

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



ОСВІТА У ХХІ СТОЛІТТІ: ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

Випуск 2

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
“Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ столітті:
соціалізація та соціальна адаптація особистості”,
м. Київ, МАУП, 14 травня 2010 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2011

Редакційна колегія:

Подолька А. М., д-р юрид. наук — головний редактор

Туриніна О. Л., канд. психол. наук, проф. — відповідальний редактор

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

Освіта у ХХІ столітті: шляхи розвитку / МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім О-72 “Персонал”, 2010 —

Вип. 2 : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ столітті: соціалізація та соціальна адаптація особистості”, м. Київ, МАУП, 14 трав. 2010 р. / редкол. : А. М. Подолька (голов. ред.), О. Л. Туриніна (відп. ред.). — 2011. — 208 с. : іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику подано статті учасників Міжнародної науково-практичної конференції “Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ ст.: соціалізація та соціальна адаптація особистості”, присвяченої найважливішій проблемі сьогодення — розвитку освіти в Україні. Статті охоплюють широкий діапазон наукових досліджень українських учених.

Для науковців, освітян, державних службовців, політиків, викладачів і студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком української освіти.

ББК 74.04(4УКР)я43

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2011
- © ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2011

ЗМІСТ

К. В. Корсак

*Альтруїзм — найвища цінність освіти
і виховання у XXI столітті.....* 5

М. П. Лукашевич

*Соціологія соціальної роботи:
дослідницькі можливості проблем
соціалізації людей з особливими
потребами.....* 11

Ю. М. Сафонов

*Стандартизація освіти як складова
інноваційно-прогресивного впливу
на підготовку студентів фахових
спеціальностей.....* 16

М. І. Рудакевич

*Шляхи та умови розвитку творчого
мислення студентів вищого
навчального закладу.....* 18

К. І. Приходченко

*Шляхи та умови розвитку професійних
якостей педагога.....* 20

Л. Б. Шостак

*Бізнес-освіта в Україні: проблеми
і перспективи розвитку.....* 24

Н. М. Чернуха

*На шляху до толерантності
та взаєморозуміння як пріоритетних
складових соціальної самореалізації
сучасної молоді.....* 30

О. В. Баєва

*Система вищої освіти в США:
державно-громадські засади
управління.....* 34

П. Валла, В. В. Мироненко,

І. Г. Саєвич

Евтифроніка та її завдання..... 39

О. М. Рудакевич

*Студентські дебати як ефективний
засіб формування політичної
культури молоді.....* 43

В. П. Савельєв

*Кризові явища в системі вищої освіти
України та деякі шляхи їх подолання.....* 45

Ф. М. Медвідь

*Сучасний український виховний ідеал
в умовах необхідності зміцнення
національної єдності.....* 51

І. М. Найдьонов

*Інтерактивне навчання в системі
підготовки менеджера освітніх
організацій.....* 56

Т. І. Науменко

*Використання комп'ютера
в дошкільному закладі в період
адаптації дітей раннього віку.....* 61

Л. І. Романовська

*Соціальна робота в Україні в контексті
системного підходу.....* 66

В. В. Шконда

*Синергетика в образовательной
деятельности.....* 72

В. В. Токар

*Ціннісні пріоритети освіти в контексті
посткризової мобілізаційно-інноваційної
моделі співрозвитку України.....* 74

Л. О. Згала-Лозинська

*Особливості активізації процесу
навчання студентів із застосуванням
інтернет-технологій.....* 78

В. А. Гапоненко

*Напрями підвищення рівня викладання
політичної науки в Україні.....* 82

В. М. Колтаков

*Проблема поняттєво-категоріального
апарату в педагогіці розвитку.....* 87

С. В. Капранов

*К вопросу мониторинга здоровья студентов
и ученической молодежи в современных
социокультурных условиях Украины.....* 96

БІЗНЕС-ОСВІТА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Освіта у XXI столітті: шляхи розвитку, вип. 2, 2011, **24–29**

Становлення ринкової економіки в Україні зумовлено не лише підприємницькими здібностями суб'єктів господарювання, а й певними професійними знаннями у сфері організації та управління бізнесом в умовах, притаманних Україні й світу. У цьому сенсі бізнес-освіта є вирішальним чинником, що забезпечує ефективність роботи підприємств і установ. Новітня економіка знань, як підґрунтя успішного розвитку держави і формування громадянського суспільства, і надалі потребуватиме висококваліфікованих та успішних менеджерів. Здійснення цього завдання вимагає суттєвого державного і приватного інвестування в людський капітал з метою підвищення кваліфікації керівників підприємств, нинішніх управлінців та фахової підготовки студентів — майбутніх управлінців. Поліпшення якості та збільшення середнього терміну навчання є об'єктивним процесом формування освіти, що відповідає сучасним вимогам інноваційно-технологічного суспільства. Цьому сприятиме певна реорганізація та реформування системи освіти і науки України.

У процесі реорганізації освіти держава має забезпечити чисельні складові формування вільної, творчої особистості з урахуванням особисто-суспільних пріоритетів розвитку. На відміну від традиційної адаптаційної освітньої парадигми нова парадигма отримала назву трансформаційної, гуманітарної,

що адаптована до сучасних реалій буття. Серед специфічних рис новітньої світової економіки особливого значення набувають інновації та динамізм, що практично не знаходить відображення у викладанні теоретичних курсів як за змістом, так і за формою. Про це свідчать дискусії, що точаться між представниками бізнесу і закладами освіти*. Ця негативна тенденція здатна привести до поглиблення протиріч між очікуваннями роботодавців і задекларованими можливостями підготовки відповідних фахівців бізнес- та менеджмент-освітнянських закладів. Задля попередження небажаних наслідків слід запровадити європейські методики акредитованої бізнес-освітнянської діяльності, яка серед інших передбачає інтерактивні методи навчання студентів і слухачів. Наприклад, запроваджена у МАУП дистанційна освіта через Інтернет-мережу у режимі *on-line*, що дає можливість підприємцям поєднувати теорію і практику із застосуванням здобутих знань у національному і міжнародному бізнес-середовищі.

Поява нових видів і форм навчання на основі інформаційних технологій, зростання зацікавленості студентів та іноземних провайдерів на освітнянсько-

* Канафоцька Г. Реалії національної бізнес-освіти: http://www.vlasnasprava.info/ua/business_learning.html?_m=publications&t=rec&id=9188

му ринку України створюють непередбачені проблеми, які слід вирішувати шляхом розробки і прийняття нового законодавства у цій сфері. Для прискорення інноваційних освітянських процесів у бізнес-школах України оновлені законодавчі інструменти мають бути достатньо гнучкими. Зволікання цих процесів може призвести до переваги пропозицій іноземних бізнес-шкіл, зміст викладання в яких не відповідає реаліям національного ринку України.

Відкритість бізнесу для взаємодії з освітою, зокрема у випадках, коли бізнес замовляє певну кількість фахівців потрібного профілю, може стати корисною для обох сторін. Проте такої співпраці поки що не існує через відсутність пропозицій і з того, і з іншого боку. Ті з представників бізнесу, хто зважає на диплом про бізнес-освіту, розраховують на фахівців з усвідомленням економічних законів і бізнес-моделей та очікують залучити зрілу і дисципліновану людину із прагненням до саморозвитку.

Розвинені країни для забезпечення власного процвітання вкладають великі кошти у сучасні системи освіти. Новітня історія країн ЄС підтверджує вирішальну роль, яку відіграє людський капітал у процвітанні суспільства, ефективному управлінні економікою та в розвитку малого і середнього підприємництва. Тут навчання слухачів післядипломної освіти й управлінців зазвичай підтримується підприємствами, де вони працюють, — бізнес-структурами, які здійснюють мудру інвестиційну політику щодо підвищення кваліфікації своїх працівників.

Для поліпшення ситуації потрібно створити дієву систему сприяння, адаптації та обміну найкращим досвідом і знаннями в галузі методології бізнес- та менеджмент-освіти між навчальними закладами як в Україні, так і за кордоном. Упровадження такої системи має забезпечити створення нової моделі організа-

ції та фінансування досліджень і розробок, взаємодії науки і освіти з бізнесом, органічного узгодження елементів ринку з державним регулюванням такої важливої сфери діяльності суспільства, як освіта, підприємництво та інновації. Потрібно розгорнути нові форми співпраці з зацікавленими сторонами з метою розробки цілісного підходу, координації дій та опрацювання спільної місії і завдань, щоб покласти край дубляжу функцій окремих державних структур у сфері науки і освіти, яке призводить до зайвого витрачання обмежених ресурсів (бюджетних коштів, освіченої робочої сили, приміщень, побутових та технологічних витрат тощо).

Забезпечення економічного зростання України, заснованого на активному використанні державних регулюючих інструментів, полягає у створенні організаційно-економічного та інформаційного механізму інноваційних процесів, що спирається на освітню складову і є одним з ключових завдань нової економічної політики держави. За відсутності такого механізму неокласична і класична методології освіти неминуче ввійдуть у протиріччя одна з одною, що зашкодить її кардинальній модернізації та адаптації до ринку.

Українському бізнес-управлінцю бракує кваліфікації для розуміння взаємозв'язку різних чинників, що впливають на розвиток бізнес-ситуації в мінливих умовах легітимного господарського простору. Тому бізнес-освітні заклади мають дбати про підготовку менеджерів, здатних адаптуватися, і захищати власні бізнесові інтереси правовими засобами, що передбачає наявність освітянських механізмів, які б сприяли формуванню особистості та визначенню її життєвих пріоритетів у суспільному легітимному співіснуванні.

Для цього можна започаткувати формування національних систем акредитації та сертифікації бізнес-освітніх та консалтингових послуг, спрямованих

на посилення юридичної освіти підприємців.

Організація бізнес- та менеджмент-освіти вищої ланки переживає певні труднощі:

- фінансового характеру внаслідок низького рівня як державного забезпечення освіти, так і недержавного — внаслідок загальної фінансово-економічної кризи;
- нестача кваліфікованих викладачів у регіональних підрозділах та філіях ВНЗ як державної, так і недержавної форми власності;
- нестача навчально-методичних матеріалів, у тому числі підручників, посібників, кейсів та бізнес-ігор, зокрема у регіональних підрозділах ВНЗ;
- недостатня якість приміщень, бібліотек, комп'ютерних мереж та баз даних тощо.

Незважаючи на той факт, що регіональний уряд, місцеві бізнесові структури та багатонаціональні іноземні компанії витрачають певні кошти для розвитку бізнес- та менеджмент-освіти, вона поки що характеризується низькою інституалізацією, нестачею якісного контролю, стандартів навчання та наявністю недоброякісної конкурентної боротьби між державними і недержавними ВНЗ за студентський контингент. З цих позицій навчальні бізнес-заклади, школи менеджмент- і бізнес-адміністрування (МВА) та інститути менеджменту мають бути гнучкими, швидкими та підприємленими, а форми освіти і тренінгів — чутливими до попиту і пропозиції на ринку освітніх послуг.

Бізнес-освіта, зокрема МВА, має створити відповідний сервіс для керівників бізнесу, що потребують консультацій у вирішенні реальних проблем, беручи до уваги їхні як явні, так і приховані замовлення. Українська бізнес-освіта на відміну від іноземних шкіл бізнесу бере до уваги переважно явні замовлення бізнесового середовища, оскільки при-

ховані треба розпізнати і знайти специфічні способи та технології їх вдовольнити. Це доцільно впроваджувати, оскільки для забезпечення ефективного управління бізнесом і економіки в цілому вкрай необхідні керівники, які мислять по-новому.

В Україні існує певна специфіка здійснення міжнародного бізнесу — це особливості як внутрішнього, так і зовнішнього середовища діяльності українських підприємців. Треба відзначити, що вони є вкрай несприятливими, що зумовлено насамперед нестачею фінансових ресурсів, значними перешкодами в отриманні адекватної і надійної бізнес-інформації, труднощами у контактах із закордонними партнерами (мовними, культурними, етичними тощо), недостатньою фаховою підготовкою міжнародних підприємців і менеджерів.

При підготовці фахівців міжнародного профілю треба звернути увагу на вивчення національних культурних традицій міжнародного спілкування, не зважання на які може викликати певні непорозуміння унаслідок розбіжності відносно міжнаціональних культурних цінностей та етичних уявлень щодо справедливості й адекватності тих чи інших міжнародних трансакцій. До того ж, невербальні комунікації можуть призвести до непорозуміння внаслідок відсутності особистого враження та публічного дистанціювання.

Для підвищення ефективності міжнародних комунікацій застосовуються певні заходи:

а) поліпшення системи зворотного зв'язку. У цьому сенсі найбільш важливим є зворотний зв'язок між материнськими компаніями і їх відділеннями. Існує два типи систем зворотного зв'язку: (1) особистий (наради, телефонні розмови), (2) міжособовий (звіти, бюджети, плани). Так, більше половини компаній доменів США підтримують зворотний зв'язок зі своїми закордонними філіями шляхом щомісячних письмових

звітів, а в компаніях Євросоюзу і Японії цей показник становить лише 10–15 % професійних комунікацій. Більшість компаній США проводить щорічно наради з топ-менеджерами філій, тоді як для європейських і японських компаній така практика становить 50 % обсягів професійних комунікацій, що вважається недостатнім для головного офісу;

б) мовний тренінг — здійснюється через вербальні (усні) і письмові комунікації між учасниками міжнародних трансакцій;

в) культурний тренінг, що передбачає вивчення і розуміння національної культури країни розміщення структурних підрозділів домена міжнародної компанії;

г) посилення гнучкості і прозорості міжнародного співробітництва — здійснюється через внутріфірмову взаємодію, переговори, врахування відмінностей між національною і корпоративною культурами.

Способи подолання культурних бар'єрів сфокусовані на толерантному сприйманні контрагентів, національних традицій місцевого персоналу фірм, неупередженості до незрозумілої поведінки партнерів, уважного ставлення до звичаїв інших національностей, врахуванні багатозначності аналогічних жестів і виразів у різних країнах та пристосуванні власного стилю комунікації до особливостей ділових партнерів.

Ділова етика накладає на міжнародний бізнес коло обмежень, що являє собою сукупність морально-етичних правил і традицій, які сформувалися у даному суспільстві. Бізнес-етика ґрунтується на чесності, відкритості, прозорості, дотриманні даного слова, здатності ефективно функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства, встановленими правилами і традиціями країни перебування. Імідж і репутація фірми утворюються з прикладів гідної відповідної поведінки її співробітників, яка практикується:

- по ставленню до майна і корпоративної культури фірми;
- при зіткненні різноманітних інтересів учасників договірної процесу чи міжнародної трансакції;
- при застосуванні певних методів встановлення зовнішніх ділових контактів;
- в умовах співпраці з державними органами влади й установами;
- у взаємовідносинах із клієнтами і конкурентами;
- у делікатних ситуаціях, коли перед співробітниками фірми стоїть проблема вибору: оприлюднити чи зберегти у таємниці приклад порушення колегами внутрішньо-фірмових правил та норм.

У розвинених країнах світу сформувались три сучасні етичні концепції управління міжнародним бізнесом, основані на принципах ділової етики: утилітаризмі, дотриманні прав людини і справедливості, а також на новій моделі міжнародного бізнесу, побудованій на соціоекономічних цінностях. Утилітаризм виходить з того, що справедливі рішення приносять максимальну користь більшості людей. Менеджеру, який дотримується цієї концепції, доводиться спочатку ретельно вивчати дію альтернативних рішень на всі зацікавлені сторони, а потім робити вибір, який приносить задоволення більшості людей. Утилітарна концепція спирається на виявлення наслідків реалізації рішень, які мають приносити користь більшості зацікавлених у трансакціях. Прийняття рішення у даному випадку залежить від аналізу витрат і прибутків.

Концепція дотримання прав людини ґрунтується на добровільно взятих на себе обов'язках менеджера захищати права інших людей і уникати будь-яких рішень, які порушують ці права. Менеджер у такому випадку не буде примушувати інших діяти всупереч їхнім релігійним або ж етичним уявленням. При цьому слід підкреслити, що за останні

роки у світі розуміння індивідуальних прав людини розширилося настільки, що вони включають захист природи і довкілля. Концепція справедливості зобов'язує менеджерів ставитися однаково до всіх людей, виконувати всі узгоджені правила, забезпечувати рівні права під час розподілу благ, гарантувати відповідальність за негативні наслідки міжнародної діяльності.

Бізнес-етика є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності фірми, і не може бути викладена за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування. Вона набуває закінченої форми у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у бізнес-середовищі. Використовуючи норми і правила ділового етикету, можна прогнозувати поведінку співробітників і передбачувати її наслідки, що допомагає ефективно організувати процес управління. Особливо важливим є вивчення всіх складових ділового етикету в міжнародному бізнесі, оскільки крім єдиних норм і правил у ньому існує велика кількість національних і культурних особливостей, достатньо значних у ділових відносинах. Міжнародний бізнес-етикет — поняття, що не обмежується питаннями ділової субординації і переговорним процесом, його основними складовими є: правила привітання, правила звертання, правила представлення, організація ділових контактів (переговорів, зустрічей, прийомів, ділового листування), ділова субординація, вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини, етичні норми у сфері грошових відносин, правила обміну подарунками і сувенірами, норми про прийнятність і розмір чайових тощо.

Специфіка і складність аналізу середовища функціонування міжнародної фірми висуває особливі вимоги до характеру роботи менеджера і рівня розуміння ним базових елементів функціонування світової економіки і

пов'язаних з ними особливостей діяльності фірми. У цьому контексті менеджер міжнародної фірми виконує сім базових ролей:

- 1) як організатор міжнародного маркетингу і визначення потенціалу фірми на зовнішньому ринку шляхом вирішення трьох ключових проблем:
 - визначення ключових напрямів пошуку можливостей для реалізації інтересів фірми на зовнішньому ринку;
 - концентрація зусиль внутрішніх маркетингових служб і зовнішніх консультантів на проведення попереднього аналізу;
 - вибір можливостей і сфер міжнародної діяльності;
- 2) як стратегічний місіонер, коли роль менеджера полягає в остаточному визначенні стратегічних мотивів, якими буде керуватися фірма, обираючи можливості, засоби і напрями виходу на міжнародний ринок;
- 3) як культурний аналітик — цю роль, на відміну від маркетингових, господарських чи юридичних завдань, може виконати лише менеджер, саме він повинен бачити і розуміти особливості національної культури, на які може спиратися фірма у вирішенні можливих комунікаційних проблем, і лише він може контактувати з топ-менеджерами зарубіжних фірм з урахуванням їхніх національних традицій і стереотипів;
- 4) як ефективний організатор і керівник інтернаціонального колективу менеджер повинен спрямовувати зусилля кожного члена компанії на виконання загальних завдань незалежно від труднощів порозуміння в інтернаціональному середовищі. Керівник організації — це людина, яка одночасно є лідером і ефективно управляє своїми підлеглими. Для цього міжнародному менеджеру необхідні не лише лідерські якості та обізнаність у сфері культури, а й за-

- лучення економічних, політичних і юридичних знань;
- 5) як дипломат і спеціаліст у сфері зовнішньополітичної діяльності — ця роль припускає не просто знання всіх елементів зовнішньополітичного середовища, а й дипломатичний талант знаходити порозуміння і компроміси у переговорному процесі;
 - 6) як громадський діяч, у ролі якого менеджер міжнародної фірми виступає доволі часто, оскільки він представляє за кордоном не лише свою компанію, а й за певних обставин свою країну і свій народ;
 - 7) як організатор міжнародного бізнесу менеджер виходить за рамки оптимізації функціонування фірми

у певній країні перебування, турбуючись про оптимальність бізнесу фірми у світовому господарстві в цілому.

У цій останній ролі йому нерідко доводиться приймати непрості рішення, в яких особливого врахування і оцінки потребують політичні та економічні аспекти глобального зовнішнього середовища. Тобто бізнес-освіта передбачає широке коло завдань щодо забезпечення підготовки спеціалістів високого класу, здатних просувати не лише власні комерційні інтереси у національному і міжнародному бізнес-середовищі, але і їх гармонізацію з метою, пріоритетами і завданнями соціально-економічного розвитку власної держави.