

Мирон Баб'як, кандидат технічних наук, доцент

Дрогобицький державний педагогічний університет  
ім. І. Франка

## ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ ДО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У ВНЗ

*У статті розглянуто підготовку менеджерів до ділового спілкування з використанням спеціально розробленого комплексу педагогічних ситуацій. Для комунікативної підготовки використовуються лінгвістичні і психологічні аспекти. Також аналізується традиційна підготовка керуючих у країнах Заходу.*

**Постановка проблеми.** Радикальні зміни, що відбуваються у сучасному суспільстві, висувають підвищені вимоги до підготовки менеджерів у ВНЗ, де важливе місце повинно приділятися проблемам, пов'язаним із професійним спілкуванням.

Проблема підготовки менеджерів до ділового спілкування безпосередньо пов'язана із завданням повідомлення студентам певних знань, формування навиків і умінь, що забезпечують відповідний рівень їх професійної мобільності. Однак до сьогоднішнього дня залишаються нез'ясовані питання технології підготовки менеджерів до ділового спілкування з використанням спеціально розробленого комплексу педагогічних ситуацій. В літературі розглядаються, як правило, окремі аспекти комунікативної підготовки, наприклад, лінгвістичний, психологічний тощо, з урахуванням специфіки конкретних предметів.

У контексті даного дослідження готовність менеджера до ділового спілкування можна представити у вигляді взаємозалежних структурних складових: компонентів комунікативної культури і функцій ділового спілкування. Ці функції забезпечуються знаннями, навичками й уміннями, досвідом репродуктивного, продуктивного й евристичного спілкування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проведене автором дослідження стану підготовки менеджерів дозволило виділити істотні суперечності:

а) між об'єктивними вимогами готовності менеджера до ділового спілкування і сформованою практикою професійної підготовки менеджера у ВНЗ;

б) між загальним змістом професійної підготовки менеджерів у ВНЗ і потребою педагогічної практики в розробці комплексу дидактичних засобів, що відповідають задачам комунікативної підготовки.

Для проектування комунікативної готовності

менеджера за проектну одиницю автором виділена комунікативно-ділова ситуація, що визначається як динамічна система комунікативних дій і взаємин двох і більше людей, регламентована загальними задачами ділового партнерства.

У процесі дослідження були виділені сутнісні ознаки комунікативно-ділової ситуації, спрямованої на головну мету формування готовності майбутнього менеджера до професійної діяльності:

1) комунікативно-ділові ситуації взаємозалежні з різними сторонами організації процесу ділового спілкування і належать також до різних рівнів прийняття рішень;

2) дані ситуації можна співвіднести з визначеним контекстом взаємодії партнерів. По-перше, у них реалізується особистісна комунікативна потреба менеджера і його ділового партнера, а також їхні міжособистісні відносини. По-друге, тривалість таких ситуацій регламентована протоколом;

3) комунікативно-ділова ситуація має діловий характер: спілкування партнерів відбувається згідно з поставленими цілями, реалізуючи які менеджер створює умови для виникнення ситуації, мотивів спілкування;

4) комунікативно-ділова ситуація має поліфункціональний характер. Вона виконує функції узагальненої оцінки, організації процесу спілкування, добору засобів спілкування, активізації спілкування з діловим партнером, корекції його, формування мотивації. Проектування комунікативно-ділової ситуації у процесі підготовки менеджера до ділового спілкування зв'язана з реалізацією педагогічних функцій: інформаційної, логізаційної (що розвиває), мотиваційної, комунікативної.

Компоненти проєктованої ситуації можуть по-різному сполучатися. Це залежить від змісту ситуації, тематики, задач конкретного заняття і від результативності навчально-пізнавальної діяльності студентів. Комунікативно-ділові

ситуації відрізняються від розроблених у педагогіці навчальних ситуацій цільовим призначенням, орієнтованим на професійну діяльність менеджера, суб'єктом керування, типом комунікативного утруднення. Вони також відрізняються від досить розроблених у педагогіці ділових ігор компонентним складом, функціонально-цільовим призначенням.

У результаті дослідження автори прийшли до висновку, що основними сутнісними характеристиками комунікативно-ділової ситуації є її спрямованість на розв'язання ділової задачі навчання спілкуванню.

Далі комунікативно-ділові ситуації були приведені у визначену систему, що прямо співвідноситься зі структурою комунікативної компетенції сучасного менеджера.

Система дидактичних засобів може бути реалізована як педагогічна основа інтеграції гуманітарних, загальнопрофесійних і спеціальних дисциплін для проєктування системи комунікативної підготовки і як основний педагогічний засіб її здійснення. Інтеграція у даному випадку означає процес зближення наук, що відбуває поряд із процесами їхньої диференціації. Проблеми інтеграції загального і професійного утворення, і зокрема інтегративні педагогічні процеси, були вивчені розглянувши праці А. Беляєвої, В. Максимової, Ю. Тюннкової й інших. У рамках інтегративного навчання як новий об'єкт пізнання розглядаються зв'язки між окремими елементами знань і різних навчальних дисциплін.

**Мета статті** – дослідити проблеми підготовки менеджерів до ділового спілкування у ВНЗ, а також проблему реструктуризації американських шкіл бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Досліджуючи підходи до проблеми розробки дидактичних засобів для підготовки менеджерів до ділового спілкування, автор визнав за необхідне виділити наступні моменти [1].

Доцільно розглянути таку деталь, як місце комунікативно-ділової ситуації у навчальному процесі. Дидактичне застосування комунікативно-ділових ситуацій визначається рамками тематики занять, адекватністю системі занять, послідовністю, умовами узгодження підготовки менеджера до ділового спілкування і його професійної підготовки в рамках вузівських програм навчання.

Для того, щоб підійти до розгляду варіантів побудови комунікативно-ділових ситуацій, автор виділяє етапи дидактичної структури занять з підготовки до ділового спілкування: етап актуалізації знань, формування нових понять і умінь ділового спілкування, застосування умінь і навичок.

У ході занять з підготовки до ділового спілкування менеджерів комунікативно-ділові ситуації можна згрупувати відповідно до одного із наступних варіантів. Варіант "А" – послідовне (лінійне) угруповання, що враховує перехід до наступного заняття після проходження усіх етапів попереднього. Кожен елемент нових знань і умінь накладається на раніше засвоєне при постійному контролі за діяльністю студентів.

Варіант "Б" – рівнобіжне угруповання комунікативно-ділових ситуацій у взаємодіючих предметах. Даний варіант припускає об'єднання структурних етапів у блоки (актуалізації, формування, застосування). Спочатку актуалізуються опорні знання для взаємодіючих дисциплін – як спеціальних, так і гуманітарних. Потім відбувається формування нових знань і умінь ділового спілкування. На третьому етапі відбувається застосування знову отриманих знань, умінь і навичок ділового спілкування.

Варіант "В" – послідовно-рівнобіжне угруповання комунікативно-ділових ситуацій у взаємодіючих предметах. Даний варіант припускає, що послідовність етапів і склад групуючих етапів варіюються. Наприклад, формування нового поняття може відбуватися за допомогою аналізу комунікативно-ділової ситуації у рамках вивчення суміжних дисциплін. При цьому викладач спочатку орієнтує студентів на розкриття сутності ділового спілкування, його функцій, цілей, потім пропонує ті засоби, що можуть змінити комунікативно-ділову ситуацію. Студенти висловлюють думки щодо тих причинно-наслідкових зв'язків, що лежать в основі ділового спілкування, і, у результаті, починають осмислювати нові поняття. У даному випадку викладач використовує індуктивний спосіб пояснення матеріалу, побудованого на одержанні узагальнених висновків з окремих явищ. Процес формування нових знань сполучається з процесом актуалізації знань, що є опорними для вивчення кожного із взаємодіючих навчальних предметів.

На рубежі століть у багатьох країнах Заходу відбувається перегляд традиційних підходів до підготовки керуючих. Нині школи бізнесу зіштовхуються з новими конкурентами на ринку утворення – фірмами, що організовують внутрішньокорпоративні програми навчання (кількість "корпоративних" університетів значно виросла), консультативними компаніями і т.д. Щоб вижити в XXI в., школи бізнесу повинні змінитися.

І школи бізнесу, і частки компанії, де працює більшість цих шкіл, визнають необхідність реструктуризації сфери бізнесу-утворення. Одночасно наростає критика діяльності багатьох

шкіл бізнесу, насамперед американських.

Сьогодні американські школи бізнесу забезпечують університетам надходження значних фінансових ресурсів за рахунок росту чисельності цих шкіл, що вчать, і участі викладачів у здійсненні вигідних консультаційних контрактів. Навчальні програми, пропонувані цими школами бізнесу, безнадійно застаріли. Провідні професори шкіл бізнесу витрачають більше часу на надання консультаційних послуг по усьому світу.

Коли керівники шкіл бізнесу підшуковують для своїх професорів можливості здійснення зовнішньої консультаційної діяльності або організують програми підготовки для корпоративних клієнтів, вони, безумовно, діють як керуючі сфери бізнесу. Однак остаточно школи бізнесу не визначилися в питанні про те, чи є вони вищими навчальними закладами або комерційними підприємствами. Тому і виникає багато проблем у їх діяльності.

Зміст навчання в американських школах бізнесу, вважають деякі експерти, дуже статичний. Більшість професорів занадто багато уваги приділяє використанню методу конкретних ситуацій (case studies). Відповідно до нього студенти знайомляться з коротким описом гіпотетичної ситуації, що виникає в компанії, потім аналізують рішення, які приймають керуючі, і роблять висновок щодо поведінки керівників у сформованій ситуації.

Школи бізнесу приділяють занадто багато уваги навчанню студентів методам аналізу і занадто мало – питанням керування людьми. У результаті багато керуючих не можуть ефективно організувати роботу співробітників своїх компаній.

На недоліки в організації підготовки керуючих у школах бізнесу (насамперед американських) вказує і один із провідних спеціалістів в галузі бізнес-утворення Г. Мінцберг (Канада). Він підкреслює, що за два роки навчання у школах бізнесу з 25-літніх студентів, які часто не мають досвіду роботи, не можна зробити ефективно працюючих менеджерів.

Критики американського бізнес-утворення вважають, що школи бізнесу стають свого роду фабриками, які роблять біороботів, які часто виявляються неприспособленими до практичної діяльності.

Школи бізнесу не служать інтересам усього ділового співтовариства, а роблять “кар’єрних менеджерів”, чия головна турбота – власне просування кар’єрними сходами, а не успіх компанії, у яких вони працюють.

Керівники шкіл бізнесу не погоджуються з

рядом положень цієї критики, зокрема з тим, що робота професорів як консультантів зовнішніх організацій негативно позначається на навчальному процесі, але при цьому визнають необхідність змін у роботі своїх навчальних закладів. Подібні зміни вже починають відбуватися. Так, школи бізнесу запускають онлайнні програми підготовки MBA (магістрів ділового адміністрування – Master of Business Administration) і встановлюють партнерські стосунки з корпораціями.

В останнє десятиліття зрушення у сфері бізнес-утворення відбувається у трьох напрямках. По-перше, змінюється зміст навчання. Глобалізація бізнесу приводить до того, що фірми висувають нові вимоги до керуючих. Компанію уже не влаштовує традиційна підготовка керуючих, і школи бізнесу змушені коректувати зміст програм навчання. По-друге, відбуваються зміни в навчальному процесі, метод; викладання і навчання в результаті використання нових інформаційних технологій. По-третє, на ринку бізнес-утворення з’являються нові “гравці”. Зараз керуючих готують не тільки традиційні школи бізнесу, але й “корпоративні університети”, консультаційні фірми та інші організації. Встановлення партнерських відносин між ними може помітно змінити бізнес-утворення. Зупинимося докладніше на цих змінах у сучасному бізнес-утворенні.

*Новий зміст навчання.* У період 60 – 80-х років фірми посиляли своїх керуючих для проходження навчання на різні курси, щоб дати їм можливість набути нових знань. Навчання на таких курсах було своєрідною нагородою керуючим за довгу службу у фірмі.

До кінця 90-х років ситуація змінилася. Будь-яка програма підготовки керуючих, за якою у ці роки навчалися вищі керуючі вже після навчання ступеня MBA, спрямована насамперед на те, щоб допомогти їм у роботі, а не на те, щоб усунути які-небудь пробіли в їхньому утворенні.

Школи бізнесу зараз повинні вирішувати індивідуальні управлінські проблеми, що стоять перед кожним окремим керуючим. Зміст навчання більше не може черпатися винятково з книг або зі спільного досвіду роботи всіх учасників навчання, що стає усе більш індивідуалізованим і орієнтується на потреби учнів, значно впливає не тільки на зміст навчання в школах, але й на кваліфікацію викладачів цих шкіл. Хвиля відповідних змін охоплює увесь світ. Однак, як вважає Мінцберг, найбільш цікаві зміни в підготовці керуючих відбуваються в Західній Європі. Великобританія і Франція лідирують у

перетворенні сектора бізнес-утворення відповідно до потреб XXI ст.

Провідні європейські школи бізнесу доганяють своїх американських конкурентів. Про великий прогрес європейських шкіл бізнесу свідчить, зокрема, той факт, що в 2000 р. програми підготовки MBA вже двох європейських університетів виявилися у числі 10 кращих програм у цій області у щорічному рейтингу британської газети "Файнэншл таймс". Слід пам'ятати, що диплом MBA почав присуджуватися в Європі лише 40 років тому, тобто на 60 років пізніше, ніж у США. У 2000 р. програми підготовки MBA Лондонської школи бізнесу (Лондонський університет) і INSEAD, незалежного інституту, розташованого у Фонтенбло біля Парижа, увійшли до числа 10 кращих програм. У 1999 р. у цю "десятку" з європейських шкіл входила лише Лондонська школа бізнесу.

У чому суть зрушень у змісті підготовки керуючих на короткотермінові курси? У процесі навчання сучасні менеджери хочуть знайти шлях розв'язання конкретних управлінських проблем, які стоять перед ними, їхньою організацією. Саме на цьому і сконцентрована діяльність деяких французьких і англійських шкіл бізнесу.

Ці школи прагнуть домогтися того, щоб знання отримані за час навчання, можна було застосувати на практиці уже в перший день після повернення на роботу. Керівники навчання повинні передавати отримані знання своїм колегам. У такий спосіб робиться спроба створити своєрідне "каскадне навчання", яке передбачає передачу колегам знань, отриманих керуючими у процесі навчання в школі бізнесу.

Даний підхід до підготовки керуючих нехарактерний для традиційних шкіл бізнесу. Але це саме те, що потрібно компаніям. За словами менеджера управлінського і міжнародного розвитку компанії "Брітш телеком", фірми більше не можуть дозволити собі посилати керівників на курси навчання тільки у винагороду за "гарну поведінку". Нині компанії приділяють особливу увагу тому, щоб керівники, які пройшли підготовку, застосовували на практиці отримані знання.

Короткотермінові курси підготовки керівників настільки спеціалізовані з урахуванням конкретних запитів учнів, що школи бізнесу не можуть запозичити зміст цих курсів один у одного. Таке як ніколи раніше диверсифіковане бізнес-утворення одержує у світі усе ширше поширення. Доходи провідних шкіл бізнесу Європи і США за 1995 – 1997 рр. збільшилися на 30%. 90% доходів Міжнародного інституту підготовки керуючих (INSEAD) надходить від короткотермінових курсів

підвищення кваліфікації керуючих і лише 10% – від програм підготовки MBA [7].

У сучасних умовах прискореного розвитку високих технологій посилюється потреба в організації навчання протягом усього життя. Неперервне навчання уже одержало в США широке поширення і швидко поширюється у країнах Західної Європи, впливаючи на зміст навчання. Бізнес-утворення більше неадресоване лише 20 – 30-літнім керуючим. Так, Лондонська школа бізнесу планує організувати курси підготовки для осіб у віці 45 років і більше [4].

У даний час програми підготовки керуючих усе більше враховують глобалізацію світової економіки, а тому росте потреба в міжнародному співробітництві шкіл бізнесу для задоволення потреб приватних фірм. В останні роки виявляється посилення тенденцій глобалізації і в освіті. В лютому 1997 р. школи бізнесу 6 європейських країн (Франції, Австрії, Італії, Нідерландів, Данії і Іспанії) організували Програму для міжнародних менеджерів у Європі (Program for International Managers in Europe – PRIME), яка готує керуючих для ведення бізнесу в Європі. Програма вивчає глобальну проблематику на базі 5 навчальних модулів, які охоплюють політичні, стратегічні, функціональні й інші сторони повсякденного бізнесу в Європі. Освоєння цих модулів розраховано на 26 днів.

Деякі компанії розраховують, що програми підготовки керуючих отримають зовнішню акредитацію і тим, хто пройшов підготовку з цими програмами могла бути присвоєна кваліфікація. Компанії прагнуть до того, щоб їх партнери – школи бізнесу – зараховували навчання на короткотермінових внутрішньо-фірмових курсах як визначений етап для одержання кінцевої кваліфікації, можливо навіть ступеня MBA.

Уорвікська школа бізнесу (Великобританія) співробітничала з компанією "Брітш стіл" при здійсненні Програми прискореної підготовки керівників, яка відповідає першому етапу навчання з програмою MBA. Після завершення навчання за програмою прискореної підготовки і здачі іспиту можна продовжити навчання для одержання ступеня MBA. Подібні тенденції з'являються і в інших країнах Західної Європи.

*Зміни в організації навчання в умовах поширення нових інформаційних технологій.* Використання нових інформаційних технологій (Інтернету та ін.) може привести до революційних змін в організації підготовки керуючих.

Як зазначалося вище, школи бізнесу однакостайні у визнанні необхідності відновлення змісту підготовки керуючих. Такої єдності щодо

використання новітніх інформаційних технологій у бізнесі-освіті немає. Радикальні прихильники новітніх інформаційних технологій говорять про кардинальні зміни в підготовці керуючих на базі можливостей, наданих такими технологіями. У новому світі глобальної освіти будь-яка людина, яка має комп'ютер, у будь-якій точці планети може бути учасником програм навчання. Консерватори ж вважають, що сучасні інформаційні технології – це лише допоміжний засіб, який слід викорис товувати в традиційному навчанні.

Школи бізнесу роблять свій вибір у цьому питанні в основному з фінансових питань (інформаційні технології дуже дорогі). У багатьох школах використовуються і традиційні методи, які ряд експертів відносять до “кам'яної ери” бізнес-освіти, і нові методи, засновані на сучасних технологіях.

У Західній Європі лідером у використанні інформаційних технологій у сфері бізнес-освіти є Коледж менеджменту Ешбріджу (Великобританія). Результатом дворічного співробітництва цього коледжу з “Брітш телеком” у галузі застосування інформаційних технологій, стало надання менеджерам можливості одержати зі своїх комп'ютерів доступ до навчальних ресурсів (книжки, відеоматеріали і звичайна інформація про ринки), керівники також можуть одержувати допомогу викладачів.

Директор з маркетингу Коледжу менеджменту Хенлі вважає, що Інтернет та інші інформаційні технології можуть відкрити нові перспективи для підготовки керівників. У своїй доповіді, представленій Міжнародному консорціуму підготовки керівників, він наступним чином описав ситуацію у сфері науки, яка повинна скластися до 2002 р. Інтернет та інші засоби комунікації забезпечать доступність інформації, у тому числі навчальних матеріалів. У результаті акцент буде перенесений від наданих знань до інтерпретації інформації. Провайдери більше не будуть, як раніше, займатися винятково продажем навчальних матеріалів і програм. Замість цього вони будуть за відповідну оплату надавати додаткові послуги, зокрема допомагати в навчанні цієї моделі приведе до подальшої зміни ролі викладачів, які будуть переходити від власного викладання до здійснення керівництва навчальним процесом.

Компанії надають великого значення питанням внутрішньофірмової підготовки керівників, розраховуючи удосконалити її на базі використання новітніх інформаційних технологій. Головна мета – утворення короткострокових, ефективних і

цілеспрямованих курсів.

У минулому школи бізнесу приділяли основну увагу змісту навчання, а не методам його організації з врахуванням запитів керівників. У майбутньому ефективність діяльності шкіл бізнесу буде більшою мірою залежати саме від того, як добре вони зможуть організувати процес навчання “працівників і дуже зайнятих керівників”.

Варто підкреслити, що не всі компанії і школи бізнесу є прихильниками повного переходу до віртуального навчання. Багато фірм, вирішивши переходити до винятково віртуальної підготовки, продовжують уважати за необхідне безпосередньо особисто контактувати у процесі роботи і навчання. Подібної точки зору дотримуються і деякі школи бізнесу. Так, Уорвікська школа бізнесу використовує інформаційні технології лише як допоміжний засіб у навчанні, надаючи особливого значення безпосередньому контакту викладачів і учнів, зокрема у навчанні за програмами підготовки МВА.

Інші школи бізнесу також вважають, що новітні технології не можуть замінити спілкування викладачів і студентів у процесі навчання, дискусії, обмін досвідом і розглядають Інтернет, відеоконференції тощо насамперед як допоміжний засіб у традиційному навчанні [6].

У школах бізнесу американських університетів поширюються нові методи викладання курсів маркетингу і менеджменту, засновані на використанні сучасних інформаційних технологій. Серед тих, що навчаються в школах бізнесу за програмами МВА, великою популярністю користуються курси, присвячені вивченню даних про споживачів на базі використання сучасних інформаційних технологій.

Оскільки інформаційні технології роблять доступними для кожного величезні масиви інформації, головним для бізнесу стає швидша, ніж у конкурентів, інтерпретація інформації. Тут також іде боротьба між радикалами і консерваторами. І ті, й інші вважають, що метод конкретних ситуацій більше не може бути основним у підготовці керівників. Але при цьому радикали і консерватори розходяться в думці про те, як інформаційні технології можуть удосконалити його.

Критики традиційного бізнес-утворення пророкують неминучість відмови від широкого використання методу конкретних ситуацій. У 1997р. Міжнародний консорціум досліджень в галузі підготовки керівників (International Consortium of Executive Development Research – ICEDR), котрий об'єднує 30 корпорацій і 24 школи бізнесу, провів обстеження членів цього

об'єднання на предмет вивчення їх поточної практики підготовки керівників. Обстеження показало, що улюблений раніше метод конкретних ситуацій і аудиторні лекції втрачають свою колишню популярність. У 1995 – 1996 рр. 60% опитаних фірм інтенсивно використовували ці методи, а в наступному році планували продовжувати таку практику тільки 44% фірм.

Традиційні методи навчання не застосовні у випадку використання новітніх інформаційних технологій. Багато професорів прекрасно читають лекції, але далеко не всі можуть забезпечувати ефективне дистанційне навчання. Викладання з використанням інформаційних технологій вимагає нової кваліфікації викладачів. Сама наявність нових технологій не означає, що викладачі можуть ефективно використовувати її у навчанні.

*Нові “гравці” на ринку бізнес-утворення.* Сьогодні школи бізнесу відчувають гостру конкуренцію з боку консультативних фірм “корпоративних університетів”.

Росте конкуренція з боку міжнародних консультативних фірм, таких, як Sundridge Park, Price Waterhouse, Coopers & Lybrand. У сучасних умовах оновлення змісту навчання і змін в організації навчання (частково на базі використання новітніх інформаційних технологій) з програм деяких шкіл бізнесу зникають такі курси, як маркетинг або статистика. На думку керівників цих шкіл, дані курси повинні бути організовані консультативними фірмами. Школи бізнесу повинні вести спеціалізовані курси підготовки керівників, які є “фірмовою стравою” цих шкіл. Сильна сторона шкіл бізнесу – наявність висококваліфікованих викладачів, які мають великий досвід підготовки керівників. У школах бізнесу є й інші переваги. Так, у них, на відміну від консультативних фірм, є дослідницька база. У консультативних фірм є великі бази даних, їхня робота (на відміну від діяльності шкіл бізнесу) більшою мірою орієнтується на поточні, короткострокові потреби. Великим фірмам потрібні довгострокові відносини і можливість задоволення різних потреб у навчанні. Коли компаніям потрібно підготувати керівників нових проєктів, вони звертаються до шкіл бізнесу. Консультативні фірми, заповнюючи специфічні ніші на ринку бізнес-утворення, доповнюють роботу шкіл бізнесу, яким варто враховувати досвід консультативних фірм при розробці своїх навчальних програм.

Гострішу конкуренцію школи бізнесу відчувають з боку невеликого, але зростаючого числа транснаціональних корпорацій (серед яких “Моторола”, “Ксерокс”, “Дженерал електрик”),

які створили свої “корпоративні університети”.

У США все більше комерційних шкіл бізнесу і фірм вторгаються у сферу, яка традиційно належала головним університетам. Такі великі фірми, як IBM і “Дженерал електрик” розробляють власні методи підготовки майбутніх керівників своїх компаній.

Керівник Уорвікської школи бізнесу вважає, що “корпоративні університети” не можуть вирішити проблему підготовки керівників, оскільки в них немає багаторічного досвіду шкіл бізнесу. Тільки школи бізнесу можуть задовольнити потреби фірм у підготовці вищої ланки управління. Компанії визнають необхідність розвитку партнерських відносин зі школами бізнесу, на базі яких можуть бути створені новаторські програми підготовки керівників.

Інші нові “гравці” на ринку бізнес-утворення розширюють вибір для споживачів. У Великобританії, наприклад, благодійна організація Нова академія бізнесу організовує триденний курс підготовки керівників. У США діє програма теленавчання, створена компанією “Весткотт комьюнікэйшнз”. Компанія залучає викладачів університетів, керівників промисловості і пропонує інтерактивні навчальні сесії (на базі інформаційних технологій). Тим, хто навчається, пропонують 12 програм у місяць на вибір (з числа пропонованих університетами або керівниками найбільших компаній).

Варто підкреслити, що в сучасному світі ні школи бізнесу, ні консультативні фірми, ні “корпоративні університети” окремо не можуть забезпечити усі види підготовки керівників. Між новими “гравцями” бізнес-утворення і традиційними школами бізнесу повинні розвиватися партнерські стосунки.

Поступово відходять у минуле програми, в рамках яких професори, користуючись лише крейдою і дошкою, навчали студентів з допомогою традиційного методу конкретних ситуацій. Формула бізнес-навчання майбутнього, справедливо підкреслюють західні експерти, – це оновлення змісту навчання на базі використання новітніх інформаційних технологій школами бізнесу, “корпоративними університетами”, консультативними фірмами і іншими організаціями, які надають широкий спектр послуг з підготовки керівників.

**Висновки.** На підставі вищевикладеного можна зробити висновок про перевагу послідовно-рівнобіжного угруповання комунікативно-ділових ситуацій, вибір того чи іншого варіанта поетапного угруповання, який дозволяє налагоджувати взаємодію відповідних навчальних дисциплін.

## ГЕНЕЗИС ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ МОЛОДІ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ШКОЛІ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЧАТКОВИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Засобом, що забезпечує даний принцип дидактичної структури лекційно-практичних занять з підготовки до ділового спілкування, служать комунікативно-ділові ситуації різної функціонально-цільової спрямованості. На закінчення можна відзначити, що такий важливий напрямок комунікативної підготовки, як підготовка до ділового спілкування, припускає послідовне включення комунікативно-ділових ситуацій у цикл загальноосвітніх дисциплін і цикл загальних, гуманітарних і соціально-економічних дисциплін у програмі навчання менеджерів у ВНЗ.

1. *Актуальные проблемы языкового образования в России в XXI веке (Материалы международной научно-методической конференции)*. Воронеж, 2000. – С. 110–114.

2. *Золотовский Ю., Кравец В. И др. Проблемы создания дистанционной образовательной системы муниципального ВУЗа с представительствами в регионе /*

*Открытое образование*. – М., 2002. – №3. – С. 24–32.

3. *Ласкавий А.О. Теорія і практика формування основ ринкової економіки*. – К., 1994. – С. 11, 12, 22.

4. *Марков А. Как учат экономистов в Университетах США // Экономические науки*. – 1991. – №1.

5. *Попов Г.Х. Эффективное управление*. – М.: Экономика, 1985.

6. *Слуцкий Л. Открытое образование в системе подготовки кадров для малого предпринимательства / Открытое образование*. – М., 2001. – №8. – С. 13–18.

7. *New visions for executive education // Time*. N. Y., 1998. – №13. – P. 28–40.

8. *Wo Chak-Ming, Pounder J.S. Post-experience management education and training in China // Journal of general management*. – 2000. – 26. – №2. – P. 52–71.

**Мирон Вачевський, кандидат економічних наук, професор**

*Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка*

## ГЕНЕЗИС ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ МОЛОДІ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ШКОЛІ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЧАТКОВИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

*У статті висвітлено історичні аспекти економічної освіти молоді. Показано необхідність всебічного вивчення економіки та виховання молоді до ринкової економіки. Доводиться, що навчання вимагає модернізації системи освіти, вивчення основ економіки, менеджменту, маркетингу, інформації, інтелектуальної власності, дисциплін, що стосуються формування професійної компетенції.*

**Постановка проблеми.** Розвиток освіти і науки в Україні невід’язаний з історією та розвитком української нації і держави. Формування української нації відбувалося у широкому контексті національних процесів, у яких простежуються як інтелектуальні аспекти, так і гальмівні процеси, що відбулися на національному розвитку освіти та якості управління нею, професійній підготовці спеціалістів на основі сучасних основ економіки, маркетингу (промислового та сфери послуг), менеджменту, наукової інформації та патентознавства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Відзначимо, що цій проблемі присвячена значна кількість публікацій авторів С. Барана, С. Злупка, М. Волошина, В. Давидова, В. Зайчика, Т.Ковальва, М. Єрмошенка, В. Мадзігона,

Г.Левченка, В. Сидоренка, А. Шпака та інших авторів, які висвітлюють проблеми освіти молоді в сучасних умовах ринкової економіки.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Серед опублікованих робіт недостатньо досліджене питання щодо підготовки молоді до вибору професії в сучасних умовах та формування у неї професійної компетенції до вибору професії, що вимагає подальшого вивчення та удосконалення професійної освіти молоді, свідомого ставлення до праці.

**Цілі статті.** Історія свідчить, що мрії людства про вдосконалення суспільства органічно перепліталися з думками про вдосконалення трудового виховання, а в нинішній час – це підготовка молоді до умов ринкової економіки. Тисячолітній досвід дав можливість відібрати