

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Матеріали V науково-практичної конференції, присвяченої
25-річчю Міжрегіональної Академії управління персоналом,
м. Київ, МАУП, 17 грудня 2013 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2014

Рецензенти: Г. А. Дмитренко, д-р екон. наук, проф.
О. І. Радзійський, д-р екон. наук, проф.
Н. Д. Чала, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 1 від 29.01.14)*

Видання здійснене в рамках проекту
“Наукові праці МАУП”

Концептуальні засади формування менеджменту в Україні: Матері-
К65 али V наук.-практ. конф., присвяченої 25-річчю МАУП, м. Київ, МАУП,
17 груд. 2013 р. / Уклад. О. В. Баєва, Н. М. Терещенко, Н. І. Новальсь-
ка. – К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. – 260 с. : іл. — Бібліогр. в кінці
ст.

До збірника увійшли доповіді пленарних та секційних засідань V науково-практичної конференції “Концептуальні засади формування менеджменту в Україні”. Розглядаються питання управління стратегічним зростанням конкурентоспроможності підприємств, сучасних аспектів управління персоналом, управління освітою та методи викладання у вищій школі, концепцій розвитку управління бізнесом, проблем та перспектив розвитку менеджменту в галузі охорони здоров’я.

Для науковців, освітян, менеджерів різних рівнів управління, а також усіх, хто цікавиться проблемами менеджменту та розвитком управлінської думки в Україні.

ББК 65.9(4УКР)290-2я43

ЗМІСТ

Баєва О. В.

Психофізіологічні
особливості управління в умовах
глобальної макроекономічної
нестабільності 5

Денисенко М. П.

Сучасні тенденції управління
якістю послуг у сфері туризму 13

Сладкевич В. П.

Концептуальні підходи
до визначення ролі та змісту
стратегічного управління 17

Баєв В. В.

Формування системи
управління якістю на туристичних
підприємствах України 26

Новальська Н. І.

Використання інтерактивних
технологій в організації проведення
практичних занять з дисципліни
“Загальний менеджмент” 30

Бірдус Л. В.

Негативний вплив
електромагнітного випромінювання
на здоров'я
і працездатність людини 34

Суліма Н. М., Якимовський Р. В.

До питання методики
оцінювання рівня економічної
безпеки підприємства 38

Колтаков В. М.

Проблеми в підготовке спеціалістів
стратегічного рівня 42

Андрейчук У. В.

Управлінські інновації як шлях
подолання внутрішніх та зовнішніх
загроз підприємства 50

Філіппов М. І., Гавришук Т. Б.

Стан та перспективи розвитку
конкурентоспроможності
підприємств легкої промисловості
України 53

Дьолог Т. І.

Стратегічне планування:
сутність, принципи та етапи 61

Баєв В. В.

Аналіз тенденцій розвитку
туристичної галузі України в умовах
глобальної нестабільності 66

Лазоренко Л. В.

Стратегічне управління фінансовою
діяльністю підприємств 72

Чернявський А. Д., Коноплястий Є. В.

Інноваційна стратегія управління
екологічною системою міста Києва 77

Могилко В. О., Кочетова К. А.,

Перець Б. В.

Основні принципи оцінки
конкурентоспроможності
підприємства 82

Яценко О. А., Догадіна В. Ю.,

Співакова Н. О.

Сутність матричних методів
аналізу 88

Осипчук Д. Г.

Напрями стратегічного розвитку
економіки України 93

Головач Н. В.

Актуалізація професії сучасного
фахівця з управління персоналом
та економіки праці 99

Дорошенко Л. С.

Формування регіональних
ринків праці як напрям

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ “ЗАГАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”

Нині бізнес вимагає величезної кількості практичних умінь та навичок, що й пояснює актуальність висунутого питання, тому першочерговим завданням для бізнес-освіти стає введення нових, інтерактивних методів навчання, які спроможні перетворити вербальні знання у невербальні ще на студентській лаві.

Це питання є об'єктом уваги багатьох фахівців з управління та викладацької діяльності, зокрема В. П. Панфілова, Л. А. Громова, А. К. Казанцева, Д. Д. Вачугова та ін.

Розглянемо активні та ефективні форми навчання в системі сучасної підготовки менеджера, ключовим методом якої є використання методу вивчення господарських та виробничих ситуацій — кейс-стаді. Обговорення кейсу є особливо корисним для розвитку навичок ідентифікації проблеми і розробки та аналізу альтернативних рішень.

Традиційний кейс, який використовують в американських бізнес-школах, викладений на 20–30 сторінках. Звичайно, на програмах підготовки спеціалістів та магістрів можна застосовувати і такі кейси.

Такий кейс формує навички з аналізу даних з усього масиву інформації та ідентифікації проблем. Крім того, ефективне обговорення кейсу стимулює розвиток комунікативних здібностей, адже майбутнім управлінцям слід навчитись активно слухати один одного і точно висловлювати свої думки.

Нині вже немає сумніву, що кейс-метод — це необхідний педагогічний інструмент в менеджмент-освіті. Однак інтерактивне навчання не може бути обмежене тільки використанням кейс-стаді. Кейси не формують таких практичних навичок, як: уміння спостерігати; вміння приймати ефективні рішення; відповідальність за запропоновані альтернативи; важко змусити студентів приймати нестандартні рішення, імпровізувати. Для формування цих навичок можливе застосування інших інтерактивних методів: ділових та рольових ігор.

Найбільший успіх мають ігри щодо: проведення ділових переговорів; відкриття віртуальної організації із складанням установчих документів,

штатного розкладу, формуванням відповідних наказів.

Метою ділової гри може бути — формування якостей особистості, які необхідні для роботи у виробничому колективі.

Під час проведення ділових ігор, особливо ділових проектів, слід звернути увагу на нашу національну особливість.

Прикладом може бути ділова гра, яка передбачає розгляд типової ситуації з розробки перспективного плану розвитку підприємства (реально існуючого). Вона розігрується в аудиторії впродовж 2–4 годин. У навчальній діловій грі краще розв’язуються проблеми мотивації навчання, оскільки за таких умов знання і вміння використовуються не на запас (на майбутнє), а для задоволення реальних потреб забезпечення ігрових дій.

Американські викладачі в журнальних статтях чи монографіях з інтерактивного навчання або корпоративного тренінгу пропонують проведення групових проектів у групах з 10–12 студентів. У нас цей принцип не працює через іншу рухливість нервових процесів або інші причини. У таких великих групах працюватиме 2–3 студенти, інші — читатимуть журнали або гратимуть мобільними телефонами.

Ідеальних рецептів щодо активності студентів немає. Слід на місці встановити причину і швидко приймати рішення.

- Іноді допомагає жарт.
- Іноді допомагає вербальне та невербальне стимулювання оригінальної думки.
- Іноді можна використати метод мозкового штурму. У зовсім

безнадійних ситуаціях запропонуйте обговорити кейс у маленьких групах, і ставте запитання в групах.

Щодо розробки і проведення ділових ігор слід висувати такі вимоги: ділова навчальна гра має стати засобом закріплення навчальних знань і вмінь; слід розробляти правила гри, які формують необхідні якості майбутнього спеціаліста; слід передбачати проблемні ситуації, які потребують колективного мислення учасників під час аналізу умов і розробки спільних рішень.

Як приклад розглянемо організацію проведення практичного заняття з дисципліни “Загальний менеджмент” за темою “Організаційно-комунікаційні аспекти управління організацією”.

Мета практичного заняття: виробити навички вибіркової поведінки у певній аудиторії; набути вміння проведення ділового спілкування; визначити роль інформації в управлінні сучасною організацією; набути навичок з організації та проведення ділових нарад.

Ділова гра

“Підготовка рекламного виступу”

I. Характеристика проблемної ситуації

Суть ділової гри полягає в тому, що декілька учасників гри мають опрацювати свій варіант рекламного виступу перед аудиторією. Для вибору варіанта предмета рекламування доцільно заздалегідь визначити їх перелік. Можна передбачити виступ не лише у формі реклами, а й імітувати процес презентації бізнес-ідеї з організації власної справи в тій чи іншій сфері економічної діяльності.

Промовець має підготувати виступ, продумати мову, стиль викладення інформації, манеру поведінки.

II. Вихідна інформація

Викладач пропонує студентам кілька варіантів опису діяльності уявних або діючих компаній.

III. Порядок проведення гри

I етап — Введення в гру (пояснення викладача) та регламентація гри.

Викладач інформує присутніх про мету ділової гри та порядок її проведення. На прикладах наводить студентам, як слід міняти композицію, зміст, форму, тон виступу, залежно від мети, завдання і складу аудиторії.

Далі студентами обирається тема для рекламного виступу із запропонованого переліку або приймається запропонований варіант продукту чи послуги, що має рекламуватися. Потім визначаються можливі типи аудиторій, категорії слухачів (наприклад, представники комерційної або державної організації, покупці в магазині).

II етап — Формування команд.

Студентів групи розділяють на три підгрупи. До першої підгрупи увійдуть ті, хто виступатиме перед аудиторією. Їхню кількість визначає керівник гри, з огляду на кількість обраних тем, аудиторії, бажаючих підготувати виступ. Друга підгрупа становить експертну комісію, куди мають увійти:

- 1) експерт зі змісту, який визначає якість сценарію, актуальність виступу, правильність цільової установки, її відповідність аудиторії;
- 2) експерт з ораторського мистецтва, який характеризує загаль-

ну культуру мови, манеру викладу матеріалу;

- 3) експерт із сприйняття мови, який оцінює стиль, темп і тон мови, манеру триматися перед аудиторією;
- 4) експерт, який оцінює якість факторів і аргументів, їх доцільність та відповідність рівню та інтересам аудиторії.

Крім того, до експертної комісії слід долучити обліковця, який підраховує суму балів, яку отримують промовці.

Третя підгрупа — це представники аудиторії.

III етап — Підготовка і виступ перед аудиторією. Під час підготовки студенти мають скласти план рекламного виступу, визначити головні моменти.

Кожен з учасників гри (перша підгрупа) має 10 хвилин для розповіді про те, як він складатиме свій виступ, які використає факти, приклади, яку застосовуватиме мову, жести, темп тощо. Можна обрати декілька варіантів форми виступу: розповідь про фірму та її продукт, питання і відповіді, міні-розмова з наступним диспутом, просто розмова тощо.

Представники другої підгрупи уважно спостерігають за виступом, а потім виставляють оцінки за п'ятибальною шкалою. Кожному експерту надається карта учасників.

Представники третьої підгрупи повинні грати роль тієї аудиторії, яка за грою обрана промовцем.

IV етап — Підведення підсумків. Після виступу всіх учасників гри викладач аналізує їхню діяльність. Наприкінці гри обліковець збирає в експертів картки, заносить оцінки

Оцінка виступів

№ пор.	Експерти	Виступ № 1	Виступ № 2	Виступ № 3	Виступ № 4
1	Експерт зі змісту				
2	Експерт з ораторського мистецтва				
3	Експерт із сприйняття мови				
4	Експерт з оцінки якості факторів і аргументів				
	Разом				

у бланк учасників гри (див. табл.), оголошує результати оцінки виступу кожного учасника ділової гри.

Звичайно, впроваджувати інтерактивне навчання необхідно. Практичні заняття з “Загального менеджменту” не повинні проходити в класичному варіанті семінарів або відповідей на тестові завдання. Для впровадження цих методів необхідна і певна технічна обладнаність наших аудиторій і роздатковий матеріал для студентів.

Література

1. Баєва О. В., Новальська Н. І., Згальат-Лозинська Л. О. Основи менеджменту: практикум: навч. посіб. — К.: Центр учб. л-ри, 2007. — 524 с.
2. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології: навч. посіб. — К.: Академвидав, 2004. — 352 с.
3. Ковальчук Г. О. Активізація навчання в економічній освіті. — К.: КНЕУ, 1999. — 128 с.