

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ АГРАРНИХ МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ОСНОВА ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нагаєв В.М., доктор педагогічних наук, професор,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3130-6112>

Кускова С.В., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4725-3537>

Земляна Л.С., здобувач третього рівня вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4006-7053>

Соціокультурні зміни у світовій економіці об'єктивно зумовлюють необхідність нового типу комунікативної культури практично у всіх сферах виробничої діяльності. Особливо гостро ці процеси відбуваються в аграрній галузі, яка в останні роки суттєво розширила комунікаційні канали, вийшла на європейські ринки і сьогодні є одним з основних джерел формування валового продукту України [3; 4]. Цей процес зумовив необхідність побудови сучасної структури кадрового забезпечення галузі у розрізі формування та професійного розвитку комунікативної культури менеджерів. Здатність менеджера аграрної сфери здійснювати висококваліфіковану професійну діяльність з використанням інноваційних інформаційно-комунікативних технологій визначає його рівень комунікативної культури (КК) та є важливим ресурсом ефективного управління виробничими процесами.

Метою даного наукового дослідження є обґрунтування методичного супроводу процесу формування комунікативної культури аграрного менеджера як передумови його ефективної професійної діяльності.

Центральним елементом виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств є аграрний менеджер, який керує не лише людьми, але й комунікативними процесами в умовах виробництва. Оскільки будь-яка комунікативна технологія в апріорі створюється для покращення якості відповідного процесу, вона безумовно потребує врахування культурологічних аспектів і повинна

базуватися на гуманістичній парадигмі та аксіологічній домінанті розвитку суспільства [1]. У сучасних дослідженнях комунікативну культуру фахівця визначають як інтегральне особистісне утворення, яке охоплює комплекс цінностей та мотивів особистості, знань, умінь, навичок проектування і здійснення комунікативного процесу на основі сучасних інформаційно-цифрових технологій, професійно важливих якостей (комунікабельність, інтерактивність, ініціативність, креативність, мобільність, рефлексивність, відповідальність), що зумовлює ефективну виробничу діяльність [2].

Сарновська С. визначає зміст поняття «комунікативна культура» як: «...специфічний прояв соціальної культури, що характеризується «людським виміром» суспільних і міжсуб'єктних відносин і переслідує мету взаємозбагачення індивідів засобами інформаційного обміну, взаємотрансляції знань, розповсюдження позитивного життєвого досвіду спільного існування» [5]. На цій теоретичній основі визначимо структуру комунікативної культури аграрного менеджера, яка складається з п'яти компонентів: аксіологічного (ціннісне ставлення до управлінської праці, комунікативної діяльності, до себе як суб'єкта такої діяльності, особистості підлеглих), мотиваційного (комплекс мотивів, цілей, потреб, інтересів, морально-вольових якостей, необхідних у процесі управлінської діяльності), когнітивного (обсяг професійних та наукових знань про форми, методи, засоби, технології управлінської діяльності та фахових знань щодо сучасних агротехнологій), діяльнісного (проектування, реалізація та коригування управлінського процесу), рефлексивного (усвідомлення, переосмислення та перетворення власного досвіду).

На основі системного підходу нами спроектовано модель формування комунікативної культури менеджерів аграрного профілю. Структура моделі складається із методологічно-цільового, суб'єктного, змістового, процесуального та результативно-рефлексивного блоків, взаємопов'язаних між собою. Методологічно-цільовий блок об'єднує мету, завдання, наукові підходи та принципи, які обґрунтовують вибір змісту, форм, методів і засобів науково-методичного супроводу формування комунікативної культури аграрних менеджерів. Суб'єктний блок відображає багатофакторний суб'єктний вплив на особистість менеджера в процесі формування та розвитку його комунікативної культури. Змістовий блок включає структурні компоненти досліджуваного феномену, програми практичної та методичної роботи, стажування на виробництві та в навчально-практичних центрах закладів вищої освіти. У процесуальному блоці представлено методику розвитку

комунікативної культури аграрних менеджерів в умовах виробництва, яка детермінує етапність, форми взаємодії між суб'єктами управлінського процесу, а також методи, засоби та технології управлінської діяльності. Результативно-рефлексивний блок об'єднує критерії, показники та рівні розвиненості комунікативної культури, уможливує встановлення зворотного зв'язку для отримання об'єктивної інформації про динаміку процесу формування та розвитку комунікативної культури аграрних менеджерів.

Враховуючи специфічні особливості управлінської діяльності, обґрунтовано організаційно-методичні умови, що сприяють формуванню та розвитку комунікативної культури аграрних менеджерів: мотиваційне забезпечення комунікативної культури; оновлення змісту підвищення кваліфікації менеджерів аграрного профілю; використання інформаційно-цифрових комунікаційних технологій змішаного (гнучкого) навчання (самоосвіти); забезпечення методичного супроводу стажування аграрних менеджерів в умовах виробництва та співпраці з аграрними ЗВО. Означені організаційно-методичні умови перебувають у взаємозв'язку та уможливають цілеспрямований розвиток комунікативної культури менеджерів аграрного профілю на основі системного, культурологічного, аксіологічного, акмеологічного, компетентнісного, особистісно-діяльнісного підходів.

На основі з'ясування цільових та структурних компонентів КК, запропоновано діагностичний інструментарій оцінювання рівнів розвиненості комунікативної культури аграрних менеджерів за такими критеріями та показниками: аксіологічний (термінальні та інструментальні цінності формування комунікативної культури), мотиваційний (рівень професійної спрямованості; співвідношення внутрішньої і зовнішньої мотивації до формування комунікативної культури), когнітивний (науково-педагогічні, методичні та фахові знання), діяльнісний (управлінські, технологічні, проектувальні, методичні та інші фахові уміння), рефлексивний (здібності до самоаналізу, самооцінювання, саморозвитку).

Беручи до уваги необхідність комплексної оцінки ефективності діяльності аграрних менеджерів, нами розроблено відповідну методiku формування їх комунікативної культури в умовах тісного взаємозв'язку освіти з виробництвом, яка забезпечує обґрунтовані організаційні умови та спрямована на цілісний розвиток визначених компонентів досліджуваного інтегрального особистісного утворення. Реалізація методики відбувається в три етапи: мотиваційного (формування в аграрних менеджерів інтересу до сучасних інформаційно-

комунікаційних технологій та потреби в безперервному професійному розвитку); практичного (реалізація індивідуальних освітніх траєкторій формування та розвитку комунікативної культури); аналітичного (оцінювання результатів навчання та їх аналіз).

Методика формування комунікативної культури аграрних менеджерів інтегрує відповідні організаційні форми (семінари, вебінари, тренінги, майстер-класи, онлайн-консультації, творчі групи, конференції тощо), методи (кейс-метод, метод проєктів, моделювання управлінських ситуацій, дискусія, мозковий штурм, ділові та імітаційні ігри, візуалізація, метод модерації, делегування повноважень та інші), засоби (навчально-методичний комплекс формування комунікативної культури, веб-середовище дистанційного навчання, електронні і друковані інформаційні ресурси закладів вищої освіти, фахові аграрні видання, Інтернет-ресурси), технології навчання (проєктна, тренінгова технології, кейс-технологія, технологія науково-методичного супроводу, портфоліо, управлінський коучинг), а також інструментарій для оцінювання рівнів розвиненості комунікативної культури (опитувальники, тести, методичні кейси, оцінювальні листи).

У дослідженні здійснено розв'язання актуального наукового завдання щодо теоретичного обґрунтування організаційно-методичних умов формування комунікативної культури аграрних менеджерів в умовах виробництва. Результатами дослідження з'ясовано, що оновлення змісту комунікативної культури аграрних менеджерів є необхідною передумовою їх ефективної управлінської діяльності. Визначено, що забезпечення методичного супроводу формування комунікативної культури аграрних менеджерів сприяє вдосконаленню не лише їх фахових знань, умінь та навичок, але й актуалізації розвитку всього комплексу управлінської діяльності в системі сільськогосподарського виробництва.

Бібліографічний список:

1. Клочко О.В. Професійна підготовка майбутніх менеджерів аграрного виробництва засобами сучасних інформаційно-цифрових технологій: монографія. Вінниця: Т.П. Барановська, 2018. 350 с.

2. Нагасв В.М. Формування управлінської культури як необхідна умова попередження організаційних конфліктів. *Вісник ХНАУ: «Економічні науки»*. № 4, 2017. С. 31-40.

3. Нагасв В.М., Нагасва Г.О. Дидактичні засади формування кадрового потенціалу аграрної сфери як стратегічного ресурсу розвитку соціально-економічних систем. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Вип. 200. X: ХНТУСГ, 2019. С. 44-53.

4. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки. Розпорядження КМУ від 23 лютого 2022 р. № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>

5. Сарновська С.О. Сучасна соціальна комунікативна культура (філософсько-методологічний аналіз): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філос. наук. 09.00.03. Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. К., 2000. 18 с.

УДК: 330.34: 502.131.1

СТАЛИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Полінкевич О.М., доктор економічних наук, професор,
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6924-7296>

В сучасних умовах важливого значення набуває забезпечення сталого розвитку підприємств в контексті реалізації цілей сталого розвитку ПРООН. Відповідно до них потрібно розробляти власні цілі сталого розвитку, які б відповідали та забезпечували такі напрями, як: подолання бідності (ціль 1), голоду (ціль 2), міцне здоров'я і благополуччя (ціль 3), якісна освіта (ціль 4), гендерна рівність (ціль 5), чиста вода та незалежні санітарні умови (ціль 6), доступна та чиста енергія (ціль 7), гідна праця та економічне зростання (ціль 8), промисловість, інновації та інфраструктура (ціль 9), скорочення нерівності (ціль 10), сталий розвиток міст і громад (ціль 11), відповідальне споживання та виробництво (ціль 12), пом'якшення наслідків зміни клімату (ціль 13), збереження морських ресурсів (ціль 14), захист екосистем суші (ціль 15), мир, справедливість та сильні інститути (ціль 16), партнерство заради сталого розвитку (ціль 17) [1; 3]. Загалом цей процес є багатоаспектний та складним. Він є важливим для розвитку ринку, підвищення конкурентоспроможності, проте залишається невизначеним, мало дослідженим та потребує суттєвих напрацювань у цьому напрямі.

Метою роботи є визначення дій підприємствами, які забезпечать цілі сталого розвитку ПРООН. Завданнями роботи є розгляд кейсу про сталий розвиток підприємства та виділення на цій основі заходів із забезпечення сталого розвитку.