – тактовність, толерантність, стресостійкість, навички соціальної рефлексії;
- на етапі укладання угоди – шанобливе ставлення до покупця, підтримка інтересу та уваги до нього [36, с. 143].

Відповідно до структури комунікативної компетентності як єдності пізнавального, емоційного та поведінкового компонентів Л. Деркач і Л. Литвиненко [8] визначають комунікативні уміння, що впливають на ефективну взаємодію у контактній зоні професійної сервісної діяльності. Так, навички орієнтування в ситуації (пізнавальний компонент) зумовлюють ефективний початок розмови з клієнтом та винайдення відповідної теми, вибір адекватної стратегії спілкування з ним, чутливість щодо часових і просторових параметрів організації взаємодії.

Емоційний компонент соціономічної комунікативної компетентності утворюють здатність до розпізнавання емоцій клієнта, емпатія, навички емоційної саморегуляції. Причому ці властивості автори визнають ключовими, оскільки працівник сфери послуг постійно стикається в роботі з емоційними проявами клієнтів, в це впливає на емоційний стан працівника.

До складу поведінкового компонента автори відносять навички залучення уваги клієнта, навички атракції (формування позитивного ставлення до клієнта та позитивного враження про себе у нього), навички визначення домінантних думок, переконань та смаків клієнта [8].

Висновки до розділу 1

Отже, комунікативна компетентність особистості є інтегральним психологічним утворенням, яке забезпечує успішне та ефективне спілкування у різних аспектах життя і діяльності. Для соціономічних професій, які реалізуються в системі «людина-людина», суттєво важливим є аспект саме контактної зони взаємодії працівника з іншою людиною, на яку спрямовані професійні дії. Тому соціономічна професійна діяльність передбачає не тільки специфічні професійні знання і навички, але і знання і навички щодо комунікації. Відповідно професійна компетентність фахівців соціономічної сфери, зокрема сервісної, як необхідний компонент містить комунікативну компетентність. Комунікативна компетентність розглядається як система пізнавальних, емоційних та поведінкових здатностей особистості, що зумовлюють адекватну орієнтацію ситуаціях взаємодії, розуміння партнера, емоційно-вольову саморегуляцію комунікативної поведінки, емоційний інтелект, вмотивоване використовувати індивідуально і соціально прийнятних способів комунікативної активності і впливу на партнера.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СЕРВІСНОЇ СФЕРИ

2.1. Організація та процедура дослідження

Емпіричне дослідження було спрямоване на визначення параметрів комунікативної компетентності працівників сфери обслуговування. Експериментальну вибірку склали 33 досліджуваних (усі жінки віком 22-34 роки, працівниці торгівельних підприємств з продажу одягу).

Емпіричне дослідження було здійснено за такими етапами.

1. Визначення первинних параметрів комунікативної компетентності досліджуваних у процесі констатувальної діагностики (Додаток А).
2. Розробка та проведення соціально-психологічного тренінгу розвитку комунікативної компетентності працівників торгівлі.
3. Визначення вторинних параметрів комунікативної компетентності досліджуваних у процесі підсумкової діагностики (Додаток Б).

Завдання емпіричного дослідження: добір валідного психодіагностичного інструментарію; здійснення кількісно-якісного аналізу емпіричних даних, оцінка ефективності тренінгового навчання, інтерпретація отриманих результатів.

Було використано такий діагностичний інструментарій.

1. Методика діагностики комунікативних та організаторських схильностей (КОС-2) (Б. Федоришин і В. Синівський) [10] призначена для виявлення властивостей особистості, які можуть бути індикаторами комунікативних здібностей. Зміст стимульного матеріалу дозволяє визначити кількісно-якісні параметри комунікативних і організаторських здібностей. Комунікативні здібності авторами методики представлені як вміння легко й

швидко встановлювати контакти з людьми, прагнення до широкого й інтенсивного спілкування. Організаторські здібності – це вміння здійснювати вплив людей з задля того, щоб вони виконували певні завдання і досягали певних цілей і досягнення певних цілей, прагнення до прояву ініціативи, до участі у громадській роботі. Для теми і завдань нашого дослідження актуальними є показники комунікативних здібностей особистості, для позначення яких ми використали термін «комунікабельність». Тому для діагностики ми використали ту частину стимульного матеріалу, який відповідає саме цьому параметру.

2. Методика діагностики емоційного інтелекту Н. Холла [9] дозволяє визначити здатність особистості розпізнавати емоції інших людей у різних життєвих ситуаціях, а також здатність до розпізнавання та управління власними емоціями. Визначається загальний показник емоційного інтелекту на основі діагностики таких параметрів:

- 1) емоційна обізнаність (усвідомлення емоцій, здатність їх розрізнити і вербалізувати);
- 2) емоційна пластичність (управління власними емоціями);
- 3) емоційна саморегуляція (довільне регулювання власних емоцій, емоційна самомотивація);
- 4) емпатія розуміння емоції іншої людини та співпереживати їй
- 5) емоційний вплив (розпізнавання емоцій інших людей, здатність впливати на емоційний стан іншої людини).

3. Методика «Діагностика перцептивно-інтерактивної компетентності» (модифікований варіант М. Фетіскіна) [26] призначена для інтегративного вивчення комунікативної компетентності. За результатами діагностики визначаються показники сформованості загального рівня та структурних компонентів комунікативної компетентності:

- 1) взаємопізнання – показник адекватності оцінки особистості партнерів по спілкуванню;

- 2) взаєморозуміння – показник спрямованості на спільні інтереси, на розуміння точки зору іншої людини;
- 3) взаємний вплив характеризує ступінь активного втручання у систему стосунків, самокорекцію та саморефлексію;
- 4) соціальна автономність виражає суб'єктивну значущість своїх переконань, позиції у спілкуванні та спільній діяльності;
- 5) соціальна адаптивність відображає гармонійність взаємин, задоволеність своїм соціальним статусом, гнучкість поведінки;
- 6) соціальна активність виражає готовність до взаємодії, мотивацію та орієнтацію у спілкуванні.

4. Методика діагностики мотиваційних орієнтацій у міжособистісних комунікаціях (І. Ладанов, В. Уразаєва) [25] дозволяє визначити показники таких комунікативних мотиваційних орієнтацій: на прийняття партнера, на адекватність сприйняття та розуміння партнера, на досягнення компромісу. За загальним сумарним показником оцінюються ступінь гармонійності комунікативних орієнтацій особистості.

Отже, використаний нами психодіагностичний інструментарій є валідним, що зумовлює отримання достовірних емпіричних даних.

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

Визначення взаємозв'язків між параметрами комунікативної компетентності працівників сфери обслуговування було здійснено із застосуванням коефіцієнту r_{xy} -Пірсона [37]. Результати кореляційного аналізу наведені у таблицях 2.1-2.3.

Як бачимо з таблиці 2.1., усі компоненти перцептивно-інтерактивної компетентності додатно сильно або додатно помірно корелюють з комунікативними мотиваційними орієнтаціями. Це відповідає результатам нашого теоретичного аналізу щодо зумовленості рівня володіння комунікативними навичками відповідно до мотивованої спрямованості на

розуміння партнера, на позитивне ставлення до нього та на досягнення комунікативної згоди.

Таблиця 2.1

Кореляційний зв'язок між компонентами комунікативної компетентності та комунікативними мотиваційними орієнтаціями і комунікативними здібностями

Компоненти комунікативної компетентності	Комунікативні мотиваційні орієнтації				Комунікабельність
	Прийняття партнера	Адекватність сприйняття і розуміння партнера	Досягнення компромісу	Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій	
Взаємопізнання	0,70**	0,74**	0,58**	0,80**	0,46**
Взаєморозуміння	0,80**	0,76**	0,55**	0,83**	0,40**
Взаємовплив	0,70**	0,67**	0,65**	0,80**	0,47**
Соціальна автономність	0,75**	0,72**	0,70**	0,86**	0,32*
Соціальна адаптивність	0,59**	0,52**	0,65**	0,69**	0,63**
Соціальна активність	0,68**	0,59**	0,54**	0,71**	0,46**
<i>Загальний рівень</i>	0,78**	0,74**	0,68**	0,87**	0,46**

Примітка: * – на рівні значущості $p < 0,05$; ** – на рівні значущості $p < 0,01$

За результатами кореляційного аналізу, наведеними у таблиці 2.2 констатуємо переважно сильний додатний зв'язок усіх складових і загального рівня емоційного інтелекту з загальним рівнем комунікативної компетентності, а також з її компонентами взаємопізнання і соціальна адаптивність. Це емпірично підтверджує теоретичні положення щодо позитивного впливу здатності особистості до розпізнавання та саморегуляції емоцій на успішність здійснення соціальної взаємодії.

На основі кореляційних зв'язків інших компонентів комунікативної компетентності і складових емоційного інтелекту спостерігаємо такі тенденції.

1. Компетентне взаєморозуміння забезпечується наявністю позитивного емоційного досвіду (емоційна обізнаність), здатністю до

емоційного співпереживання (емпатія) та сформованістю навичок емоційного впливу на партнера;

2. Аналогічні зв'язки спостерігаємо для компетентного взаємовпливу, але з підкріпленням навичок емоційної саморегуляції.

3. Здатність до мимовільного емоційного реагування (емоційна пластичність) та до мимовільного управління своїми емоційними станами, здатність до емпатії та навички впливати на емоційні стани інших людей дозволяють особистості бути соціально автономною та здійснювати самостійну комунікативну поведінку.

4. Компетентна комунікативна активність (соціальна активність) особистості ґрунтується на її здатності усвідомлювати, розрізняти і описувати емоційні стани свої та інших людей.

Таблиця 2.2

Кореляційний зв'язок між компонентами комунікативної компетентності та емоційним інтелектом і комунікативними здібностями

Компоненти комунікативної компетентності	Емоційний інтелект					
	Емоційна обізнаність	Емоційна пластичність	Емоційна саморегуляція	Емпатія	Емоційний вплив	Загальний показник
Взаємопізнання	0,48**	0,35*	0,43**	0,64**	0,46**	0,64**
Взаєморозуміння	0,44**	-	-	0,63**	0,41**	0,54**
Взаємовплив	0,33*	-	0,32*	0,63**	0,46**	0,53**
Соціальна автономність	-	0,34*	0,29*	0,65**	0,31*	0,34*
Соціальна адаптивність	0,39*	0,42**	0,34*	0,58**	0,52**	0,56**
Соціальна активність	0,32*	-	-	0,53**	-	0,39*
<i>Загальний рівень</i>	0,40*	0,32*	0,34*	0,67**	0,43**	0,56**
<i>Комунікативні здібності</i>						
Комунікабельність	0,61**	0,57**	0,56**	0,37*	0,54**	0,69

Примітка: * – на рівні значущості $p < 0,05$; ** – на рівні значущості $p < 0,01$

За показниками кореляційних зв'язків емоційним інтелектом та комунікативними мотиваційними орієнтаціями (табл. 2.3) визначаємо ключову значущість емпатії у формування позитивної спрямованості на партнера

Таблиця 2.3

Кореляційний зв'язок між емоційними інтелектом та комунікативними мотиваційними орієнтаціями і комунікативними здібностями

Емоційний інтелект	<i>Комунікативні мотиваційні орієнтації</i>			
	Прийняття партнера	Адекватність сприйняття і розуміння партнера	Досягнення компромісу	<i>Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій</i>
Емоційна обізнаність	-	0,34*	-	-
Емоційна пластичність	-	-	-	-
Емоційна саморегуляція	-	-	0,29*	-
Емпатія	0,42**	0,66**	0,39*	0,59**
Емоційний вплив	-	-	-	-
<i>Загальний рівень</i>	-	0,38*	0,35*	0,36*
<i>Комунікативні здібності</i>				
<i>Комунікабельність</i>	0,45**	0,52**	0,30*	0,38*

Примітка: * – на рівні значущості $p < 0,05$; ** – на рівні значущості $p < 0,01$

На основі даних, наведених у таблицях 2.1-2.3, можемо констатувати, що комунікативні здібності людини (комунікабельність) мають сильний додатний зв'язок з усіма компонентами комунікативної компетентності, що свідчить про те, комунікативні здібності особистості є одночасно є і факторами і показниками комунікативної компетентності.

Відповідно до рівня комунікативної компетентності усі досліджувані були розподілені на три групи. До групи високого рівня комунікативної компетентності увійшли 9 досліджуваних (27,3%), група середнього рівня комунікативної компетентності складається з 17 досліджуваних (51,5%), 7 досліджуваних (21,2%) увійшли до групи низького рівня комунікативної компетентності (табл. 2.4, рис. 2.1).

Таблиця 2.4.

Розподіл досліджуваних за рівнем комунікативної компетентності

Групи	Кількість осіб	%
Група високого рівня комунікативної компетентності (ВКК)	9	27,3
Група середнього рівня комунікативної компетентності (СКК)	17	51,5
Група низького рівня комунікативної компетентності (НКК)	7	21,2
<i>Усього досліджуваних</i>	33	100,00

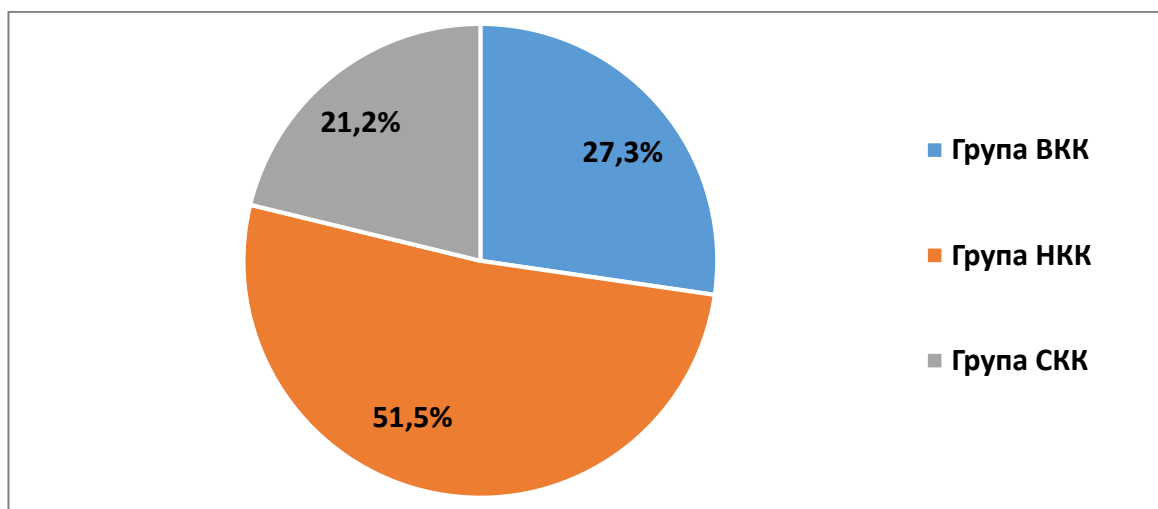


Рис. 2.1. Розподіл досліджуваних за рівнем комунікативної компетентності

Для визначення статистично значущих відмінностей між групами досліджуваних з різним рівнем комунікативної компетентності ми провели порівняльний аналіз з використанням H -критерію Крускала-Волліса [37]. Висновок робиться на основі критичних значень розподілу χ^2 (у нашому випадку $\chi^2_{0,05}=5,99$, $\chi^2_{0,01}=9,21$).

У таблиці 2.5 наведені усереднені показники (\bar{X}) і стандартні відхилення (s_x) параметрів комунікативної компетентності, емоційного інтелекту, комунікативних мотиваційних орієнтацій, комунікативних здібностей, а також показники двобічного H -критерію (H_{em}) для різних груп досліджуваних.

Таблиця 2.5.

**Порівняння параметрів комунікативної компетентності
емоційного інтелекту, комунікативних мотиваційних орієнтацій,
комунікативних здібностей в різних групах досліджуваних**

Параметри	Групи за рівнем комунікативної компетентності						<i>N_{емп}</i>
	ВКК		СКК		НКК		
	\bar{X}	<i>s_x</i>	\bar{X}	<i>s_x</i>	\bar{X}	<i>s_x</i>	
<i>Комунікативна компетентність</i>							
<i>Загальний рівень ПІК</i>	110,3	8,12	75,5	13,26	45,1	7,17	32,78**
Взаємопізнання	17,4	2,30	1,4	2,64	7,9	2,12	27,41**
Взаєморозуміння	17,8	2,39	11,6	3,06	8,4	0,53	26,36**
Взаємовплив	17,9	1,27	11,7	2,62	6,9	2,04	30,61**
Соціальна автономність	20,2	2,51	13,6	3,43	7,3	2,63	28,56**
Соціальна адаптивність	18,3	3,20	13,7	3,00	8,0	1,91	26,34**
Соціальна активність	18,7	3,71	13,2	3,26	6,7	1,80	27,39**
<i>Емоційний інтелект</i>							
<i>Загальний показник EI</i>	57,9	15,02	50,8	8,21	98,7	9,20	15,54**
Емоційна обізнаність	11,9	4,08	11,5	3,81	7,9	2,27	11,49**
Емоційна пластичність	10,8	3,87	10,6	2,98	8,9	2,73	8,41**
Емоційна саморегуляція	11,6	4,22	10,2	2,24	7,9	3,13	11,92**
Емпатія	12,9	3,10	9,8	2,04	7,6	2,07	17,91**
Емоційний вплив	10,4	4,28	8,6	2,76	6,6	1,40	11,89**
<i>Комунікативні мотиваційні орієнтації</i>							
<i>Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій</i>	63,3	7,05	43,8	9,15	36,4	6,85	22,41**
Прийняття партнера	21,3	3,28	14,2	3,38	12,9	3,85	20,90**
Адекватність сприйняття і розуміння партнера	19,1	4,83	13,8	4,23	9,7	1,70	21,08**
Досягнення компромісу	20,9	3,06	15,8	3,75	13,9	4,88	16,41**
<i>Комунікативні здібності</i>							
Комунікабельність	62,8	25,14	54,4	16,09	40,0	13,54	11,19**

Примітка: ** – на рівні значущості $p < 0,01$

Як бачимо, існує статистично достовірна сильна міжгрупова відмінність за усіма досліджуваними параметрами, тобто певному рівню комунікативної компетентності відповідають відповідні рівні емоційного інтелекту, комунікативних здібностей та спрямованості комунікативної поведінки.

У гістограмі (рис. 2.2) наочно представлені групові профілі досліджуваних у різних групах.

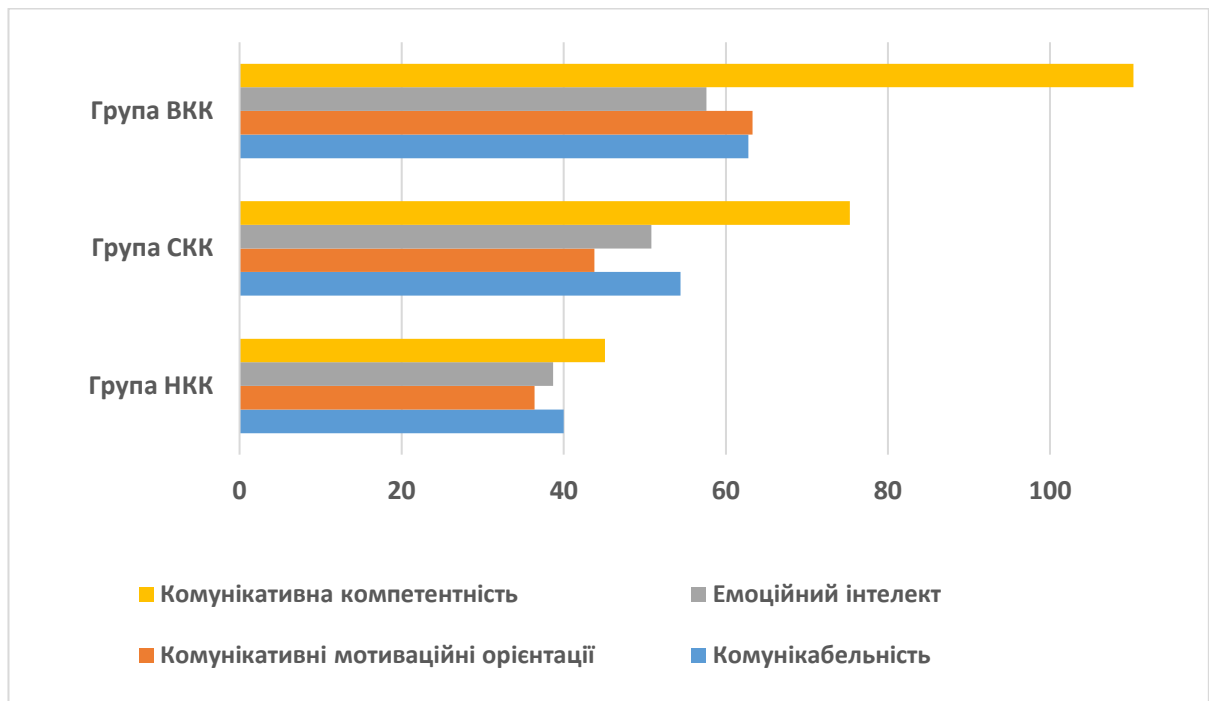


Рис. 2.2. Усереднені показники комунікативної компетентності, емоційного інтелекту, комунікативних орієнтацій, комунікативних здібностей у групах досліджуваних.

Як бачимо, у групових профілях досліджуваних з середнім та низьким рівнем комунікативної компетентності емоційний інтелект і комунікативна мотивація мають нижчі показники відносно інших параметрів. Вочевидь, недостатня спрямованість на спілкування та обмеженість щодо розпізнавання емоцій та управління емоційними станами знижує ефективність комунікативної поведінки людини.

В аспекті компонентів комунікативної компетентності (рис. 2.3) можемо зазначити, що у досліджуваних групи ВКК домінуючий рівень соціальної автономності. Це дозволяє людині самостійно обирати способи та стратегії взаємодії, не просто регулювати хід спілкування, а приймати рішення щодо участі в ньому. Для групи СКК характерні домінуючі позиції інтерактивних компонентів (соціальної адаптивності, автономності та активності) на фоні

значно нижчих показників перцептивних компонентів (взаємопізнання, взаєморозуміння, взаємовплив). На наш погляд, саме комунікативна активність забезпечує середній рівень компетентності. Для групи НКК вбачаємо проблемною зоною недостатню комунікативну активність на фоні соціальної несамостійності та недостатньої здатності щодо психологічного впливу на партнера.

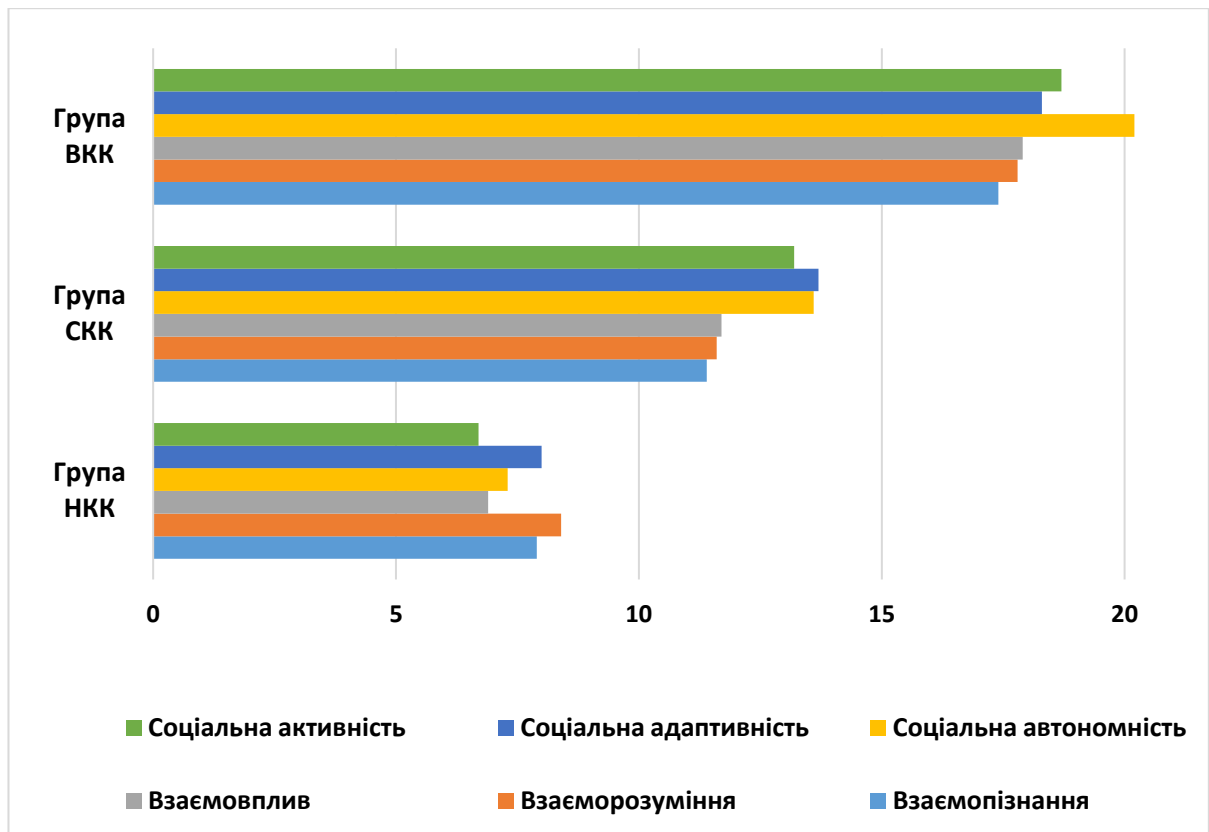


Рис. 2.3. Усереднені показники компонентів комунікативної компетентності у групах досліджуваних

Групові профілі емоційного інтелекту (рис. 2.4) демонструють домінуючу позицію емпатії для групи ВКК на фоні високого рівня саморегуляції та емоційної обізнаності. Можна стверджувати, що саме емоційна обізнаність, що домінує у профілі СКК, забезпечує достатній рівень емоційних можливостей для здійснення комунікації на середньому рівні компетентності. На основі профілю емоційного інтелекту групи НКК визначаємо домінуючу позицію емоційної пластичності на фоні низьких

показників емпатії та здатності до емоційного впливу, а також недостатнього рівня емоційної обізнаності та саморегуляції. У розвитку саме цих параметрів комунікативної компететності ми вбачає напрямки корекційної роботи.

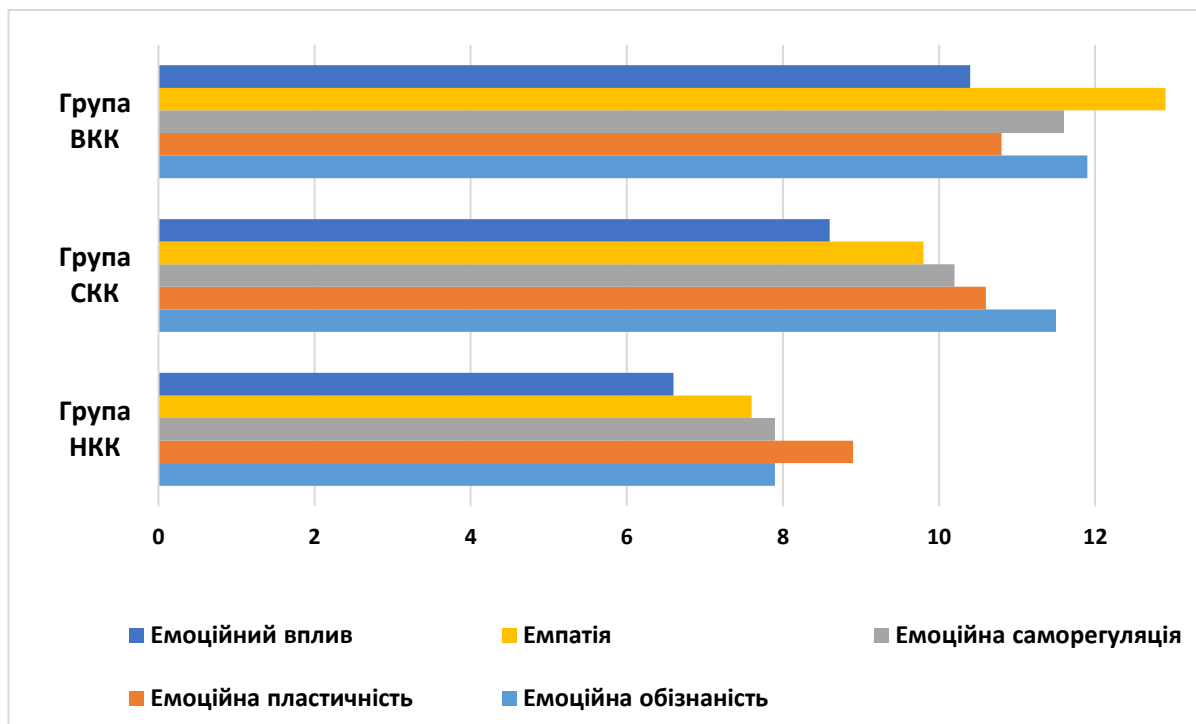


Рис. 2.4. Усереднені показники складових емоційного інтелекту в групах досліджуваних

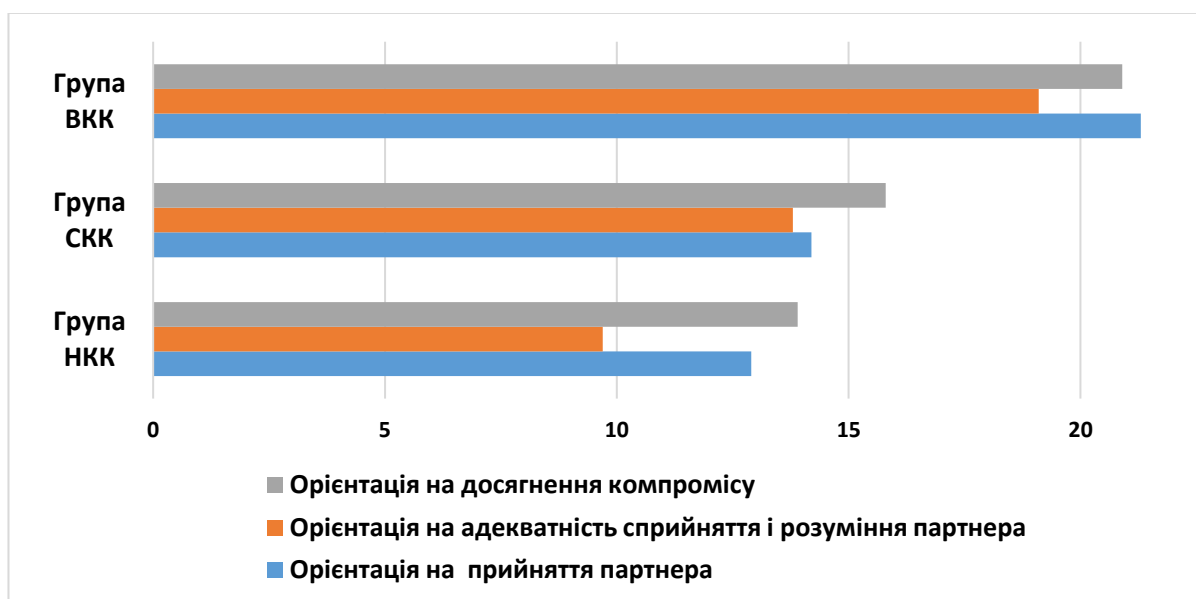


Рис. 2.5. Усереднені показники комунікативних мотиваційних орієнтацій у групах досліджуваних

Групові профілі комунікативних мотиваційних орієнтацій (рис. 2.5) демонструють загальну тенденцію щодо домінантності спрямованості на досягнення компромісі та на прийняття партнера.

Вважаємо, що для груп ВКК і СКК відносно знижений на цьому фоні показник орієнтації на адекватність сприйняття і розуміння партнера компенсується відповідно високою та достатньою перцептивною, інтерактивною та емоційною компетентністю. Для досліджуваних групи НКК набуття знань про природу спілкування, про механізми сприймання, формування навичок соціальної перцепції ми вбачаємо завданнями корекційної роботи.

Висновки до розділу 2

Таким чином, отримані емпіричні дані та їхній кількісно-якісний аналіз підтверджують наші теоретичні висновки про те, що комунікативна компетентність має інтегральний характер та виступає як особистісне утворення, яке зумовлює активність особистості у спілкуванні, адекватність комунікативної поведінки відповідно до змісту ситуацій взаємодії, сутності проблем чи протиріч, які виникають у спілкуванні людей один з одним. Результати емпіричного дослідження також відображають розуміння комунікативної компетентності як цілісної системи когнітивних, емоційний та поведінкових компонентів, які об'єднуються та спрямовуються комунікативними орієнтаціями особистості.

Отже, формування й удосконалення способів саморегуляції поведінки, збагачення когнітивного, емоційного, інтерактивного досвіду досліджуваних сприятиме розвитку комунікативної компетентності особистості, зокрема у складі професійної компетентності працівників сервісної сфери.

РОЗДІЛ 3.

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

3.1. Обґрунтування програми розвитку комунікативної компетентності працівників сервісної сфери

На основі аналізу науково-психологічних досліджень, присвячених вивченню психологічних особливостей соціомічної професійної діяльності, зокрема у сервісній сфері, та феноменології комунікативної компетентності можемо зазначити такі типові труднощі у професійній комунікації [4; 21; 27]:

- дефіцит комунікативних навичок ділового спілкування;
- залежність якості наданої послуги від настрою працівника;
- неуважність до клієнтів;
- відсутність навичок сервісної поведінки (співробітники поведуться так, як уміють, а не так, як вимагає цього етикет сервісного закладу);
- складність в управлінні спілкуванням під час спілкування;
- труднощі в передачі власного емоційного ставлення до бесіди.

Причини зазначених труднощів полягають у побоюваннях працівників щодо спілкування з клієнтами, у негативній установці на клієнта, у наявності минулого негативного досвіду спілкування з клієнтом, у виникненні негативних емоцій при такому перебігу взаємодії, який не був передбачений [34].

При розробці програми розвитку комунікативної компетентності ми спиралися на ці висновки та на результати психодіагностичного обстеження досліджуваних. Відповідно в якості основного психокорекційного методу ми обрали соціально-психологічний тренінг (СПТ) розвитку комунікативної компетентності працівників сервісної сфери.

СПТ є багатофункціональним методом здійснення цілеспрямованих змін у свідомості окремої особистості чи групи: розвиток особистісних властивостей та формування певних навичок. Особливість тренінгу полягає в тому, що учасники проходять підготовку відповідно до вимог сучасного життя, оскільки при цьому створюються навчальні ситуації, які моделюють реальність, що дозволяє учасникам експериментувати щодо способів поведінки і спілкування [40]. Як зазначає Н. Мілорадова [27], соціально-психологічний тренінг – це сукупність спеціально відібраних і систематизованих інтерактивних методів психолого-педагогічного впливу, спрямованих на формування навичок самопізнання та самовдосконалення.

Проведення СПТ здійснюється за такими етапами.

1. Етап створення працездатності тренінгової групи. Головним завданням на цьому етапі є створення комфортної атмосфери для усіх учасників через зняття напруги, роз'яснення й уточнення мети тренінгової роботи, визначення правил поведінки під час тренінгу, створення можливості для активності кожного учасника.

2. Етап орієнтації, головним завданням якого є уточнення і конкретне визначення кожним учасником тренінгу своїх власних цілей через виявлення об'єктивних та суб'єктивних обмежень (соціальні нормативи, комунікативні дефіцити), які спричиняють неефективне спілкування.

3. Етап змін, на якому здійснюється засвоєння нових психологічних знань щодо природи спілкування, апробація та коригування нових комунікативних установок, навичок, умінь. Для цього тренером створюються умови для цілеспрямованого та усвідомленого навчання у змодельованих ситуаціях професійної взаємодії.

4. На завершальному етапі кожен учасник має усвідомити і вербалізувати (сформулювати) оцінку щодо індивідуальних результатів тренінгу: ефективність, про можливість застосування набутих навичок у реальних ситуаціях життя та професійної діяльності [40].

Робота у тренінговій групі ґрунтується на таких принципах.

– принцип добровільної участі у тренінгу – нікого до участі в тренінгу не примушують, інакше учасники не будуть зацікавлені у розвитку і вдосконаленні своїх комунікативних властивостей, і, відповідно, не буде позитивної особистісної динаміки;

– принцип діалогізації взаємодії передбачає організацію повноцінного міжособистісного спілкування у групі;

– принцип самодіагностики виражається у рефлексії та саморозкритті учасників, у самопізнанні своїх індивідуальних комунікативних властивостей;

– принцип безпеки гарантує кожному учаснику і групі в цілому збереження конфіденційності їхньої інформації;

– принцип відкритості забезпечує довірче спілкування, в якому можливе саморозкриття кожного учасника та здійснення зворотного зв'язку;

– принцип партнерських відносин дозволяє реалізувати суб'єкт-суб'єктної взаємодії між тренером і членами групи, гарантувати усім рівні права на висловлення власної точки зору, на виявлення своїх почуттів, на висловлення незгоди;

– принцип активності забезпечує обов'язкову участь кожного члена групи у виконанні завдань тренінгу та обов'язкове прийняття на себе відповідальності за результати своєї роботи;

– принцип персоніфікації висловлювань забезпечує розвиток навичок словесного вираження власних почуттів, думок, вражень та переживань [33].

Як спосіб моделювання життя, в якому, виконуються реальні комунікативні дії в умовних ситуаціях у соціально-психологічних тренінгах застосовуються рольові ігри. Це дозволяє зосередити увагу на процесі міжособистісної взаємодії, уникнути психоемоційного напруження через відсутність реальної відповідальності за непродуктивні професійні дії. Саме тому рольові ігри в умовах соціально-психологічного тренінгу визначаються психологами-практиками як найбільш ефективний метод формування компетентних комунікативних навичок. Така результативність рольової гри

пов'язана з тим, що засвоєння відбувається краще, коли воно супроводжується активними динамічними процесами. Навчальний ефект рольових вправ зумовлюється не просто виконанням дій, а тим, що при цьому актуалізується чуттєво-когнітивна активність особистості, тобто залучаються та розвиваються усі компоненти комунікативної компетентності: пізнавальний, емоційний, поведінковий [49].

Використання рольових ігор у тренінгу, на думку багатьох дослідників, є продуктивним з таких причин:

- у процесі розігрування ролей здійснюється діагностика і самодіагностика комунікативних властивостей, що дозволяє виявити наявність труднощів у спілкуванні;
- рольові ігри дозволяють не тільки розвивати нові форми комунікативної поведінки, але й змінювати комунікативні установки;
- у процесі ігрової рольової поведінки відбувається застосування різноманітних прийомів емоційної регуляції, що дозволяє здійснити оцінку їхньої ефективності
- рольова ігрова взаємодія – це поле для актуалізації наявних та набуття нових навичок розпізнавання емоцій партнера,
- в умовах рольової гри забезпечується оперативний зворотний зв'язок учасників тренінгового навчання;
- рольові ігри дозволяють усунути розбіжності між тренінговими навчальними ситуаціями та реальними життєвими.
- завдяки рольовій грі відбувається інтенсивний та усвідомлений процес
- закріплення нових комунікативних навичок, набуття нових способів вербальної та невербальної взаємодії, оформлюється індивідуальний стиль комунікативної поведінки [58].

Процедура рольової гри. Задається певна ситуація (дається передісторія виникнення конкретної проблеми, визнаються умови ситуації); описуються ролі (надається характеристика людей, які беруть участь у цій ситуації).

Розподіляються ролі, виконуючи які учасники мають поводитись відповідно до того, що вони очікують від людини з наданими характеристиками у заданих ситуаціях. Таким чином учасник демонструє наявні у себе зразки комунікативної поведінки та здійснює апробацію нових.

У рольовій грі дуже важливо обговорення її процесу і результатів. Груповий аналіз здійснюється за такими параметрами: які індивідуально-психологічні особливості учасників були виявлені у грі; як були продемонстровані невербальні і вербальні засоби спілкування; які прийоми використовували учасники для встановлення контакту; які емоції переважно виявлялися у спілкуванні; хто з учасників досяг своєї мети і що цьому сприяло [12].

Індивідуальні враження учасників визначаються у таких аспектах: які емоції Ви відчували при спілкуванні з партнером; які цілі Ви ставили перед собою, чи вдалося досягти їх; чому Ви обрали такий стиль (або спосіб) комунікативної поведінки; за допомогою яких прийомів Вам вдалося встановити контакт; яку мету, на Вашу думку, ставив перед собою партнер, які мотиви спонукали його дії.

До тренінгового навчання були залучені досліджувані, яких за первинними параметрами (за результатами констатувальної діагностики) продемонстрували а низький рівень комунікативної компетентності (група НКК, 7 осіб).

Зважаючи на безпекові умови, була необхідність зменшити тривалість занять тренінгу, тому з його програми ми вилучили елементи психологічного теоретичного навчання. Натомість були проведені 2 просвітницькі лекції-диспути «Як відбувається спілкування людей» та «Чому люди не доходять згоди». Метою цих заходів було набуття досліджуваними психологічних знань про сутність спілкування, його компоненти (інформаційний, перцептивний, інтерактивний), про стратегії взаємодії (діалогічна, авторитарна, маніпулятивна, конформна, альтероцентрична), про причини виникнення конфліктних ситуацій, про способи розв'язання конфліктів про параметри

комунікативної компетентності особистості тощо. До просвітницької роботи було залучено не тільки групу НКК, а і досліджуваних з групи СКК (17 осіб). Повна програма СПТ «Формування комунікативної компетентності» наведена у додатку В.

Таблиця 3.1

**Тематичний план
соціально-психологічного тренінгу
«Формування комунікативної компетентності»**

Тема заняття	Мета
1. Знайомство	<ul style="list-style-type: none"> – знайомство; – встановлення контакту; – створення атмосфери довіри; – визначення цілей і завдань тренінгу; – створення умов для саморозкриття учасників.
2. Ефективна комунікація (частина I)	<ul style="list-style-type: none"> – удосконалення комунікативних здібностей; – формування навичок сприйняття та розуміння партнера; – формування навичок емоційної рефлексії, емоційного розпізнавання та емоційного впливу;
3. Ефективна комунікація (частина II)	<ul style="list-style-type: none"> – формування навичок встановлення контакту; – формування навичок проєктування взаємодії з партнером; – вдосконалення індивідуальної комунікативної стратегії і тактики
4. Підсумки	<ul style="list-style-type: none"> – усвідомлення і закріплення отриманих знань та сформованих умінь.

Мета тренінгу – підвищення рівня комунікативної компетентності працівників сервісної сфери; усвідомлення учасниками особистісних цінностей, переконань, орієнтацій; розвиток індивідуальних стратегій соціальної взаємодії; розвиток здатності до емоційно-вольової саморегуляції.

Загальна мета конкретизується у таких завданнях:

- 1) оволодіння психологічними знаннями про сутність і закономірності спілкування;
- 2) набуття комунікативних умінь та навичок;
- 3) діагностика та корекція комунікативних якостей, зняття психологічних бар'єрів, що заважають реальним та продуктивним комунікативним діям;
- 4) визначення та закріплення індивідуалізованих прийомів міжособистісної взаємодії;
- 5) оволодіння способами конструктивної поведінки;
- 6) корекція, формування та розвиток мотиваційних установок, необхідних для успішної взаємодії з людьми;
- 7) формування емпатії, сензитивності, рефлексії, толерантності.

Тривалість тренінгу: 6 годин.

Режим проведення тренінгу: 4 заняття по 1,5 години.

Місце проведення: спеціально обладнане приміщення для проведення групової тренінгової роботи.

Форма проведення: групові заняття. Кожне заняття складається з трьох взаємопов'язаних блоків: вступна частина (розминка), основна частина (робоча), завершення (підсумкова).

3.2. Оцінка ефективності здійсненого корекційного впливу

Оцінка ефективності запровадженого тренінгу «Формування комунікативної компетентності» здійснювалась на основі результатів підсумкової діагностики. Для математичної оцінки результативності тренінгового навчання ми використали непараметричний критерій T Вілкоксона [37]. Висновок робиться на основі критичних значень T -критерію (для кількості досліджуваних у нашому випадку (24 особи) $T_{0.05}=119$, $T_{0.01}=92$). Якщо $T_{емп} < T_{0.05}$, то робиться висновок про наявність типового зсуву

показників у певному напрямку на рівні значущості $p < 0,05$, якщо $T_{емп} < T_{0.01}$ – на рівні значущості $p < 0,01$. Отримані результати щодо діагностованих параметрів комунікативної соціальної компетентності представлені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

**Показники критерію T Вілкоксона
(компоненти перцептивно-інтерактивної компетентності)**

Параметри	$T_{емп}$	Напрямок типового зсуву
<i>Комунікативна компетентність</i>		
<i>Загальний рівень</i>	93,0**	збільшення
Взаємопізнання	80,5*	збільшення
Взаєморозуміння	72,0*	збільшення
Взаємовплив	84,0*	збільшення
Соціальна автономність	-	збільшення
Соціальна адаптивність	71,0*	збільшення
Соціальна активність	72,5*	збільшення
<i>Емоційний інтелект</i>		
<i>Загальний показник</i>	78,0*	збільшення
Емоційна обізнаність	70,0*	збільшення
Емоційна пластичність	-	збільшення
Емоційна саморегуляція	69,5*	збільшення
Емпатія	85,0*	збільшення
Емоційний вплив	70,0*	збільшення
<i>Комунікативні мотиваційні орієнтації</i>		
<i>Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій</i>	89,0*	збільшення
Прийняття партнера	-	збільшення
Адекватність сприйняття і розуміння партнера	72,0*	збільшення
Досягнення компромісу	84,0*	збільшення
<i>Комунікативні здібності</i>		
Комунікабельність	73,0*	збільшення

Примітка: * – на рівні значущості $p < 0,05$, ** – на рівні значущості $p < 0,01$

Як бачимо (табл. 3.3.), статистично достовірні позитивні зміни у напрямку збільшення показників відбулися за більшістю діагностованих параметрів, окрім компоненту комунікативної компетентності соціальна автономність, складової емоційного інтелекту емоційна пластичність,

комунікативної мотиваційної орієнтації на прийняття партнера. Однак можемо зазначити, що зміни за цими параметрами демонструються тенденцію типового зсуву також у напрямку збільшення.

Для більш наочної презентації змін, які відбулися в аспекті кожного параметру, усереднені показники за результатами констатувальної та підсумкової діагностики представлені у таблиці 3.3 та у вигляді гістограм (рис. 3.1-3.4).

Таблиця 3.3

**Усереднені показники компонентів
комунікативної компетентності**

Параметри	Констатувальна діагностика		Підсумкова діагностика	
	\bar{X}	s_x	\bar{X}	s_x
<i>Комунікативна компетентність</i>				
<i>Загальний рівень</i>	66,7	18,30	71,2	14,30
Взаємопізнання	10,3	2,94	11,2	2,43
Взасморозуміння	10,7	2,97	11,2	2,22
Взаємовплив	10,3	3,30	11,0	2,48
Соціальна автономність	11,8	4,32	12,1	4,06
Соціальна адаптивність	12,0	3,77	13,0	3,09
Соціальна активність	11,5	4,25	12,5	3,06
<i>Емоційний інтелект</i>				
<i>Загальний показник</i>	47,3	10,01	52,5	8,82
Емоційна обізнаність	10,5	3,79	11,5	2,45
Емоційна пластичність	10,1	2,97	11,3	2,12
Емоційна саморегуляція	9,5	2,69	10,4	1,50
Емпатія	9,2	2,26	10,5	1,25
<i>Комунікативні мотиваційні орієнтації</i>				
<i>Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій</i>	41,6	9,06	43,0	7,97
Емоційний вплив	8,0	2,59	8,8	1,84
Прийняття партнера	13,8	3,49	14,3	3,11
Адекватність сприйняття і розуміння партнера	12,6	4,11	13,1	3,44
Досягнення компромісу	15,2	4,10	15,6	3,56
<i>Комунікативні здібності</i>				
Комунікабельність	50,2	16,52	52,4	14,51

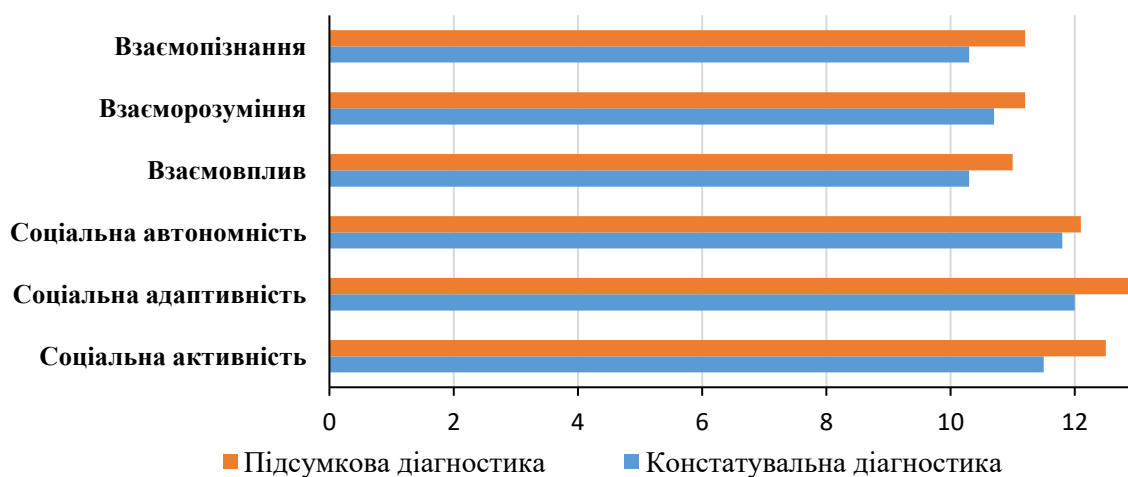


Рис. 3.1. Усереднені показники компонентів комунікативної компетентності

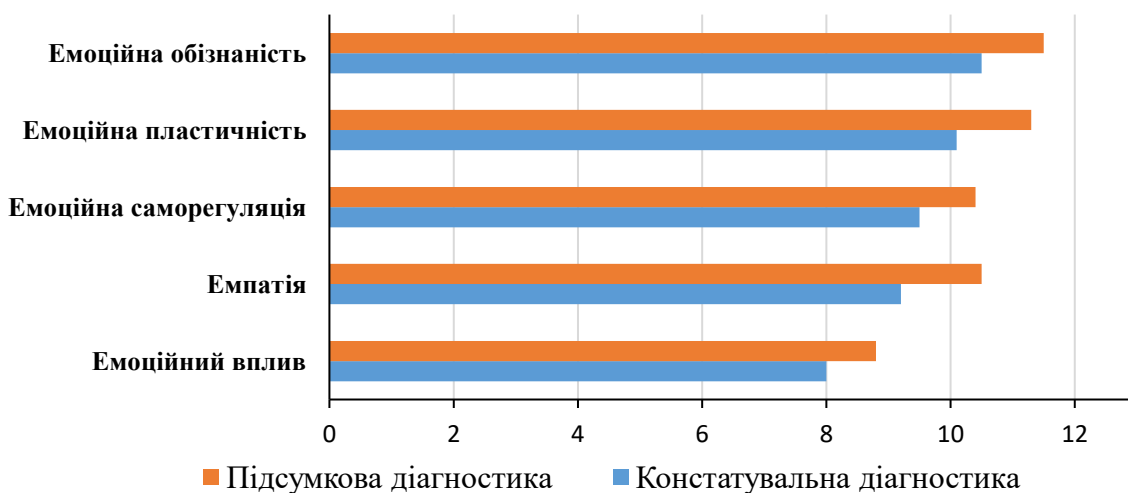


Рис. 3.2. Усереднені показники складових емоційного інтелекту

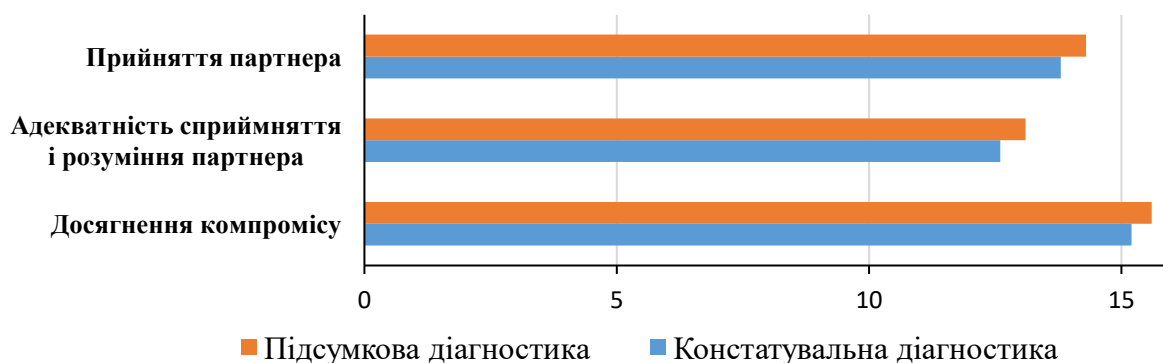


Рис. 3.3. Усереднені показники комунікативних мотиваційних орієнтацій

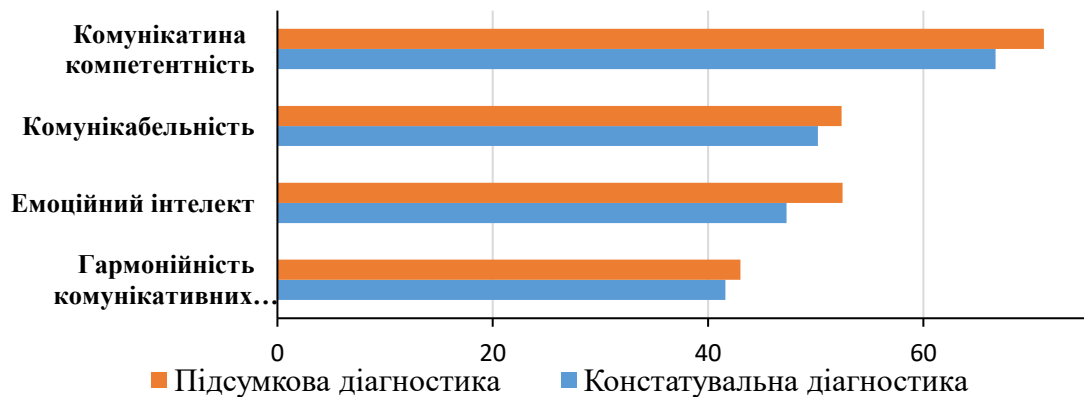


Рис. 3.4. Усереднені параметрів комунікативної компетентності

Висновки до розділу 3

Розроблена і впроваджена програма соціально-психологічного тренінгу ґрунтувалась на трактуванні комунікативної компетентності як цілісного утворення, яке формується на основі усвідомленого когнітивного, позитивного емоційного та соціально закріпленого досвіду особистості.

Умовами закріплення певних формально-змістових параметрів комунікативної поведінки працівників сервісної сфери є успішність встановлення контакту з клієнтами, досягнення індивідуальних цілей та цілей організації, зокрема у спільній професійній діяльності, зворотній зв'язок відповідно до адекватності комунікативних дій очікуванням професійного оточення, мотиваційна спрямованість на клієнтів, здатність до розпізнавання емоцій партнера, сформованість індивідуального стилю комунікативної поведінки. На формування й удосконалення зазначених комунікативних властивостей працівників торгівельного сервісу був спрямований тренінг «Формування комунікативної компетентності».

Результати підсумкового психодіагностичного дослідження підтверджують результативність впровадженої корекційної роботи.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі наведено теоретичне обґрунтування і практичні шляхи розвитку комунікативної компетентності працівників сфери обслуговування.

Професійна діяльність у сервісній сфері реалізується в системі «людина-людина», тому має специфічні соціально-психологічні особливості, а саме реалізується соціально-комунікативними засобами ділового спілкування в контактній зоні взаємодії працівника з клієнтом. Характер цієї взаємодії зумовлений, з одного боку, фаховим змістом сервісу, з іншого – комунікативною компетентністю працівника.

Комунікативна компетентність – це інтегрована комунікативна властивість особистості, яка забезпечує ефективність і успішність спілкування в ситуаціях надання послуг. У складі комунікативної компетентності виокремлюються когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти, у межах яких формуються комунікативні навички. Так, когнітивні процеси забезпечують навички орієнтування у ситуації взаємодії з клієнтом, навички вербалізації комунікативних повідомлень, сприймання партнера. Емоційний компонент виявляється у здатності розпізнавання емоційних станів клієнта, у навичках емоційної саморегуляції та здійсненні психологічного впливу на емоційні переживання клієнта. У поведінковому компоненті втілюються ефективні та вмотивовані комунікативні дії, сформованість пластичного стилю комунікативної поведінки, що реалізується на основі індивідуальних переваг щодо певних дій та щодо їхньої ситуативної необхідності.

На основі аналізу наукових джерел були визначені типові труднощі професійної взаємодії працівників сфери обслуговування, пов'язані недостатнім рівнем комунікативної компетентності: несформовані комунікативні навички розуміння клієнта, його емоційного стану та вмотивованості щодо придбання певного товару чи послуги; низький рівень

знань щодо етикету сервісної взаємодії, щодо соціально-психологічних механізмів спілкування; негативна мотиваційна спрямованість працівників обслуговування на клієнта; неостатній рівень навичок регуляції власних емоцій та емоційних станів партнера, навичок розуміння рефлексії власних емоцій та емоцій клієнта, навичок здійснення психологічного впливу на клієнта.

Корекційна робота, яку ми запровадили у дослідженні, була реалізована із застосуванням методів психологічної просвіти та соціально-психологічного тренінгу. Просвітницькі заходи були спрямовані на підвищення психологічної грамотності досліджуваних щодо сутності та закономірностей здійснення спілкування взагалі, та професійного сервісного спілкування зокрема.

Специфіка соціально-психологічного тренінгу як психокорекційного методу полягає в тому, що учасники набувають комунікативних навичок взаємодії у ситуаціях, в яких змодельовано професійну діяльність. Це дозволяє експериментувати з різними способами і прийомами спілкування на різних рольових позиціях.

У процесі проведення соціально-психологічного тренінгу ми зосередились на удосконаленні комунікативних здібностей досліджуваних; на формуванні їхніх комунікативних навичок сприйняття та розуміння партнера, навичок емоційної рефлексії, емоційного розпізнавання та емоційного впливу; навичок встановлення контакту; навичок проєктування взаємодії з партнером; на вдосконаленні їхнього індивідуального стилю комунікативної поведінки.

Результати підсумкового психодіагностичного дослідження підтверджують наукову обґрунтованість наших теоретичних висновків та практичну доцільність і результативність нашої корекційної роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексєєва А. Соціально-комунікативна компетентність як чинник професійної успішності особистості: гендерний аспект. *Психологічні перспективи*. 2020. Вип. 35. С. 8-23. URL: <http://psychoprospects.vnu.edu.ua/index.php/psychoprospects/article/view/591/514>
2. Баклицький І. О. психологія праці: підручник: 2-ге вид., перероб. І доп. Ктїв: Знання, 2008. 655 с.
3. Безрук. В. Особливості розвитку комунікативної компетентності державних службовців. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 1 (50). Ч. 1. С. 139-146. URL: <https://epa.nltu.edu.ua/index.php/journal/article/view/340/335>.
4. Будянська В. А., Мариківська Г. А. Мистецтво ділового спілкування менеджера освіти як складник його професіоналізму. *Інноваційна педагогіка*. 2022. Випуск 43. Т. 1. С. 78-82. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/91eb96c2-dfbd-4efb-9b16-161f5368b99a/content>.
5. Гавриляк Л. С. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця. *Науковий журнал «ЛОГОΣ. Мистецтво наукової думки»*. 2019. № 3. С. 70-73.
6. Гордієнко В. І. Моделі комунікативного процесу в сучасній психології та їхній потенціал у поясненні діалогічності спілкування. *Наукові записки НаУКМА*. Серія Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. 2009. Том 97. С. 55-60. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/37a54d50-560d-4ee9-b073-ebaf30fb3fb5/content>.
7. Дегтярьова Г. С. та ін. Психологічні аспекти професійної підготовки конкурентоздатних фахівців: монографія / за ред. Руденко Л. А.]. Київ: НАПН України, 2012. 170 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32306975.pdf>.

8. Деркач Л. М., Литвиненко Л. В. Формування комунікативної компетентності працівників сфери послуг за допомогою прийомів емоційного самоконтролю. *Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання*. 2013 С. 194-200. URL: <https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/5804/1/995-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1418-1-10-20200302.pdf>.

9. Діагностика емоційного інтелекту (Н. Холл). *Офіційний сайт Полтавського державного аграрного університету*. URL: <https://www.pdau.edu.ua/content/diagnostyka-emociynogo-intelektu-n-holl>.

10. Діагностика комунікативних та організаторських здібностей. *Центр розвитку кар'єри і неперервної освіти*: Офіційний сайт Вінницького національного технічного університету. URL: https://career.vntu.edu.ua/ukr/index.php?option=com_content&view=article&id=736:test-otsinka-komunikabelnosti-ta-orhanizatorskykh-zdibnostei-z-kliuchem&catid=41&Itemid=967.

11. Заушнікова М. Ю. Психологічні умови формування комунікативної компетентності майбутнього логопеда: дис. канд. психол. наук. 053 – Психологія. НПУ імені М. П. Драгоманова. Київ, 2021. 249 с. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/39490/Zaushnikova_dis.pdf?sequence=1.

12. Іоффе М. В. Особливості невербального аспекту спілкування в управлінській діяльності: дис. доктор філософії: 053 – Психологія. Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського. Київ, 2023. 297 с. URL: <https://tnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/11/Дисертація-Іоффе-М.pdf>.

13. Карамушка Л., Гончаренко Я. Орієнтація на клієнта персоналу комерційних організацій: рівень розвитку та зв'язок з комунікативними та емоційними характеристиками персоналу. *Київський журнал сучасної психології та психотерапії*, 2020. № 1. С. 11-23.

14. Каряка І. В. Особливості розвитку комунікативної компетентності у студентів-психологів. *Психологічні студії*. 2023. № 3. С. 45-50. URL: <http://journals.vnu.volyn.ua/index.php/psychology/article/view/1344/1250>.

15. Ковальова О. А. Психологічні особливості розвитку соціально-комунікативної компетентності вчителів. дис. канд. психол. наук. 19.00.07. – Педагогічна та вікова психологія. Переяслав-Хмельницький, 2018. 216 с. URL: https://phdpu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/Diss_Kovaliova.pdf.

16. Козубовська І. В., Постолюк М. І. До питання про теоретико-методологічні аспекти спілкування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Педагогіка, соціальна робота». 2014. Випуск 32. С. 95-97. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/11336/1/ДО%20ПИТАННЯ%20ПРО%20ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ%20АСПЕКТИ%20СПІЛКУВАННЯ.pdf>.

17. Кокун О. М. Психологія професійного становлення сучасного фахівця: Монографія. Київ: ДП «Інформ.-аналіт. Агенство», 2012. 200 с.

18. Коpecь Л. В., Гордієнко В. І. Діалогічний простір як реальність когнітивної психології спілкування. *Наукові записки НаУКМА*. Серія Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. 2011. Том 123. С. 29-35. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a6ab3f4b-b3f5-4838-b148-8ff5aa26ff8c/content>.

19. Корнєщук В. В. Теорія і практика формування професійної надійності майбутніх спеціалістів соціономічної сфери діяльності. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Одеса, 2009. 432 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/1365/1/Корнєщук%20%20Вікторія%20%20Вікторівна.pdf>.

20. Корніяка О. М. Сучасні підходи до вивчення комунікативної компетентності особистості. *Проблеми сучасної психології*: зб. наук. праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка АПНУ України / за ред.

С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2009. Вип. 3. С. 180-194. URL: <https://journals.uran.ua/index.php/2227-6246/article/view/163160/162118>.

21. Корольчук М. С. та ін. Психологічне забезпечення професіогенезу фахівців торгівлі і сфери послуг: монографія / за заг. ред. М. С. Корольчука. Київ: КНТЕУ, 2021. URL: 288 с. <https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ=/228a498650159ced54ab838e9fefe94b.pdf>.

22. Коструба Н. Когнітивно-стильова характеристика комунікативної компетентності студента. *Психологічні перспективи*. 2020. Вип. 35. С. 68-82. URL: <http://psychoprospects.vnu.edu.ua/index.php/psychoprospects/article/view/595/518>.

23. Мартиненко Л. В. Естетико-психологічна підготовка фахівців сфери обслуговування. *Наукові записки*. Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти. Випуск 11. Том 4. Кропивницький: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2017. С. 162-165. URL: <https://phm.cuspu.edu.ua/ojs/index.php/NZ-PMFMTO/article/view/1242>.

24. Матійків І. М. Формування соціально-психологічних компетенцій майбутніх фахівців сфери обслуговування: психологічний практикум. Львів: Діга-прес, 2007. 226 с.

25. Методика діагностики мотиваційних орієнтацій в міжособистісних комунікаціях (В. Уразаєва, І. Ладанов). Сидорова А. П. *Розвиток комунікативної компетентності як умова гармонійних міжособистісних взаємовідносин*: кваліфікаційна робота магістра. Запоріжжя, 2021. С. 82-84. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/6483/3/Сидорова%20Анна.pdf>.

26. Методика діагностики перцептивно-інтерактивної компетентності (Модифікований варіант Н. П. Фетіскіна). URL: https://drive.google.com/file/d/1ZDq-tda8krShxTyzEutb1DvQYyUASF_i/view?usp=sharing.

27. Мілорадова Н. Е. Тренінг ділового спілкування – складова комунікативної підготовки правоохоронців. *Психологічні та педагогічні проблеми професійної освіти та патріотичного виховання персоналу системи МВС України*. Харків. 2016. С. 54-57. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e8d3e981-75fe-485a-af7e-77a536cf4354/content>.

28. Низовець О. А. Теоретико-методологічний аналіз феномену комунікативної компетентності. Актуальні проблеми психології. Київ-Ніжин: Видавництво НДУ, ДС «Міланік», 2007. Том 10, вип. 1. С. 51-59.

29. Ніколаєнко С. О., Ніколаєнко С. І. Проблема спілкування як діяльності. *Світогляд – Філософія – Релігія*: Збірник наукових праць УАБС НБУ. Суми. 2012. Вип. 2. С. 85-93. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/58636/7/Nikolaenko_spilkuwany.pdf;jsessionid=3CCBD9E1C5E4AD8AD0CA5ECFB5555CDE](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/58636/7/Nikolaenko_spilkuwany.pdf;jsessionid=3CCBD9E1C5E4AD8AD0CA5ECFB5555CDE).

30. Омельченко І. М. Сутнісні модуси категорії «комунікативна діяльність» у дискурсі постнекласичної психології. *Психологія і особистість*: науковий журнал. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, ПНПУ імені В. Г. Короленка. 2017. № 1(11). С. 25-40. URL: <https://psychpersonality.pnpu.edu.ua/article/view/163482/162397>.

31. Пришляк О. Особливості діяльності фахівців соціономічних професій в умовах полікультурності. *Social Work and Education*, Vol. 5, No. 4., pp. 66-75. DOI: <https://doi.org/10.25128/2520-6230.18.4.6>.

32. Прошукало І. Л. Психологічна специфіка діяльності сервісних організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2019. № 2-3(17). С. 97-104. URL: <http://www.orgpsy-journal.in.ua/index.php/oper/article/view/41/24>.

33. Прошукало І. Л. Тренінгова програма формування організаційної культури як інструменту забезпечення психологічного здоров'я працівників організацій у сфері послуг. *Організаційна психологія. Економічна психологія*.

2023. Том 30. № 4. С. 148-155. URL: <http://orgpsy-journal.in.ua/index.php/opep/article/view/419/348>.

34. Пузь І. В., Дударенко А. А. Гендерні особливості прояву комунікативної компетентності у майбутніх фахівців соціономічних професій. *ГАБІТУС*. 2021. Вип. 22. С. 173-178. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/31.pdf>.

35. Рабецька Н. Л. Комунікативна компетентність майбутніх фахівців соціономічної сфери. *Наукові записки*. Серія: Педагогічні науки. 2022. Випуск 207. С. 276-279. DOI: <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2022-1-207-276-279>.

36. Решміділова С. Л. Психологічні аспекти торговельного обслуговування. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія Економічні науки. 2014. № 5, Т. 2 С. 141-144. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e22ab8cd-ec0d-4256-86f4-15411bffad2f/content>.

37. Руденко В. М., Руденко Н. М. Математичні методи в психології: підручник. Київ: Академвидав, 2009. 384 с.

38. Руденко Л. А. Формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах: монографія. Львів: Піраміда, 2015. 342 с. URL: <https://core.ac.uk/reader/32309140>.

39. Солодчук С. Є. Професійне спілкування як предмет дослідження у психології. *Актуальні проблеми психології*: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2020. Вип. 13. Т. 9. С. 339-348. URL: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v9/i13/35.pdf>.

40. Старик В. А., Скуловатова О. В. Розвиток комунікативної компетентності у студентів засобами психологічного тренінгу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Психологічні науки. 2020. Випуск 1. С. 174-181. URL: <https://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/view/1042/993>.

41. Тинкалюк О. В. До проблеми сутності понять «спілкування» та «комунікація» у психолого-педагогічній науковій літературі. *Вища освіта України: теоретичний та науково-методичний часопис*. Тематичний випуск «Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології». 2014. № 3 (54). С. 292-297. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Vyscha_osvita_Ukrainy/2014_N3_54_dodatok_2.pdf?PHPSESSID=m6ff9pt6isijph5pvl56s8spv1#page=295.

42. Товканець Г. В. Діагностика комунікативної компетентності у підготовці майбутнього вчителя початкової школи. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія «Педагогіка. Соціальна робота». 2021. Вип. 1. № 48. С. 400-404. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/37639/1/ДІАГНОСТИКА%20КОМУНІКАТИВНОЇ.pdf>.

43. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі: Навчальний посібник. К.: Професіонал, 2006. 368 с. URL: <https://portal.iapm.edu.ua/portal/media/books/3748f99f5f8f40bc8feb9cfb6dc042e3.pdf>.

44. Чеботарьова І. О. Комунікативна компетентність: теоретичний аспект. *Наукові записки кафедри педагогіки [Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна]* Випуск XXXVI. С. 205-215. URL: <https://periodicals.karazin.ua/pedagogy/article/view/1917/1612>.

45. Черезова І. О. Комунікативна компетентність як інтегральна якість особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Психологічні науки. 2014. Випуск 1. Том. 1. С. 103-107. URL: <https://dspace.bdpu.org.ua/server/api/core/bitstreams/d848b7a4-1fe4-4e4c-82bc-93c643c13f13/content>.

46. Шаповал І. М. Формування професійних компетентностей у підготовці психологів. *Formation of competitiveness of educators and psychologists in the context of European integration: scientific and pedagogical*

internship (January 1 – February 11). 2024. Riga. P. 99-104. URL: https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10791/1/Шаповал_ТЕЗИ.pdf.

47. Шевченко С. В., Фалько Н. М. Розвиток комунікативної компетентності майбутніх психологів. *ГАБИТУС*. 2020. Випуск 18. Т. 2. С. 143-148. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2020/18-2020/part%202/28.pdf>.

48. Юркевич Г. Й. Психологічні особливості процесу обслуговування. *Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур: Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка*, (Тернопіль, 23 квітня 2020 року). С. 79-80. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/323227858.pdf>.

49. Baile W. F., Blatner A. Teaching Communication Skills. Using Action Methods to Enhance Role-play in Problem-based Learning. *Society for Simulation in Healthcare*. 2014. Vol. 9, Number 4. PP. 220-227. URL: https://www3.med.unipmn.it/papers/2014/LWW/2014-10-09_lww/Teaching_Communication_Skills_Using_Action.2.pdf.

50. Bakx A., van der Sanden J., Sijtsma K., Croon M., Vermetten Y. (2006). The role of students' personality characteristics, self-perceived competence and learning conceptions in the acquisition and development of social communicative competence: A longitudinal study. *Higher Education*. 2006. Vol. 51(1), PP. 71-104. URL: <https://pure.uvt.nl/ws/portalfiles/portal/756941/students.pdf>.

51. Bar-On R. The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*. 2006. Vol. 18, supl. P 13-25. URL: <https://www.psicothema.com/pdf/3271.pdf>.

52. Cameron C. et al. The development of scientific communication skills: a qualitative study of the perceptions of trainees and their mentors. *Acad Med*. 2013. Vol. 88(10). URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3809893/pdf/nihms-512509.pdf>.

53. Conrad D., Newberry R. 24 Business Communication Skills: Attitudes of Human Resource Managers versus Business Educators. *American Communication Journal* 2011. Vol. 13, Iss. 1. PP. 4-23. URL: <https://www.ac-journal.org/journal/pubs/2011/spring/ConradNewberry.pdf>.

54. Duran Robert L. Communicative adaptability: A measure of social communicative competence. *Communication Quarterly*. 2021. Volume 69, Issue 5. P. 320-326. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01463378309369521>.

55. Habermas J. The theory of communicative action. Vol. 1. *Reason and rationalization of society*. Boston: Beacon Press, 1984. 466 p. URL: <https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf>.

56. Kovalchuk V., Iermak T. The development of communication skills of students of secondary school as a component of their leadership potential. *SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION*: Proceedings of the International Scientific Conference. (May 28-29 2021. 2021. Volume II. Latvia Rezekne, Rezekne Academy of Technologies, 2021, PP. 292-303. URL: <https://journals.ru.lv/index.php/SIE/article/view/6384/5069>.

57. Maksymenko N., Bei I., Khimchuk L., Vovchok Y. Formation of Communicative Culture of Students by Means of Project Teaching in Higher Educational Establishments. *Journal of History Culture and Art Research*. Vol. 9, No. 3. PP. 267-276. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/8a0c/de2ab402af53d05e52d24889db06820ed72f.pdf>.

58. Pomyliuko V. Development of social and communicative competens of adults: psychological and pedagogical conditions for corporate training. *Psycholinguistics*. 2017. Volume 21. No. 1. PP 138-147. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/47/35>.

59. Pomyliuko V. Development of social and communicative competens of adults: psychological and pedagogical conditions for corporate training.

Psycholinguistics. 2017. Volume 21. No. 1. PP 138-147. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/47/35>

60. Popescu-Mitroi M.-M., Todorescu L.-L., Greculescu A. The impact of psycho-pedagogical training on communicative competence. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Volume 191. PP 2443-2447. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815029985>.

61. Popescu-Mitroi M-M, Liliana-Luminita Todorescu L-L., Greculescu A. The impact of psycho-pedagogical training on communicative competence, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2015. No 191, PP. 2443-2447. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815029985?via%3Dihub>.

62. van der Vleuten C., van den Eertwegh V., Giroldi E. Assessment of communication skills. *Patient Education and Counseling*. 2019. Vol. 102(11) PP. 2110-2113. URL: https://cris.maastrichtuniversity.nl/ws/portalfiles/portal/78062492/Van_der_Vleuten_2019_Assessment_of_communication_skills.pdf.

63. Zaitseva M., Pelepeychenko L. Social Interaction: Communicative Approach. *Theory and Practice in Language Studies*. 2022., Vol. 12. No. 1. PP. 123-129. URL: <https://tpls.academypublication.com/index.php/tpls/article/view/2092/1735>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

**Емпіричні дані показників комунікативної компетентності
(констатувальна діагностика)**

Шифр досліджуваного	Загальний рівень	Взаємопізнання	Взаєморозуміння	Взаємовплив	Соціальна автономність	Соціальна адаптивність	Соціальна активність
Група СКК							
1	94	16	14	15	21	11	17
8	69	10	9	13	11	14	12
9	83	12	11	15	16	18	11
11	85	12	13	16	14	18	12
12	93	14	15	14	16	19	15
14	95	16	18	15	16	17	13
15	59	9	7	10	12	10	11
16	86	11	16	12	14	16	17
17	63	8	10	9	11	13	12
18	78	13	12	11	16	12	14
19	76	12	14	10	12	10	18
22	59	9	11	10	9	11	9
23	66	7	10	10	12	13	14
24	56	9	7	8	12	11	9
25	83	10	9	10	18	15	21
30	79	14	12	13	15	14	11
31	60	11	10	8	7	11	13
Група НКК							
20	42	7	9	7	5	8	6
21	38	6	9	5	5	7	6
26	52	6	8	7	10	11	10
27	54	12	9	11	6	9	7
28	51	8	8	7	11	9	8
32	43	9	8	5	9	7	5
33	36	7	8	6	5	5	5

Таблиця А.2

**Емпіричні дані за емоційного інтелекту
(констатувальна діагностика)**

Шифр досліджуваного	Загальний показник	Емоційна обізнаність	Емоційна пластичність	Емоційна саморегуляція	Емпатія	Емоційний вплив
Група СКК						
1	54	11	14	11	10	8
8	49	12	6	8	10	13
9	50	9	9	11	12	9
11	46	5	12	8	11	10
12	46	13	6	10	9	8
14	61	18	15	8	13	7
15	46	7	12	10	12	5
16	58	12	11	10	11	14
17	51	10	9	11	9	12
18	62	12	14	15	11	10
19	53	16	12	10	8	7
22	44	13	9	11	5	6
23	35	6	8	8	8	5
24	40	8	6	7	11	8
25	44	11	12	9	7	5
30	62	17	14	11	9	11
31	62	16	12	15	11	8
Група НКК						
20	40	9	8	8	8	7
21	39	8	11	9	6	5
26	30	8	6	5	4	7
27	58	12	14	13	10	9
28	34	5	8	6	9	6
32	37	7	8	10	7	5
33	33	6	7	4	9	7

Таблиця А.3

**Емпіричні дані показників комунікативних здібностей
та комунікативних мотиваційних орієнтацій
(констатувальна діагностика)**

Шифр досліджуваного	Комунікабельність	Комунікативні мотиваційні орієнтації			
		Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій	Прийняття партнера	Адекватність сприйняття і розуміння партнера	Досягнення компромісу
Група СКК					
1	30	66	20	24	22
8	35	36	10	15	11
9	70	40	10	11	19
11	65	42	16	10	16
12	70	51	17	16	18
14	75	62	19	22	21
15	30	38	11	12	15
16	55	50	18	13	19
17	35	40	9	14	17
18	55	32	12	10	10
19	65	35	15	9	11
22	55	41	16	12	13
23	40	40	16	13	11
24	55	41	12	14	15
25	45	44	15	9	20
30	80	48	14	18	16
31	65	38	11	13	14
Група НКК					
20	30	30	12	10	8
21	30	31	8	11	12
26	35	42	13	8	21
27	60	41	12	11	18
28	45	44	20	12	12
32	55	40	15	8	17
33	25	27	10	8	9

Додаток Б

Таблиця Б.1

**Емпіричні дані показників комунікативної компетентності
(підсумкова діагностика)**

Шифр досліджуваного	Загальний рівень	Взаємопізнання	Взаєморозуміння	Взаємовплив	Соціальна автономність	Соціальна адаптивність	Соціальна активність
Група СКК							
1	92	15	14	14	21	12	16
8	71	10	10	12	11	16	12
9	85	13	11	16	16	17	12
11	80	11	12	15	14	17	11
12	92	15	14	14	16	19	14
14	100	17	17	15	17	19	15
15	64	10	8	11	12	11	12
16	84	12	15	13	13	15	16
17	66	10	10	8	11	14	13
18	82	15	12	11	16	13	15
19	76	11	14	10	12	11	18
22	65	11	10	11	9	13	11
23	65	8	9	9	12	13	14
24	65	11	9	10	12	13	10
25	85	11	10	11	18	15	20
30	81	13	12	12	16	16	12
31	64	12	9	9	7	13	14
Група НКК							
20	55	9	11	9	6	10	10
21	53	9	11	7	6	10	10
26	58	8	10	9	10	11	10
27	60	11	10	12	8	10	9
28	62	10	11	9	11	10	11
32	56	9	10	8	10	11	8
33	47	8	9	9	6	7	8

Таблиця Б.2

**Емпіричні дані показників емоційного інтелекту
(підсумкова діагностика)**

Шифр досліджуваного	Загальний показник	Емоційна обізнаність	Емоційна пластичність	Емоційна саморегуляція	Емпатія	Емоційний вплив
Група СКК						
1	58	11	15	11	11	10
8	54	12	9	10	11	12
9	51	10	10	10	12	9
11	51	8	11	11	11	10
12	52	13	8	10	12	9
14	65	17	16	10	13	9
15	51	11	11	10	11	8
16	56	12	11	10	10	13
17	51	10	10	10	10	11
18	59	13	13	14	10	9
19	55	16	11	10	10	8
22	50	12	11	10	9	8
23	48	10	10	11	11	6
24	47	11	8	9	10	9
25	49	11	12	10	9	7
30	65	16	15	11	12	11
31	60	15	13	14	11	7
Група НКК						
20	50	11	10	10	10	9
21	51	10	13	11	11	6
26	43	10	9	8	7	9
27	55	11	13	12	9	10
28	44	8	10	10	10	6
32	50	11	11	10	10	8
33	45	8	12	7	11	7

Таблиця Б.3

**Емпіричні дані показників комунікативних здібностей
та комунікативних мотиваційних орієнтацій
(підсумкова діагностика)**

Шифр досліджуваного	Комунікабельність	Комунікативні мотиваційні орієнтації			
		Гармонійність комунікативних мотиваційних орієнтацій	Прийняття партнера	Адекватність сприйняття і розуміння партнера	Досягнення компромісу
Група СКК					
14	75	63	20	22	21
1	35	63	19	23	21
12	70	53	17	17	19
16	55	49	17	13	19
11	64	45	17	11	17
9	69	43	12	12	19
25	55	43	14	10	19
30	80	47	15	17	15
18	60	35	13	11	11
19	70	37	14	11	12
8	40	35	11	14	10
23	40	40	16	12	12
17	40	42	10	13	19
31	60	40	12	13	15
15	35	41	12	13	16
22	50	42	15	13	14
24	60	39	12	13	14
27	55	41	12	12	17
26	40	43	13	10	20
28	50	47	21	13	13
32	55	44	17	10	17
20	35	33	13	10	10
21	35	34	10	11	13
33	30	33	11	11	11

Додаток В

Соціально-психологічний тренінг «Формування комунікативної компетентності»

Заняття 1. Знайомство

Мета заняття: знайомство, встановлення контакту, створення атмосфери довіри, визначення мети тренінгу; надання психологічних знань про ефективне спілкування про комунікативну компетентність.

1. Привітання (10 хв.)

Тренер повідомляє мету тренінгу, зміст тренінгових занять, про результати тренінгового навчання. відповіді на запитання учасників.

2. Обговорення та прийняття норм і правил роботи у тренінгу (25 хв.)

Примітка для тренера. Процес обговорення починає тренер, надає кожному первинний список правил, пояснює їх. Необхідно залучити усіх учасників, вислухати усі пропозиції, відкоригувати їх, звести все в один список, оформити, надати кожному для ознайомлення та отримати від кожного учасника згоду дотримуватись правил поведінки під час роботи. Кожен учасник у своєму списку правил може власноруч внести правки, а потім позначити «Згодна», поставити підпис. Це буде для тренера та усіх учасників засобом апелювати до цього «документу», якщо хтось порушуватиме правила поведінки у тренінгу.

Первинний список правил роботи у тренінгу

1. Правило добровільності (участь за бажанням, зацікавленість у навчанні і розвитку).
2. Правило рівності (усі, незалежно від віку та посади, рівні, спілкування на «ти» та на ім'я).
3. Правило «тут і тепер» (спілкування в теперішньому часі, усі питання та проблеми актуально вирішуються в групі 0).
4. Правило персоніфікації та лаконічності висловлювань (говорити від свого імені, коротко і по суті)
5. Правило відкритості, щирості у спілкуванні, емпатії (відвертість, позитивне безоцінне ставлення до всіх учасників, взаємна підтримка).
6. Правило активності (кожен бере активну участь на всіх заняттях, висловлюється про свої думки і переживання)
7. Правило «стоп» (кожен має право відмовитися від певного виду роботи чи обговорення певної теми, якщо це є негативним та вразливим для нього).
8. Правило конфіденційності (все, що відбувається на тренінгу не обговорюється зі сторонніми, хто не є учасником тренінгу).

3. Вправа «Автопортрет» (20 хв.)

Мета: знайомство, саморозкриття, встановлення довірливої позитивної атмосфери.

Процедура. Кожному учаснику процедури необхідно описати себе усно у третій особі: зовнішність, риси характеру, поведінка у спілкуванні. Учасники можуть ставити запитання, спрямовані на уточнення деталей, але також

запитуючи про третю особу. Тренер керує цим процесом (запитання по суті, позитивної спрямованості).

Обговорення на основі запитань тренера:

- Чи добре Ви себе знаєте?
- Як Ви почувалися, коли презентували себе як іншу людину?
- Що було важко описати і сформулювати?

4. Вправа «Питання» (25 хв.)

Мета: розвиток комунікативних навичок та впевненої поведінки.

Процедура. Вправа виконується парами. Спочатку тренер робить повідомлення, пояснює особливості відкритих і закритих питань: відкриті питання дозволяють партнерам давати на них відкриті, розгорнуті відповіді, така відповідь несе в собі більше інформації, ніж закрита і дає підставу для подальшого розвитку розмови. Можна навести приклади.

I етап. Учасники мають запланувати 10 відкритих і 10 закритих питань, зокрема по 5 питань, які стосуються повсякденного життя, і по 5 питань, які стосуються обслуговування покупців.

II етап. Учасники ставлять свої питання один одному (спочатку відкриті і закриті повсякденні, потім відкриті і закриті професійні), потім міняються ролями.

Обговорення. Аналіз отриманої інформації від партнера відповідно до типу питання, умінь ставити питання і вести розмову.

5. Підсумки заняття (10 хв.)

Тренер формулює висновки, яких дійшла група в процесі обговорення правил тренінгу, інформаційного повідомлення, виконання вправи.

Заняття 2-3. Ефективна комунікація

Мета заняття: удосконалення комунікативних здібностей; формування навичок сприйняття та розуміння партнера; формування навичок емоційної рефлексії, емоційного розпізнавання та емоційного впливу; формування навичок встановлення контакту; формування навичок проєктування взаємодії з партнером; вдосконалення індивідуальної комунікативної стратегії і тактики.

Частина I

1. *Привітання (5 хв.)*

2. *Вправа «Плітка» (15 хв.)*

Мета: розвиток навичок спілкування та створення атмосфери довіри.

Процедура. Учасники сидять у загальному колі. До них звертається тренер: «Розкажіть про себе в третій особі так, ніби Вам потрібно зацікавити інших особистістю людини, яка відсутня в приміщенні. До оповіді залучайте найяскравіші характеристики, що стосуються будь-яких сторін життя. Пліткуйте про себе».

Обговорення: «Що нового дізналися про себе?», «Чи є уявлення особливо зацікавило?»

3. Вправа «Презентація товариша» (20 хв.)

Мета: створення атмосфери довіри, знайомство.

Процедура. Учасник, якого будуть презентувати, представляється, називаючи своє ім'я. Тренер звертається до групи та пропонує розповісти все, що вони знають про оповідача, який слухає, не перебиваючи. Якщо в групі виникає пауза, ведучий може стимулювати групу запитаннями: «Це все, що ви знаєте про...?» Після завершення розмови ведучий звертається до групи: «Дякую за те, що розповіли про ...», і слово для виступу надається наступному учаснику по колу. Тренер слід контролює процедуру оцінки, що не було недоброзичливих думок і характеристик.

Після того, як виступили усі бажаючі, слово надається учаснику, якого презентували, він може висловити свої зауваження і доповнення. Процедура закінчується після того, як представлено всіх учасників групи.

Обговорення. Аналізується загальна емоційна атмосфера, особливості взаємин між учасниками.

4. Вправа «Передай емоцію» (15 хв.)

Мета: розвиток здатності до розпізнавання емоцій, навичок невербального спілкування.

Процедура. Учасники сидять у загальному колі. Тренер надає так інструкцію: «Зараз ми з вами оберемо головного учасника, який загадає будь-яку свою емоцію. Після чого всі закривають очі. Головний учасник доторкнеться до свого сусіда праворуч, той розплющить очі і більше не буде їх закривати до кінця гри. Головний учасник повинен невербальними засобами зобразити йому задуману емоцію, і коли сусід що-небудь зрозуміє для себе, він доторкається до наступного учасника, щоб передати ту ж емоцію, але своїми методами. Вправа продовжується в повній тиші та в швидкому темпі».

Обговорення. По завершенню кола всі учасники, починаючи з останнього розповідають, яку емоцію вони отримали та передали, пояснюють, як вони її визначили.

5. Вправа «Опис-інтерпретація» (25 хв.)

Мета: розвиток відчуттів особистості (розрізнення сенсорно сприйнятої інформації та чуттєво пережитої).

Процедура. Учасник стає на певне місце (наприклад, у центрі кімнати) і отримує завдання описувати те, що відбувається в кімнаті, а також власні дії. Тренер звертає увагу учасника на помилки, якщо він подає замість опису – інтерпретацію.

Зауваження для тренера. Орієнтовний опис: «я чую звуки, що лунають з вулиці». Якщо учасник замість цього говорить, наприклад: «Я чую спів птахів, який лунає з вулиці», то тренер його виправляє, зазначаючи, що «це – інтерпретація», оскільки він не може бачити цих птахів, а чує лише звуки та інтерпретує їх, виходячи з наявного у нього досвіду. Досвід може не відповідати цій ситуації, через це інтерпретація може бути помилковою. Тому за умовою завдання можна говорити тільки про «звуки, що доносяться з вулиці, схожі на спів птахів».

Обговорення стосується того, як часто люди хибно інтерпретують події та поведінку партнера (каузальна атрибуція). Висновок: Чому моя інтерпретація чужої поведінки може бути хибною? До чого це може призвести?

6. Підсумки заняття (10 хв.)

Примітка для тренера. Усі висновки, які були озвучені в обговоренні вправ, мають бути обов'язково сформульовані наприкінці заняття. Важливо також виявити несприятливі моменти у стосунках учасників або в їхній поведінці, запропонувати можливі способи зняття проблем чи налагодження стосунків.

Частина II

1. Привітання (5 хв.)

2. Вправа «Спілкування у парі» (20 хв.)

Мета: експериментування з вербальним і невербальним спілкуванням, створення атмосфери довіри.

Процедура. Учасники розподіляються парами для виконання таких завдань.

Завдання «Спина до спини». Учасники стають спина до спини та розмовляють один з одним. Через кілька хвилин (за командою тренера) повертаються обличчям одне до одного.

Завдання «Сидить і стоїть». Один партнер сидить, інший стоїть. В цьому ведуть розмову. Через кілька хвилин (за командою тренера) міняються місцями, продовжують розмовляти.

Обговорення. Поділитися своїми враженнями і відчуттями, коли не бачите співрозмовника. Поділитися своїми враженнями і відчуттями відповідно до позицій у взаємодії «зверху» і «знизу».

3. Вправа «Рольові етюди» (30 хв.)

Мета: визначення індивідуального стилю спілкування учасників; розвиток умінь аналізувати свої індивідуальні особливості та враховувати особливості партнера; розвиток комунікативних навичок.

Процедура. Тренер або учасники описують ситуацію в загальному вигляді. Ті, хто будуть розігрувати ролі, виходять з кімнати й уточнюють конкретні моменти. Потім «актори» повертаються і програють рольовий етюд.

Обговорення. Спочатку ситуацію аналізують «актори», потім «глядачі».

Примітка для тренера. 1. Необхідно спрямувати учасників на аналіз почуттів, бажань, мотивів учасників; на прогнозування подальшого розвитку подій, стосунків персонажів; на виявлення індивідуального стилю спілкування кожного з учасників, рівня розвитку комунікативних умінь, їхній емоційний стан. 2. Можна розігрувати декілька рольових етюдів, але не поспіль. Треба або зробити перерву, або чергувати їх з іншими вправами.

4. Вправа «Я не можу» (25 хв.)

Мета: відпрацювання ефективних патернів комунікативної поведінки.

Процедура.

I етап. Учасники сидять у загальному колі. Кожен розповідає зі свого досвіду ситуацію, яка відображає його недосконалість в сфері комунікації. Оповідач підсумовує свою розповідь так: «Я не можу...». Тренер узагальнює усі розповіді відповідно до типу комунікативних проблем учасників.

II етап. Учасники поділяються на мікрогрупи за подібністю комунікативної проблеми. Потім вони розігрують по дві ситуації. У першій вони демонструють свій звичний спосіб поведінки в певній ситуації, а в другій – той її спосіб, до якого вони прагнуть.

Обговорення. Аналізуються зовнішні прояви некомпетентної і компетентної поведінки, а також внутрішні переживання у різних способах здійснення комунікативних дій.

5. Підсумки заняття (10 хв.)

Заняття 4. Підсумки

1. Привітання (5 хв.)

2. Вправа «Емоції через поведінку» (20 хв.)

Мета: розпізнавання емоційних станів як реакції на поведінку.

Процедура. Учасники розподіляються на пари. Завдання: сформулювати фразу, в якій відверто описати своєму партнерові свої емоції, а потім точно описати поведінку, яка їх викликала.

Обговорення. Наскільки точно і конкретно описано поведінку, що є причиною емоцій, визначаються найбільш вдалі формулювання.

3. Вправа «Вербалізація емоцій» (30 хв.)

Мета: розвиток навичок знижувати емоційне напруження за допомогою метафор, розвиток навичок коректної вербалізації емоційних станів.

Процедура.

I етап. Тренер наводить приклад використання гумористичних метафор у відповідь на авторитарну чи агресивну поведінку партнера: «Комунікативний напад»: «Чому Ви не виконали завдання?». Метафорична відповідь: «Я відчуваю себе білкою у колесі, яка біжить і біжить, але нікуди не може дістатися». Учасники розподіляються парами: один демонструє «комунікативний напад», інший відповідає, описуючи свій стан гумористичним метафорами.

II етап. Тренер наводить приклад використання шанобливих формулювань емоційного стану у спілкуванні: «Вас це дивує?», «Вас це занепокоїло?», «Я згоден, що це може бути образливим» тощо. Учасники домовляються про сюжет ситуації, яку вони будуть розігрувати. Кожна пара демонструє свої рольові етюди, використовуючи шанобливі форми вербалізації емоцій партнера.

Обговорення. Аналіз використання метафор: зниження емоційної напруги, розрядка обстановки без відчуття власного приниження та без образи партнера; аналіз ефективності шанобливих вербалізацій емоцій.

4. Підсумок. Вправа «Валіза в дорогу» (35 хв.)

Мета: систематизація отриманих знань, рефлексія набутих навичок.

Процедура. Тренер надає інструкцію: Ми закінчуємо наш тренінг, а ви прямуєте у дорогу по життю. Тому маєте зібрати собі валізу. Спочатку складіть список того, що візьмете з собою у дорогу. У вас є лист паперу, поділений на два стовбці з позначками «+» (усі ваші позитивні властивості і навички, що поліпшують ваше спілкування з іншими людьми) та «-» (те, що заважає вам, чого слід позбавитись). Для хорошої «валізи» потрібно не менше 5-7 характеристик.

I етап. Кожен учасник складає свій список.

II етап. Кожен учасник зачитує свій список. Потім група аналізує цей список: кожна характеристика має бути підтримана більшістю групи, якщо є заперечення чи сумніви, ця характеристика викреслюється, список може бути доповнений відповідно до пропозицій учасників.

У груповому обговоренні аналізуються списки кожного учасника.

Примітка для тренера. Необхідно слідкувати за тим, щоб усі вислови були доброзичливими, щоб учасники уникали категоричних та негативних оцінок. Також слід проаналізувати, чи використали учасники групи у фінальному обговоренні навички, яких набули в процесі тренінгового навчання, заохочувати їх до цього.