

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка
Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Кафедра менеджменту освіти та педагогіки вищої школи

МАГІСТР

*Збірник
наукових праць молодих учених*

*До 100-річчя
Сумського державного педагогічного університету
імені А.С. Макаренка*

Суми 2024

УДК 37(082)

М12

*Друкується згідно з рішенням
вченої ради Сумського державного педагогічного університету
імені А.С. Макаренка (протокол №5 від 16 грудня 2024 р.)*

Головний редактор :

*С.С. Денєжніков, кандидат філософських наук, доцент кафедри
менеджменту освіти та педагогіки вищої школи*

Редакційна колегія:

*Л.В. Пшенична, кандидат наук з державного управління, професор,
перший проректор Сумського державного педагогічного
університету імені А.С. Макаренка;*

*О.Г. Козлова, професор кафедри менеджменту освіти та педагогіки
вищої школи, кандидат педагогічних наук, професор*

*А.А. Сбруєва, доктор педагогічних наук, професор кафедри
педагогіки*

*Т.Г. Геращенко, кандидат філософських наук, доцент кафедри
менеджменту освіти та педагогіки вищої школи;*

*Л.В. Корж-Усенко, доктор педагогічних наук, професор кафедри
менеджменту освіти та педагогіки вищої школи;*

*І.О. Захарова, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
менеджменту освіти та педагогіки вищої школи;*

*О.І. Скоробагатська, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
менеджменту освіти та педагогіки вищої школи;*

М12 **Магістр:** збірник наукових праць молодих учених
[До 100-річчя Сумського державного педагогічного універси-
тету імені А.С. Макаренка] / За заг. ред. доц. Сергія Денєжнікова.
– Суми : ФОП Цьома С.П., 2024. – 208 с.

Збірник містить наукові праці, у яких подано
теоретичні та практичні результати досліджень викладачів,
аспірантів, магістрантів та студентів Сумського державного
педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Всі матеріали подано в авторській редакції

УДК 37(082)

© Колектив авторів, 2024

© ФОП Цьома С.П., 2024

© СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЕДАГОГІКИ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Корж-Усенко Л. В., Терещенко Д. О.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ
ОСВІТИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ НА
СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 7

Корж-Усенко Л.В., Ключник П.Е.

СУЧАСНІ ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ 12

Усенко С. О.

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ АУДИТИВНОЇ
КОМПЕТЕНОСТІ У СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ..... 19

Ван Менсьяо

МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНОГО
САМОВИЗНАЧЕННЯ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ..... 23

Хуо Цзіаюй

ПЕДАГОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-
ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ УЧАСНИКІВ
УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ 27

Чжан Чжун

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ
ПІД ЧАС ПЕДАГОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ 32

Чжу Венбо

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСУ
ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ..... 37

Жень Сіньюй

ДИСТАНЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА
ПРОБЛЕМА 42

Цзян Пейген

СУТНІСТЬ І ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕСУ РЕЙТИНГУВАННЯ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ..... 46

Сунь Бінхун

СУТНІСТЬ І ДІЛОВОЇ ГРИ У ЗАКЛАДІ ОСВІТИ 51

Чень Яо

ПЕДАГОГІЧНИЙ ТАКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ.....	55
--	----

Лю Ченьжан

ОСОБЛИВОСТІ ДИНАМІКИ АКЦЕНТУАЦІЇ ХАРАКТЕРУ ВИКЛАДАЧА ЗВО.....	60
--	----

Чикірнєєв А.Ю

РОЗВИТОК ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА В ПЕДАГОГІЧНІЙ ТЕОРІЇ.....	64
--	----

СЕКЦІЯ 2

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

НА ПОЧАТКУ ІІІ ТИСЯЧОЛІТТЯ

Литвиненко О.С., Денєжніков С.С.

СТРУКТУРА ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ І СУБ'ЄКТИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	69
--	----

Руденко Л.В., Козлова О.Г.

СТАН НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ТІМБІЛДІНГУ В ЗАКЛАДІ ОСВІТИ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ	74
--	----

Кириченко І.І.

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ.....	77
--	----

Гура В.В.

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ	80
--	----

Бесараб С.О.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ПЕДАГОГІВ.....	84
--	----

Биценко В.В.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	89
---	----

Верьовка М.В.

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ: ПРИРОДА ВЛАДИ І УПРАВЛІНСЬКИХ ВІДНОСИН.....	92
---	----

Прокопенко В.М.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ КЕРІВНИКА..	97
--	----

Лі Сін

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПІДГОТОВКИ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	100
---	-----

Лі Чженьян	
ТЕОРЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	105
Ван Шичжен	
ТЕОРЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	109
Цзян Юйхан	
ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЗМІСТ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ.....	114
Вей Юньлун	
УПРАВЛІНСЬКА СТРУКТУРА СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	118
Чжоу Цзялянь	
ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СЕРЕДОВИЩЕМ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	123
Троян О.Л.	
СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПОВНОВАЖЕНЬ В ОСВІТНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	127
Liao Xiaojin, Kateryna Dudnyk	
COST CONTROL IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs)	131
Ding Yuhong, Kateryna Dudnyk	
THE RESEARCH ON SATISFACTION OF INCENTIVE MECHANISM OF NS UNIVERSITY ADMINISTRATORS BASED ON TWO-FACTOR THEORY.....	133
Liao Xiaojin, Kateryna Dudnyk	
RESEARCH ON MANAGEMENT MODE BASED ON TRANSFORMATION OF MODERN CATERING.....	134
Sun Jiahao, Kateryna Dudnyk	
THE ROLE OF PERFORMANCE MANAGEMENT IN ENHANCING WORKFORCE PRODUCTIVITY: INSIGHTS FROM XIAOMI TECHNOLOGY CO., LTD.....	137
Чжао Цзефан	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ЩОДО ЗАГАЛЬНОПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІН	140
Кун В.І., Геращенко Т.Г.	
УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У СИСТЕМІ ОСВІТИ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ	143

Шарапова А.А.

ПОВНОВАЖЕННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ОСВІТИ	146
---	-----

Пашук В.О., Геращенко Т.Г.

ІНСТИТУАЛІЗАЦІЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	149
--	-----

Кармазін Н.В., Денєжніков С.С.

ДИДАКТИЧНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СПЕЦІАЛІСТА У ГАЛУЗІ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ У СУЧАСНОМУ ВИЩІ	152
---	-----

Ванюшенко О.В., Денєжніков С.С.

СТАНОВЛЕННЯ АВТОРИТЕТУ КЕРІВНИКА ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТНЬОЇ УСТАНОВИ	155
---	-----

Xiao Yaxi

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT STRATEGY OF ELDERLY TOURISM MARKET	158
---	-----

Shi Yuhan

STUDY ON GREEN CONSUMPTION STATUS OF COLLEGE STUDENTS AND EDUCATIONAL COUNTERMEASURES.....	164
---	-----

Гусейнов Канан

СПЕЦИФІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ	172
--	-----

Kateryna Dudnyk, Xiao Yaxi

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF ENTERPRISES FROM THE PERSPECTIVE OF PUBLIC RELATIONS LENOVO AS AN EXAMPLE.....	177
---	-----

Kateryna Dudnyk, Xiao Yaxi

RESEARCH ON STRATEGIC MANAGEMENT ISSUES OF LENOVO HOLDINGS LIMITED	182
---	-----

Kateryna Dudnyk, Sun Jiahao

OPTIMIZING EMPLOYEE PERFORMANCE IN THE DIGITAL ERA: A CASE STUDY OF XIAOMI'S PERFORMANCE MANAGEMENT STRATEGIES IN E-COMMERCE	192
--	-----

Liao Xiaojin

CATERING ENTERPRISE COST CONTROL RESEARCH.....	194
--	-----

Liao Xiaojin

RESEARCH ON MANAGEMENT MODE BASED ON TRANSFORMATION OF MODERN CATERING.....	200
--	-----

СЕКЦІЯ 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЕДАГОГІКИ ВИЩОЇ ШКОЛИ

УДК 378

Корж-Усенко Л. В., Терещенко Д. О.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У статті окреслено тенденції розвитку вищої освіти в європейському освітньому просторі на сучасному етапі, до основних з яких віднесено глобалізацію, інтеграцію, демократизацію, гуманізацію, варіативність, неперервність та відкритість, визначено їх особливості на нормативному та організаційно-процесуальному рівнях.

Постановка проблеми. В контексті загальних євроінтеграційних прагнень Україна намагається перебудувати систему вищої освіти відповідно до загальноєвропейських вимог та стандартів, що відображено у низці законодавчих та нормативно-правових актів, проте подальші реформаційні перетворення передбачають узгодження із сучасними світовими та європейськими тенденціями, що потребує їх усестороннього вивчення.

Аналіз актуальних досліджень. Проблема розвитку вищої освіти в європейському освітньому просторі є досить затребуваною в українському науковому дискурсі, свідченням чого є розвідки Н. Авшенюк, В. Андрущенко, В. Білецької, В. Білокопитова, В. Бондаренка, Ф. Вашука, Н. Дем'яненко, О. Дубасенюк, Т. Іванової, С. Калашнікової, О. Комоцької, М. Костецької, П. Кряжева, О. Локшиної, В. Лугового, Г. Поберезької, О. Полянничко, А. Сбруєвої, О. Тоцької, Г. Хоружого, О. Шовкопляс та ін. Проте галузь освіти є надзвичайно мінливою, гнучкою та відкритою сферою діяльності, схильною до постійного оновлення, що спонукає до подальших наукових пошуків.

Мета статті – окреслити тенденції та особливості розвитку вищої освіти в європейському освітньому просторі на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. Розвиток вищої освіти в європейському освітньому просторі на сучасному етапі знаходяться під впливом цілої низки тенденцій, які здебільшого стосуються підвищених вимог до якості освіти, забезпечення справедливості освіти, впровадження інклюзивної освіти, багатомовності, визначення ключових компетенцій майбутніх фахівців тощо. У різних країнах вони виявляються більш чи менш зримо і повно, або, навпаки, майже не виявляються на певних відрізках часу, але їм притаманний загальний характер. Проте саме ці тенденції відображені фактично в усіх основоположних загальноєвропейських та національних документах про освіту, починаючи з ХХІ століття.

З дослідницької точки зору привертають увагу насамперед документи загальноєвропейського (так званого «нульового») рівня, які представляють ідею транснаціональної європейської вищої освіти – сфери, яка не нівелює національних орієнтирів, а базується на спільних демократичних цінностях, культурній та мовній різноманітності, різноманітності систем вищої освіти [3]. Зауважимо, що важливі рішення щодо створення необхідного політико-правового забезпечення розвитку вищої освіти приймалися такими наднаціональними інститутами, як Рада Європи і Генеральний директорат освіти і культури Європейської комісії. Найбільш повно функцію координації та нормативно-правової підтримки процесу розвитку світового освітнього простору виконує ЮНЕСКО. Саме його міжнародні правові акти глобалізували сучасну освіту, виводячи на рівень першочергових завдань людської цивілізації проблеми виховання людей у дусі миру, демократії та гуманізму, толерантності й поваги до прав людини, історичних і культурних цінностей, традицій інших народів, збереження довкілля. ЮНЕСКО ж ініціювало розробку рекомендацій щодо розвитку процесів інтернаціоналізації, створення нормативної основи міжнародної співпраці у сфері вищої освіти. Основою для означених процесів стала наявність універсальних норм академічної свободи і демократії, міжнародні документи. Таким чином сформувалася наднаціональна нормативна база, що визначила загальні орієнтири, основні принципи та оптимальні моделі розвитку і функціонування національних систем вищої освіти.

Сучасні нормативні засади розвитку вищої освіти в європейському освітньому просторі формувалися у межах реалізації

Болонського процесу та ведуть відлік від Болонської декларації (1999 р.). Підкреслимо, що головними особливостями реалізації Болонського процесу стали відсутність вимог до уніфікації та підпорядкування, різких революційних кроків, відірваних від національних контекстів. Натомість важливою визначалася продумана, комплексна, гнучка стратегія еволюційного розвитку освіти, орієнтована на підвищення її якості. Європейський простір вищої освіти передбачав зрозумілість, відкритість, прозорість систем вищої освіти держав-учасниць.

Сьогодні система вищої освіти у розвинених, у тому числі європейських, країнах є гнучкою, індивідуалізованою системою, що супроводжує процес неперервного навчання людини впродовж усього життя. При чому, як зазначають дослідники, однією з його ключових особливостей стала необхідність забезпечення випереджального характеру, тобто спрямовування освіти на виявлення у людини потенційних здібностей до активного, діяльнісного, гуманістично орієнтованого мислення та поведінки, що, у свою чергу, сприяє формуванню інноваційного, перетворюючого інтелекту, який реалізується у такій же активній, перетворюючій діяльності [4].

Для сучасної системи вищої освіти характерні високий рівень здобутих знань та професіоналізму, взаємодія закладів вищої освіти з наукою та промисловістю, орієнтація на науково-технічний прогрес. Так, від початку ХХІ століття вищій освіті притаманні: посилення загального прагнення до демократизації, що забезпечує доступність освіти для широких верств населення незалежно від соціального походження та матеріального становища, національної та расової приналежності, політичних поглядів та віросповідання; поступове розростання ринку освітніх послуг та розширення їх спектру; збільшення фінансування галузі внаслідок усвідомлення перспективності інвестицій у людський капітал; пошук розумного компромісу у сфері управління між централізацією та стандартизацією освіти та повною автономією закладів освіти; збагачення освітнього процесу сучасними інформаційними технологіями та інтенсивний розвиток дистанційних форм навчання; систематичне оновлення цілей, змісту та технологій вищої освіти, коригування навчальних програм з урахуванням досягнень науково-технічного та соціального прогресу та вимог світових стандартів освіти [2].

На тлі безпрецедентних викликів, пов'язаних з поширенням пандемії COVID-19 та її наслідків у світовому масштабі, це знайшло втілення на нормативно-правовому рівні. Так, відповідно до Римського комюніке (2020 р.) основним гаслом розвитку вищої освіти на наступні роки визначалася розбудова Європейського простору вищої освіти на принципах інклюзивності (рівноправного доступу до вищої освіти й підтримки у завершенні навчання), інноваційності (запровадження нових, узгоджених між собою методів навчання, викладання та оцінювання, поєднаних із дослідницькою сферою) та взаємопов'язаності (використання спільних рамок й інструментів задля сприяння та активізації міжнародної співпраці) [1].

Також вищу освіту було віднесено до ключових факторів досягнення Цілей стійкого розвитку ООН до 2030 року, а якість освіти (з стійкою культурою академічної та наукової доброчесності) визнано «золотим» стандартом, на який мають рівнятися всі країни. Аргументовано необхідність інвестування у цифрові освітні технології та розвитку ідей відкритої науки та освіти. Крім того, було ухвалено «Принципи і рекомендації щодо посилення соціального виміру вищої освіти в Європейському просторі вищої освіти» [1]. Тіранське комюніке (2024 р.), відповідаючи на виклики сучасності, проголошувало, що заклади вищої освіти мають бути безпечним простором відкритості та різноманітності, сприяючи через навчання, викладання та дослідницьку діяльність критичному мисленню, толерантності, ненасильству, науково обґрунтованому діалогу і мирному обміну різними точками зору [1].

Виходячи з вище означеного, до найбільш поширених тенденцій розвитку вищої освіти в європейському освітньому просторі варто віднести:

- глобалізацію (прийняття наднаціональних нормативно-правових актів, зокрема Болонської декларації та інших документів, орієнтованих на розбудову Європейського простору вищої освіти, які, поміж іншого сприяли розширенню академічної мобільності, запровадженню міжнародних кваліфікаційних вимог, що забезпечують конвертованість документів про освіту, поширенню технологій дистанційного навчання, запровадженню стандартизації як орієнтованості на результат);

- інтеграцію (запровадження принципів полікультурності, міжкультурного діалогу при збереженні особливостей національних освітніх систем);
- демократизацію (забезпечення рівних можливостей для здобуття освіти; розростання ринку освітніх послуг; компроміс між централізацією та автономією; участь суспільства в управлінні освітнім процесом через діяльність наглядових рад, організацію асоціацій випускників тощо);
- гуманізацію (оновлення змісту освіти на основі гуманістичних ідей; гуманний підхід до особи здобувача освіти, повага до його прав і свобод; студентоцентризм як основа побудови освітнього процесу, що відображено у більшості законів та нормативних актів, які регулюють розвиток вищої освіти в європейському освітньому просторі);
- варіативність (широка автономія вишів уможливорює запровадження до освітнього процесу методів диференційованого навчання, що дозволяє задовольнити різносторонні інтереси здобувачів в інституційних формах, рівнях і змісті освіти);
- неперервність (запровадженням нових технологій навчання, як то змішане чи дистанційне навчання, короткострокові курси, заочне навчання з використанням інформаційних технологій, засобів масової комунікації, що забезпечує можливість здобуття вищої освіти всіма бажаними протягом всього життя);
- відкритість (вирішення проблем пов'язаних з доступом до вищої освіти всіх верств населення).

Висновки. Таким чином, в європейському освітньому просторі вища освіта має статус пріоритетної галузі, у розвитку якої на сучасному етапі найбільш чітко проявились тенденції до глобалізації, інтеграції, демократизації, гуманізації, варіативності, неперервності та відкритості, що вплинули на розробку величезної кількості підходів і стратегій для організації ефективного освітнього процесу з метою задоволення потреб усіх його учасників, ринку праці та громадськості в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. EUROPIAN Higher Education Area. (2024). URL: <https://ehea.info/>
2. Report on Trends and developments in higher education in Europe : in the context of the follow-up to the World Conference on Higher Education –WCHE + 5 – 1998–

2003. (2003). / European Centre for Higher Education (UNESCO-CEPES). Paris. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000130336>
3. Secrieru, M. & Cehan, A. (2006). Contemporary trends in European education. URL: https://www.academia.edu/3515738/CONTEMPORARY_TRENDS_IN_EUROPEAN_EDUCATION
4. Usher, A. (2009). Ten Years Back and Ten Years Forward: Developments and Trends in Higher Education in Europe Region. *UNESCO Forum on Higher Education in the Europe Region: Access, Values, Quality and Competitiveness*. Bucharest, Romania.

УДК378.4:001.1:316.422(477)(092)

Корж-Усенко Л.В., Ключник П.Е.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

СУЧАСНІ ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Стаття присвячена застосуванню інноваційних освітніх технологій у процесі підготовки майбутніх педагогів для поглиблення національної свідомості молодого покоління, розвитку емоційного зв'язку з національними цінностями та ідеями. У розвідці з'ясовано вплив сучасних освітніх технологій на формування національної свідомості студентів педагогічних спеціальностей та окреслено продуктивні практики для інтеграції національно-патріотичного змісту в освітній процес університетів. Проаналізовано ефективність сучасних освітніх інструментів і окреслено рекомендації для подальшого впровадження інновацій, спрямованих на активізацію національно-патріотичного виховання майбутніх педагогів.

Постановка проблеми. Формування національної свідомості студентів педагогічного університету є важливим завданням в умовах сучасних викликів, серед яких головним є російсько-українська війна, коли питання національної ідентичності та патріотизму набувають виняткової актуальності. Необхідно зазначити, що національна свідомість сучасної української молоді передбачає не тільки обізнаність з історією та культурою своєї країни, а й здатність до відповідального громадянства, готовність до активної громадянської позиції для відстоювання цінностей національної єдності.

Національна свідомість є важливим чинником у формуванні особистості, яка готова до громадської діяльності та відповідального ставлення до власної держави та суспільства. І розвиток

національної свідомості студентів потребує цілеспрямованих зусиль педагогів та інституцій. Педагогічні університети відіграють провідну роль у формуванні національної свідомості майбутніх фахівців, адже саме вони готують викладачів, здатних передавати національні цінності наступним поколінням. Це завдання потребує від закладів вищої освіти інтеграції національно-патріотичного змісту у навчальні програми, проведення виховних заходів, залучення студентів до суспільно-корисної діяльності. Такий підхід сприяє вихованню в майбутніх педагогів не лише професійних якостей, а й громадянської відповідальності.

Аналіз актуальних досліджень. Сучасні дослідники, зокрема І. Бех, О. Кін, Л. Корж-Усенко, В. Будає, І. Вдовенко, С. Литвинова, О. Козлова, Л. Пшенична, Терещук І. В., Сеньовська Н. Л. визначають декілька ефективних педагогічних підходів для формування національної свідомості студентів: патріотичне виховання – процес формування у студентів любові до рідної країни, національної гордості, усвідомлення своєї ролі у суспільстві; проектна діяльність – залучення студентів у національно орієнтовані проекти для розвитку практичних навичок та соціальної активності; інтерактивні методи навчання – використання сучасних технологій та інтерактивних завдань для стимулювання інтересу до національної тематики. Такий комплексний підхід дозволяє студентам не тільки отримати необхідні знання, а й інтегрувати патріотичні цінності у власну систему переконань.

Мета статті – розкрити можливості освітніх технологій у формуванні національної свідомості студентів педагогічного університету в умовах сучасних викликів.

Виклад основного матеріалу. Національна свідомість охоплює усвідомлення індивідом своєї приналежності до певної національної спільноти, її культури, історії та цінностей. Вона включає знання про національні традиції, мову, мистецтво, а також відчуття солідарності, повагу до співвітчизників і гордість за досягнення свого народу. В сучасних дослідженнях національну свідомість розглядають як багатокомпонентне утворення, яке складається з таких аспектів:

- когнітивний компонент – знання про національні цінності, історію та культуру;

- емоційний компонент – почуття патріотизму, національної гордості;
- ціннісно-орієнтаційний компонент – внутрішня готовність підтримувати і відстоювати національні інтереси.

На практиці для формування національної свідомості застосовують широкий спектр методів і форм роботи. Основними з них є такі:

Лекційні та семінарські заняття, спрямовані на засвоєння теоретичних знань про національну історію, культуру та традиції. Лекції можуть включати аналіз визначних історичних подій, знайомство з видатними діячами, обговорення суспільно значущих тем.

Практичні заняття та майстер-класи на тему національних традицій, що сприяють особистому залученню студентів до національної культури та відчуттю її значущості у сучасному житті.

Проектна діяльність, що включає створення презентацій, виставок, тематичних відеороликів, участь у волонтерських проєктах і громадських ініціативах, що дозволяє розвивати творчі та комунікативні навички, формуючи ціннісне ставлення до національної спадщини [1; 4].

Залучення студентів до таких форм діяльності сприяє не тільки закріпленню знань, але й вихованню поваги до національних цінностей та прагненню зберігати культурні традиції. Досвід закладів вищої освіти показує, що комплексний підхід до патріотичного виховання дає найбільшу ефективність. Адже студенти, які брали участь у національно орієнтованих проєктах, показують високий рівень патріотизму та національної гордості. Водночас і очікувано, лекційні форми роботи не завжди сприймаються студентами як емоційно насичені та можуть бути недостатньо ефективними без додаткових активних методів.

Включення інтерактивних методів навчання, таких як дискусії, дебати, рольові ігри, стимулює студентів до більш глибокого осмислення національних питань і підвищує їх інтерес до історичних подій і видатних постатей.

Аналізуючи виклики у вихованні національної свідомості в сучасних умовах, основним серед них є війна, яка й визначить подальше існування України, як держави. Водночас важливими є глобалізація та культурна гомогенізація, які знижують інтерес до національних традицій і призводять до розмивання культурних

кордонів; соціальні мережі та медіа, які часто впливають на молодь більше, ніж формальна освіта, що може як допомагати в патріотичному вихованні, так і сприяти його зниженню через глобальну та комерційну культуру; індивідуалізація цінностей в умовах сучасного суспільства, коли молодь все частіше ставить особисті цінності вище за суспільні або національні. Ці фактори вимагають оновлення педагогічних підходів до патріотичного виховання, зокрема активного використання сучасних інформаційних технологій та створення інноваційних форм роботи, що будуть цікаві молоді [4; 6].

Під час аналізу ефективності сучасних підходів до формування національної свідомості у студентів головним показником є результати впливу інтерактивних методів на національну свідомість.

Інтерактивні методи – дебати, рольові ігри, дискусії – прогнозовано покажуть високу ефективність у формуванні національної свідомості завдяки їхній здатності залучати студентів до активної участі.

Так, дискусії з національно-історичних тем сприяють розвитку критичного мислення та формуванню стійких національних цінностей, глибшому розумінню культурного контексту та важливості збереження національної спадщини.

Рольові ігри та симуляції допоможуть студентам емоційно відчувати причетність до історичних подій. Цей метод сприяє кращому усвідомленню студентами національних цінностей та їхньому бажанню вносити вклад у розвиток власної країни.

Такі методи формують не лише знання, але й почуття відповідальності перед національною спільнотою та готовність до активної громадянської позиції.

Стає дедалі популярнішим проєктний підхід завдяки своїй практичній спрямованості. Участь студентів у розробці проєктів, присвячених національним святкам, видатним діячам чи культурним традиціям, формує не лише знання, але й навички планування та роботи в команді. Серед переваг цього підходу: розвиток практичних умінь і навичок, важливих для професійного зростання та емоційна залученість, яка робить процес засвоєння знань більш захопливим і стимулює прагнення до дослідження національних тем.

Проте, проєктний підхід має й певні обмеження. Зокрема, заняття можуть бути менш ефективними у випадку, якщо студенти не мають високого рівня самостійності або мотивації. А значний обсяг роботи може спричиняти перевантаження студентів, що негативно впливає на результати.

Аналіз наукових розвідок вітчизняних науковців, зокрема Сумського державного педагогічного університету (О. Козлової - з громадянського виховання молоді розкривають значення інтеграції морально-етичних норм і національних цінностей у процес формування громадянської відповідальності, Л. Корж-Усенко, яка аналізує історичний і теоретичний аспекти національно-патріотичного виховання, наголошуючи на важливості збереження історичної пам'яті та культурної спадщини як основи для формування національної ідентичності, Л. Пшеничної, котра досліджує соціалізацію студентської молоді, підкреслюючи роль соціальних інститутів у розвитку громадянських компетентностей та патріотизму) дозволяє окреслити низку рекомендацій [2; 3; 5].

Необхідно зазначити, що лекції та семінари можуть виступати базовим джерелом знань, які закріплюються інтерактивними методами та проєктною діяльністю. Використання дискусій, дебатів та рольових ігор дозволяє глибше залучати студентів до процесу навчання, розвиваючи їхню емоційну причетність до національних тем. Ці методи сприяють не лише засвоєнню знань, але й формуванню цінностей, відповідальності та громадянської позиції. Залучення студентів до проєктної діяльності допомагає розвивати їхні практичні навички, що є важливим для формування компетентностей, необхідних у сучасному суспільстві. Крім того, проєктний підхід підвищує мотивацію студентів до вивчення національної історії, культури та традицій.

Обов'язковим вважаємо використання сучасних інформаційних технологій – створення мультимедійних презентацій, інтерактивних платформ для обміну думками, віртуальних екскурсій історичними місцями, що допоможе підвищити інтерес молоді до національної історії та культури.

Необхідно зробити акцент на пріоритетності індивідуалізації навчання: варто враховувати інтереси кожного студента та надавати можливість обирати проєкти відповідно до їхніх особистих уподобань та потреб, що сприятиме активнішій участі у

навчальному процесі. Дуже важливо враховувати особисті інтереси студентів та надавати можливість обирати ті види діяльності, які найбільшою мірою відповідають їхнім уподобанням, що дозволяє підвищити ефективність процесу навчання та зробити його більш захопливим для студентів.

Не варто забувати й про актуальні виклики у вихованні національної свідомості в сучасних умовах. Національна свідомість є фундаментальним аспектом ідентичності кожної нації, який сприяє формуванню патріотичних почуттів, соціальної відповідальності та готовності до захисту національних інтересів. І процес виховання національної свідомості молоді стикається з рядом викликів, зумовлених глобалізаційними процесами, вже тривалий час інформаційною, а з 2014 р. і реально військовою агресією Росії, зміною цінностей та стрімким розвитком технологій. Так, глобалізація сприяє зближенню різних культур, але водночас призводить до втрати національної ідентичності, особливо серед молоді. Поширення культурних зразків і цінностей, що суперечать національним традиціям, призводить до появи культурного конфлікту та розмиття національної ідентичності. Через це стає складніше формувати у молодого покоління почуття національної гордості та належності до своєї країни.

Інформаційний простір був, є, і залишиться полем боротьби за увагу та свідомість молоді. Фальшиві новини, маніпулятивні технології та інформаційні атаки спрямовані на те, щоб підірвати довіру до національних цінностей, переконань і самоідентифікації. В таких умовах традиційна система виховання зазнає ризику втратити ефективність, оскільки молодь дедалі частіше орієнтується на інформацію з інтернет-ресурсів та соціальних мереж. Пряма російська агресія і бойові дії на території України змушують зосередити левову частку як матеріальних так і моральних та інтелектуальних ресурсів на боротьбі із зовнішнім ворогом, а часом і на власному виживанні [4; 6]. Останнє несе ризики відкинути «неважливі на даний момент» цінності під впливом інстинкту збереження життя. Сучасне суспільство стає дедалі більш індивідуалістичним, що часто ускладнює виховання національно свідомих громадян. Багато молодих людей зосереджені на досягненні особистих цілей, матеріальних цінностях та особистих інтересах, що сприяє зниженню їхньої зацікавленості у питаннях націо-

нального значення, в тому числі й захисту рідної землі від ворога.

Висновки. Загалом, сучасні виклики у вихованні національної свідомості вимагають інноваційних підходів та модернізації освітніх стратегій. Ефективне патріотичне виховання має враховувати нові реалії інформаційного простору, глобалізаційні процеси та індивідуальні потреби молоді. Тільки комплексний підхід, що поєднує традиційні та інноваційні методи виховання, дозволить сформувати національно свідомих громадян, готових брати активну участь у житті своєї країни.

В умовах сучасного глобалізованого світу і повномасштабної російської агресії особливо важливо зберегти національну ідентичність, яка є основою для зміцнення державності та розвитку громадянського суспільства. Сформована національна свідомість допомагає молоді усвідомлювати свою роль у розбудові й захисту держави та зберігати культурне надбання нації, сприяє становленню гармонійної та патріотично налаштованої особистості, здатної відповідально ставитися до суспільного життя. Сучасні освітні інструменти, такі як цифрові платформи, інтерактивні методи, проектна діяльність та міждисциплінарні підходи, дозволяють реалізувати нові можливості не тільки для глибшого засвоєння відповідного навчального матеріалу, але й розширення світогляду студентів та посилення відчуття національної ідентичності студентської молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кін О. М. Система формування національної самосвідомості студентської молоді в процесі громадської діяльності : дис. на здобуття наук. ступеня доктора пед. наук за спеціальністю 13.00.07 – теорія та методика виховання (011 – Освітні, педагогічні науки) / Олена Миколаївна Кін ; наук. кер. Наталія Олександрівна Ткачова; Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, МОН України. - Харків-Старобільськ, 2021. - 557 с.
2. Козлова О. Г., Бушнєв Ю. С. (2018). Громадянська позиція майбутніх учителів : теорія і практика в процесу професійної підготовки у педагогічному коледжі : [монографія]. Суми : ФОП Цьома С.П. 256.
3. Корж-Усенко, Л. В. (2020). Ідея національно-патріотичного виховання в українській педагогічній думці XIX – початку XX ст. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології, 8 (102), 399–409.
4. Олійник Л. Концептуальна основа виховання патріотизму молоді в умовах повномасштабного російського вторгнення. Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. 2023. № 24. С. 100–110.
5. Пшенична Л. В. Вища освіта – дієвий механізм соціалізації молоді. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 3. С. 480–489.

6. Терещук І. В., Сеньовська Н. Л. Національно-патріотичне виховання: формування патріота в умовах українських реалій // Організація безпечного освітнього середовища – виклик сучасності: перспективи та рішення : науковий, методичний, інформаційний збірник Тернопільського обласного комунального інституту післядипломної педагогічної освіти (м. Тернопіль, Україна, 03 березня 2023 року). Тернопіль: ТОКІППО, 2023. С. 351-355.

УДК 811.112.2(07)

Усенко С. О.

*Факультет іноземної і слов'янської філології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ АУДИТИВНОЇ КОМПЕТЕНОСТІ У СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

У статті представлено основні наукові підходи до проблеми формування і розвитку англomовної аудитивної компетентності в сучасній науковій літературі. На основі узагальнення наукових розвідок вітчизняних і зарубіжних авторів висвітлено значення аудіювання для розвитку мовленнєвої діяльності англійською мовою здобувачів освіти, розкрито поняттєво-термінологічний апарат та окреслено перспективи подальших наукових пошуків з обраної проблеми.

Постановка проблеми. Англійська мова займає провідну позицію в міжнародній комунікації в сучасному світі. Впродовж тривалого часу англійська мова є другою іноземною мовою для понад одного мільярду населення, завдяки чому люди мають можливість спілкуватися і взаємодіяти. Саме англійська є офіційною робочою мовою на рівні міжнародних організацій, слугуючи засобом передачі інформації на політичних зустрічах, самітах і конференціях.

Формування аудитивної компетентності в закладах освіти України набуло виняткової актуальності у зв'язку з започаткуванням нової української школи. Адже реформа вплинула не тільки на концепції освіти та співпрацю педагогів з учнями і батьками, значних змін зазнала навчальна програма і вимоги до здобувачів освіти. Тому нині вивчення іноземної мови передусім спрямоване на розвиток аудитивних навичок (Реформа, 2018). На основі вивчення сучасних нормативних документів встановлено, що процес викладання аудіювання здійснюється згідно з вимогами Державного освітнього стандарту з іноземної мови. Нещодавно завдання з

аудіювання було включено до програми Зовнішнього незалежного оцінювання. Щоб успішно впоратися з таким завданням учень має багато практикуватися у прослуховуванні англомовного тексту не тільки на уроці, але й поза його межами, що є корисним для активізації пізнавального інтересу і сприятиме розвитку навичок англомовного слухання і мовленнєвої діяльності англійською мовою в цілому.

Аналіз актуальних досліджень. Узагальнення наукової літератури засвідчує, що вивчення аудіювання як форми мовленнєвої діяльності почало здійснюватися ще в 60-х роках ХХ століття. У процесі розроблення обраної проблеми було опрацьовано науковий доробок українських вчених, серед яких Антонова О., Бак Г., Безносюк О., Бідюк Н., Бігич О., Білянська І., Ванде Л., Варій М., Василенко О., Герасименко Н., Гіль С., Головань М., Грубінко В., Дичківська І., Дячук Н., Заболотна М., Кербут Т., Кремень В., Кулина Ю., Луцан Н., Лункін Ю., Мазниченко В., Максименко С., Марій-Дмитраш Т., Мартиненко О., Мозайкіна І., Морська Л., Ніколаєва С., Подосіннікова Г., Петрашук О., Проценко Н., Светлорусова А., Ставицька І., Тарнопольський О., Ткаченко М., Холод І., Хом'як І., Чикалова М., Шимків І., Щокіна Т. та ін.

Серед зарубіжних авторів необхідно передусім відзначити внесок у розроблення обраної теми таких авторів як Аместорфер С. М. (Amerstorfer C. M.), Андерсен К.-Л. (Anderssen K.-L.), Вандергріфт Л. (Vandegrift L.), Гох С. С. М. (Goh C. C. M.), Дальхауз Б. (Dahlhaus B.), Кріцінгер А. (Kritzinger A.), Мендельсон Д. Дж. (Mendelsohn D. J.), Мерфі Дж. М. (Murphy J. M.), Нейшн І. С. П. (Nation I. S. P.), Н'ютон Дж. (Newton J.), Оксфорд Р. Л. (Oxford R. L.), Рост М. (Rost M.), Фільд Дж. (Field J.) та ін.

Мета статті - розкрити сучасні наукові підходи до формування англомовної аудитивної компетентності здобувачів освіти та окреслити перспективи подальших досліджень обраної проблеми.

Виклад основного матеріалу. Вивчення наукових праць дає змогу констатувати, що засвоєння іноземної мови, зокрема англійської, здійснюється передусім на основі слухання, відповідно на аудіювання повинно припадати достатньо часу, щоб спонукати здобувача освіти сприймати автентичне мовлення. Багато авторів досліджували проблему аудитивної компетентності, пов'язуючи її з читанням. Приміром, В. Черниш (2001) у своїй праці висвілила

взаємозв'язок аудіювання і читання, подала методику навчання аудіювання і читання у процесі вивчення іноземної мови. Причому переважно автори розкривали проблему формування аудитивної компетентності у старшій школі. Так, Н. Дячук (2017) висвітлює особливості формування компетентності в аудіюванні з англійської мови у старшокласників, О. Бігич (2012) розкрила специфіку формування означеної компетентності в учнів різних ланок школи.

Г. Подосиннікова (2002) присвятила своє дисертаційне дослідження проблемі навчання студентів ідіоматичних предикативних конструкцій англійського розмовного мовлення з використанням автентичних художніх текстів. Проблема формування аудитивної компетентності майбутніх вчителів іноземних мов розробляла І. Білянська (2018). Багато авторів присвятили свої наукові розвідки особливостям формування аудитивної компетентності майбутніх вчителів іноземної мови.

До найактуальніших напрямів досліджень проблеми аудіювання при вивченні англійської мови належить використання автентичних матеріалів за допомогою сучасних засобів навчання (фільми, теленовини, радіопередачі, публіцистичні тексти, інтерв'ю, підкасти, художні аудіотвори) тощо; розвиток здатності учнів і студентів до аудіювання, формування стійкої мотивації здобувачів освіти до активної участі в означеному процесі.

Методом узагальнення встановлено, що у працях сучасних українських вчених компетентнісний підхід при вивченні іноземних мов представлений як спосіб організації навчальної діяльності здобувачів освіти, що сприяє успішному засвоєнню навчального матеріалу та досягненню мети шляхом вирішення конкретних завдань і проблем.

Висвітлення компетентнісного підходу передбачає аналіз поняття компетентності в педагогічній літературі, що наразі не має чіткого тлумачення. Компетентнісний підхід в освіті є предметом наукових розвідок І. Драча, І. Бабина, Г. Гавришак, І. Гудзик, Я. Кодлюк, О. Овчарук, О. Пометун, К. Савченко, С. Сисоєвої, Н. Фоменко та ін. Вивчення українських і зарубіжних психолого-педагогічних праць показує, що компетентність трактують як: характеристику особистості (В. Сластьонін, Ю. Татур, Е. Шорт та ін.); процес розв'язання певної ситуації (Г. Несен, Л. Сохань та ін.); якості педагога, необхідні для реалізації для ефективної професійної

діяльності (Н. Кузьміна, В. Нестеренко та ін.)

Чільний внесок у визначення сутності компетентісного підходу в навчанні зробили О. Антонова, Л. Маслак, І. Секрет, Ю. Татур, В. Теніщева та ін. Так, О. Антонова і Л. Маслак висвітлили концептуальні засади компетентісного підходу в європейському дискурсі (Антонова & Маслак, 2011). В контексті аудіювання компетентність означає здатність розуміти автентичні тексти різних типів і жанрів під час прямого або опосередкованого спілкування, що потребує відповідних вмінь, навичок, знань і здібностей (Дячук, 2017).

На основі узагальнення сучасних підходів доцільно констатувати, що визначення компетентності охоплює знання та практичний досвід здобувача освіти, необхідних для успішного виконання завдань, включаючи когнітивний і регулятивний аспекти. Загалом, англомовна аудитивна компетентність охоплює знання, вміння і навички в слуханні англійської мови, та досвід, що дозволяє розуміти висловлюване в умовах прямого й опосередкованого спілкування англійською мовою.

Таким чином, узагальнення основних праць, присвячених формуванню компетенції в аудіюванні іноземною мовою засвідчує, що вивченню означеної проблеми приділялася значна увага. Проте переважно увага дослідників була сконцентрована на старшій віковій категорії (студенти, старшокласники), тоді як проблема розвитку аудитивної компетентності у дітей окремих вікових груп з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в контексті сучасних викликів ще чекає на своїх дослідників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонова, О. Є. & Маслак, Л. П. (2011). Європейський вимір компетентісного підходу та його концептуальні засади. У О. А. Дубасенюк О. А. (Ред.), Професійна педагогічна освіта: компетентісний підхід: монографія (сс. 81–109). Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка.
2. Бігич, О. Б. (2011). Методика формування іншомовної компетенції в аудіюванні у студентів мовних спеціальностей. У С. Ю. Ніколаєва (Ред.), Методика формування міжкультурної іншомовної комунікативної компетенції: Курс лекцій (схеми і таблиці): навчальний посібник (сс. 175–189). Київ: Ленвіт.
3. Дячук, Н. М. (2017). Особливості формування англомовної аудитивної компетентності старшокласників. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Педагогіка. Тернопіль, 4, 27–33.

4. Подосиннікова, Г. І. (2002). *Навчання студентів-філологів ідіоматичних предикативних конструкцій англійського розмовного мовлення на матеріалі автентичних художніх текстів* (автореф. дис ... канд. пед. наук: 13.00.02). Київ.
5. Реформа «Нова українська школа»: навчання англійської мови у початковій та базовій школі (1–9 класи). (2018). URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/english/schools/teaching-english-in-primary-and-basic-school>
6. Черниш, В. В. (2001). *Навчання англомовного читання та аудіювання із застосування аудіокнижок художніх творів* (дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02). Київ.
7. Rost, M. (2011). *Teaching and researching listening*. Second edition. Pearson Education Limited. URL: [https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/\(Applied_Linguistics_in_Action\)_Michael_Rost-Teaching_and_Researching_Listening-Pearson_Education_ESL_\(2011\).pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/(Applied_Linguistics_in_Action)_Michael_Rost-Teaching_and_Researching_Listening-Pearson_Education_ESL_(2011).pdf)

УДК 378/25

Ван Меньсяо

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ

Аналіз логіки становлення поняття «лідер», проведений з урахуванням теоретичного дослідження психолого-педагогічної літератури, свідчить у тому, що є різноманіття підходів до розуміння цього поняття. Лідерство – це сукупність психологічних якостей, умінь та здібностей взаємодіяти з групою, які здатні забезпечити успішне виконання лідерських завдань та функцій.

Психологічні та педагогічні умови формування лідерства вчені розглядають як:

- обставини взаємодії предметів освітнього процесу, що вважаються результатом цілеспрямованого, запланованого вибору, конструкції та застосування елементів, змісту, методів для досягнення цілей освітніх дій;
- ряд факторів, вибору певних принципів, організації, що створює культуру навколишнього середовища, розробки моделі, освітньої системи, розкриття семантичних компонентів, стимулу для вивчення та перетворення освітнього процесу, підготовки спеціального викладацького складу, використання новітніх методів та технологій;

- набір можливостей змісту, форм, методів цілісного освітнього процесу, спрямованих на досягнення цілей освітнього процесу [3, с. 150].

У контексті нашого дослідження ми розумітимемо психолого-педагогічні умови як комплекс взаємопов'язаних та взаємозумовлених факторів, які забезпечують цілеспрямований процес розвитку лідерських якостей у студентів вишу.

Можливі щаблі зростання лідерства: внутрішній, ситуаційний, командний та системний – отже, його можна розвивати у студентів. Результатом цього процесу буде розвиток внутрішньої психологічної організації студента, яка виявлятиметься у лідерських якостях студентів.

Узагальнюючи авторські позиції, ми виділили такі психолого-педагогічні умови:

- забезпечення орієнтації розвитку лідерських якостей студентів вишу на бачення еталона сучасного фахівця-лідера;
- визначення критеріїв та показників сформованості лідерських якостей спеціаліста;
- розробка та реалізація програми розвитку лідерських якостей студентів вишу [1].

Вирішальною умовою для розвитку якостей лідера у студентів вишу є процес реалізації внутрішнього потенціалу людини, коли зміст проявляється у покращенні, самовдосконаленні, зміні себе рік у рік на всій лінії життя.

Студентів необхідно навчати, вони мають брати приклад з найкращих викладачів кафедри та спеціалістів-лідерів на базі практики; вони не повинні бути надані самі собі. Тільки так можна збільшити дисципліну у студентів.

Насправді, освіта потрібна для того, щоб поліпшити компетенцію підлеглого. Присутність більшу частину часу у виші викладача чи едвайзера поряд зі студентами вже збільшує ефективність підрозділів вишу, показники професорсько-викладацького складу, показники студентів та їхню взаємну дисципліну. Тому так важливим є контроль відвідуваності вишу на постійній основі. Освіта також необхідна і для викладача (едвайзера) самого, оскільки він повинен постійно професійно та особисто вдосконалюватися, не задовольнятися вже отриманими успіхами.

Виховне та освітнє середовище – це психологічна та педагогічна реальність, яка містить умови, спеціально організовані для розвитку особистості учня, а також сукупність можливостей для розвитку, включених у соціальне та об'єктивне середовище, психологічна сутність якого є сукупністю виховних актів та взаємини учнів та освітян. Встановлення цієї реальності можливе завдяки системі відносин тих суб'єктів, що у цьому беруть участь.

Наступною умовою є визначення критеріїв та показників сформованості лідерських якостей викладачів (едвайзерів) профілюючих дисциплін.

Для визначення критеріїв та показників сформованості лідерських якостей викладача (едвайзера) профілюючих дисциплін необхідно розглянути індивідуально-психологічні особливості студентів.

Діагностуються вони за такими критеріями, наведеними нижче.

- Мотиваційний критерій – спрямований на розуміння студентами освітніх та виховних потреб, їх цілей та уявлення останніх про зміст та результат майбутньої професійної діяльності, активізація в освітньому просторі, позитивна мотивація.
- Когнітивний критерій – спрямований на оволодіння сукупністю знань про феномен лідерства, алгоритмів організаційної діяльності у групі, можливості практичного роздуми в освітньому середовищі вишу.
- Поведінковий критерій – спрямований на процес співпраці між викладачами, едвайзерами та студентами, для передачі особистої та професійної культури, досвіду, способу життя та продуктів діяльності, що визначають підстави для розвитку лідерських якостей студентів вишу, присутність необхідних умінь для здійснення самостійної та науково-дослідної роботи на базі існуючих знань, а також вибору методу планування та реалізації діяльності для вирішення завдань, які сприяють розвитку лідерських якостей у студентів [2].

На думку численних практиків, однією з найважчих умов для того, щоб забезпечити високу якість сучасного навчання та виховання в контексті особистісно-орієнтованого навчання, вважається формування та збереження оптимальної мотивації вчення сучасних студентів, а також використання ефективних засобів для

розвитку мотивації у студентів.

Будь-яка робота, орієнтована успіх, неможлива без подальшого аналізу, ідентифікації помилок і позначення перспектив. Складова мотиваційного компонента:

- характеризується спрямованістю на розуміння студентами власних виховних та освітніх потреб, цілей та семантичних ідей щодо змісту та результатів діяльності;
- активізується включенням до освітнього простору, знаннями про нове у вивченні гуманітарних тем;
- запускається бажання стати компетентним.

Мотиваційна основа особистості – це стійкі мотиви особистості, які мають деяку ієрархію і також виражають напрямок особистості. Мотивація самотійної діяльності людини визначається мотивами не тільки, щоб долати перешкоди, витратити зусилля там, де це потрібно, але й до того, щоб бути самотійним, креативним і таким, що легко навчається. Мотивація закладена у процесі навчально-творчої діяльності студентів. А також у процесі набуття певних знань для професійного становлення, у прагненні більше дізнатися про професію та активно діяти в її галузі.

Когнітивний компонент характеризується спрямованістю освоєння сукупності знань переважно прикладного характеру, сприяють розвитку лідерських якостей студентів.

Поведінковий компонент характеризується наявністю умінь, успішного досвіду реалізації необхідних процесів самотійної та науково-дослідної роботи з урахуванням наявних знань, і навіть вибором методів планування та реалізації діяльності з вирішення різноманітних завдань, сприяють розвитку лідерських аспектів.

Наступною умовою є розробка та реалізація програми розвитку лідерських якостей студентів вишу. Ця умова ґрунтується на організації взаємодії всіх учасників освітнього процесу щодо реалізації останньої.

Результативність реалізації психолого-педагогічних умов, що забезпечують розвиток лідерських якостей у студентів вишу, включає:

- збільшення лідерських якостей у студентів;
- наявність програми розвитку лідерських якостей у студентів в умовах вищої школи;

- наявність програми підвищення психологічної компетентності суб'єктів освітнього процесу [3, с. 162].

Для забезпечення розвитку лідерських якостей у студентів важливо, щоб технології, що використовуються, належали до особистісно-орієнтованих. Вони забезпечують освітні потреби кожного студента відповідно до його індивідуальних особливостей, гарантують переведення навчання на суб'єктивну основу із встановленням на саморозвиток особистості в умовах вишу.

Особистісно-орієнтований підхід також забезпечує напрям підготовки студента на формування особистості майбутнього фахівця-лідера, його професійне становлення.

Психолого-педагогічні умови (комплекс взаємопов'язаних та взаємозумовлених факторів, що забезпечують цілеспрямований процес) розвитку лідерських якостей у студентів ЗВО: забезпечення орієнтації на бачення еталона сучасного фахівця-лідера; визначення критеріїв та показників сформованості лідерських якостей викладача (едвайзера) профілюючих дисциплін; розробка та реалізація програми з розвитку лідерських якостей студентів вишу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. 15 найкращих систем управління навчанням (LMS року 2021) : веб-сайт. URL: <https://uk.myservername.com/15-best-learning-management-systems> (дата звернення: 21.04.2024)
2. Akkara JD, Kuriakose A. Smartphone apps for visually impaired persons (Online). Kerala J Ophthalmol 2019; 31:242-8. URL: <https://www.kjophthal.com/article.asp?issn=0976-6677;year=2019;volume=31;issue=3;epage=248>;
3. Alan Beaulieu, Learning SQL Generate, Manipulate, and Retrieve Data, 2020. 337 p.

УДК 37.6

Хуо Цзіаюй

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ПЕДАГОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ УЧАСНИКІВ УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ

Соціальна група в психології – відносно стійка сукупність людей, пов'язаних певною системою відносин, що регулюються загальними нормами та цінностями. Студентська група - об'єднання

юнацтва, організоване для реалізації освітньої діяльності, сутністю якої є підготовка до майбутньої професійної діяльності. Студентські групи належать до різновидів колективу. Їхня особливість полягає в освітній діяльності.

Будучи різновидом колективу, студентські групи функціонують за подібними ознаками.

При розгляді цієї теми нами виявлено типології груп за різними критеріями:

- 1) кількості людей – великі (групи людей масштабах суспільства чи держави передбачають обов'язкових особистих контактів), малі (від 2-3 до 30-40 осіб), мікрогрупи (виникають усередині малої групи і характеризуються емоційною близькістю у відносинах між її учасниками);
- 2) суспільному статусу - формальні (мають нормативно закріплені права та обов'язки членів, юридично фіксований статус), неформальні (на добровільній основі);
- 3) значимості - референтні (вибір з урахуванням орієнтованості на особисті переваги, інтереси, симпатії), групи членства (реальна група, членом якої є індивід);
- 4) характеру взаємозв'язків - реальні (групи, об'єднані реальними відносинами, що існують у загальному просторі та часі), номінальні (штучно виділена група людей за якоюсь ознакою, що реально не має жодних зв'язків між собою) [3, с. 188].

Основні ознаки соціальної групи

- здатність людей до узгоджених дій (рівень розвитку групи, соціальна ситуація, лідер)
- наявність інтегральних психологічних характеристик (психологічний клімат, групові норми, інтереси, установки)
- наявність єдиного цілого (групові процеси, норми та санкції як характеристика групи, композиція (сукупність властивостей групи, важливих якостей), структура, соціальний контроль)
- усвідомлення приналежності до групи (самовизначення особистості)
- наявність групового тиску (конформізм, нонконформізм)
- відносини між учасниками групи [2, с. 88].

При класифікації груп використовують такий важливий показник, як характер організації, що регулює взаємодію членів групи.

Взаємодія є необхідним елементом спільної прикладної діяльності людей. Особистість – це індивід у сукупності зі своїми соціально значущими рисами та якостями, які знаходять відображення у неповторних особливостях його свідомості та діяльності.

Міжособистісні відносини є сумою зв'язків, що виникають між людьми у формі емоцій, звернень один до одного, суджень, і включають ряд компонентів:

- взаємодія та поведінка (статусна та рольова);
- сприйняття та розуміння;
- міжособистісна привабливість, до якої належать також симпатія та тяжіння.

Задоволеність людини міжособистісними відносинами визначає результати її діяльності, впливає і психічне здоров'я. У дослідників такого феномену, як «задоволеність», немає одно значної думки щодо цього поняття. Але вони виділяють цей феномен як переживання позитивних емоцій (проявляється, відповідно, у суб'єктивному плані - у взаєминах з людьми) [6].

Почуття та емоції є показниками міжособистісних відносин. Цей аспект вивчався багатьма психологами. Приміром, соціометрична методика Дж. Морено часто застосовується у дослідженнях, у груповій психотерапії та психодрамі, використовується при конструюванні тренінгів.

Люди поведуться відповідно до прийнятих норм, а почуття регулюють їхню поведінку та особливості сприйняття. Почуття – стійкі переживання, що відбивають суб'єктивне оцінне ставлення до предметів і явищ дійсності, пов'язані із задоволенням потреб, що спрямовують взаємні орієнтації людей. Почуття виконують такі функції:

- пізнавальну – виявлення важливості подій, що відбуваються для самої людини;
- мобілізаційну – почуття визначають енергетичний рівень діяльності людини, проявляються в її готовності діяти певним чином;
- захищаючу та об'єднуючу (інтегративно-захисну) – допомагає орієнтуватися членам групи у ситуаціях та відносинах [1, с. 36].

Не завжди почуттями супроводжуються міжособистісні сто-

сунки. Виникають ситуації, коли одна людина не відчуває по відношенню до іншого будь-яких почуттів.

Людина може навіть не усвідомлювати своїх почуттів, якщо вони суперечать громадським нормам. Якщо рівні усвідомлюваності та несвідомості почуттів не збігаються, людина може також відчувати складності, пов'язані з їхньою інтерпретацією.

Система міжособистісних відносин складається з симпатій – антипатій та переваг - відкидання між членами групи. Таким чином, кожен учасник групи має соціометричний статус, як показано, який залежить від того, які почуття відчують члени групи до обраного суб'єкта.

Сукупність цих статусів встановлює статусну ієрархію у цій групі. Соціальний статус є позицію, займану людиною групи, і свідчить про його авторитет, визначається як симпатією інших членів групи до самої особистості, і соціальної роллю члена групи. Роль – певна поведінка людини, що відповідає соціальному статусу.

Члени групи, які мають максимальну кількість позитивних виборів. Всі хочуть увійти в коло спілкування з ними. Володіють широким колом зв'язків з членами групи. Відсутність будь-яких виборів групою, але прагнення спілкування. Велика кількість негативних виборів, мала кількість позитивних виборів (переваг) не прагнуть спілкування з групою.

Лідер набирає більшу кількість виборів в експерименті та характеризується як індивід з позицією домінування, владою чи впливом у обраній групі. Лідером у студентській групі зазвичай виступає її староста. Учасники групи обирають старостою студента, який володіє дисциплінованістю, відповідальністю та активністю.

Староста виконує регламентуючі функції, який є посередником між групою та адміністрацією.

Аналіз поняття соціально-психологічного клімату та соціально-психологічних факторів, що впливають на психологічний клімат у студентській групі.

Соціально-психологічний клімат детермінується станом міжособистісних відносин, які містять невиробничу діяльність групи, сприймається як сума установок всіх членів групи (їх ставленням до праці, взаємовідносинами, ставленням один до одного). Існує поняття установки особистості, тобто. е. ставлення людини до своєї діяльності, праці та членів групи. У цьому можуть

бути такі риси, як самоізоляція, конфліктність, співробітництво.

Значимо й питання, яким чином впливає групу сприятливий соціально-психологічний клімат і які наслідки несприятливого соціально-психологічного клімату, що відображено.

Дж. Морено, соціометрична методика якого застосовується нами з метою дослідження міжособистісних відносин студентів групи, висунув ідею про можливі конфлікти та напруження серед її учасників. Конфлікти і напруження групи виникають унаслідок те, що симпатії та антипатії між її членами не збігаються з рамками макроструктури, а найближчому оточенні людини виявляються люди, неприйнятні йому у психологічному відношенні.

Конфлікт виступає одночасно як взаємодія, як ставлення, основу якого загострення протиріч. Головною негативною ознакою є закріпачення людини, що перешкоджає особистісному та професійному зростанню людини, а позитивним – можливість вийти на новий рівень у цій групі [4, с. 15].

З огляду на ці визначення нами запропоновано наступне трактування поняття особистості. Особистість - системна якість, набута індивідом у взаємодії із соціальним світом.

Співпраця, взаємна допомога, справедливе та поважне ставлення до членів групи, активність у міжособистісних та міжгрупових відносинах Відсутність справедливого та поважного ставлення до інших членів групи, співпереживання іншим людям, взаємної допомоги, а також активності у відносинах компенсує витрати малопривабливої праці. Доцільно виділити чинники (усі їх перебувають усередині колективу), визначальні психологічний клімат: макросередовище, оскільки особливості соціально-економічного розвитку на сучасному етапі, громадські організації, органи управління та самоврядування; мікросередовище, до якого відносять матеріальне та духовне оточення членів колективу. До індивідуальних особливостей особистості, що впливають на соціально-психологічний клімат позитивно чи негативно, відносять: дисциплінованість, відповідальність, принциповість, товариськість, активність у взаєминах, культуру поведінки (позитивно); не-тактовність, егоїстичність, безвідповідальність, замкнутість, пасивність у взаєминах, відсутність культури (негативно).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фурман А. Модель повноцінної інноваційної діяльності освітньої сфери суспільства. *Освіта і управління*. 2005. № 3/4. С. 24–37.
2. Хавіна С.Я. Теоретичні засади управління інноваційною діяльністю в закладі освіти. *Управління школою*. 2019. № 1-3. С. 88–89.
3. Химинець В.В. Інноваційна освітня діяльність. Тернопіль: Мандрівець, 2009. 358 с.
4. Хомич В. Інноваційні форми розбудови освітнього середовища університету. *Рідна школа*. 2008. № 10. С. 14–15.

УДК 37.55

Чжан Чжуо

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ПЕДАГОГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ

Моніторинг як метод наукового дослідження в сучасній науці спрямований на виявлення та вивчення тих чи інших характеристик аналізованого об'єкта для своєчасного та грамотного реагування на його зміни, сприяння збереженню єдиного освітнього простору. Тому він сприймається як частина системи управління якістю освіти у виші.

Актуальність дослідження проблеми та її нинішній стан дозволяють позначити основні протиріччя між:

- вимогами сучасної освіти та застарілими традиційними способами оцінки, контролю, діагностики, прогнозування процесу та результатів навчання;
- можливостями моніторингу якості у підготовці бакалаврів вишу та недооціненням його ролі в управлінні навчальним процесом;
- певними науковими досягненнями у сфері моніторингу якості освіти та недосконалістю її науково-методичного забезпечення [1, с. 39].

У зв'язку з цим метою нашого дослідження стали визначення необхідних організаційно-педагогічних умов реалізації моніторингу якості підготовки бакалаврів у ЗВО та виявлення факторів, що впливають на вибір умов моніторингу.

Моніторинг якості підготовки бакалаврів як єдність його змістовної, процесуальної та результативної сторін буде ефективним лише за певних організаційно-педагогічних умов. Поняття «умови» є загальнонауковим, під ними розуміються певна сукупність причин, обставин, що впливають функціонування та розвитку об'єкта.

Організаційно-педагогічні умови розглядаються вченими як сукупність об'єктивних можливостей, що забезпечує успішне вирішення поставлених завдань, обставини взаємодії суб'єктів освітнього процесу, які є результатом цілеспрямованого запланованого відбору, конструювання та застосування елементів змісту, методів (прийомів) для досягнення мети педагогічної діяльності, сукупність можливостей форм, методів цілісного освітнього процесу.

Успішність виділення умов залежить від того, наскільки чітко визначено структуру моніторингу якості підготовки бакалаврів у ЗВО та чи відповідає вона очікуваним результатам. До того ж ефективність моніторингу, зазвичай, досягається з допомогою реалізації цілого комплексу умов.

В результаті вивчення наукової літератури з цієї теми було виявлено, що вибір комплексу умов моніторингу якості підготовки бакалаврів забезпечується впливом деяких факторів: державного замовлення на компетентного спеціаліста, конкурентоспроможного у певній сфері діяльності; освітнього середовища, в якому реалізується моніторинг якості; процесуальної та результативної складових моніторингу якості підготовки бакалаврів; компонентів моніторингу якості: цільового, теоретико-методологічного, змістовного, технологічного, оцінно-результативного; оцінки якості на основі принципу узгодженості дій усіх замовників освітніх послуг (ЗВО, студентів, роботодавців; комплексу особистісних якостей суб'єктів моніторингу [3, с. 19].

Крім того, аналіз досвіду вишів (дозволив виділити деякі тенденції реалізації моніторингу якості підготовки бакалаврів, які можуть сприяти визначенню умов його проведення: моніторинг дає можливість реконструювати систему освіти, щоб відповідати потребам суспільства та розвитку індивідуальних можливостей студентів; вибудовувати нові відносини між суспільством та освітніми установами; узгодженість вимог суб'єктів моніторингу якості на різних рівнях призводить до розвитку простору вибору напрямків, видів та форм моніторингової діяльності; вибудовування системи роботи вишу з роботодавцями як основними

замовниками освітніх послуг; зростання затребуваності наукового консультування роботодавців представниками академічної спільноти вишу з питань інтеграційної взаємодії з метою підвищення якості освіти; розробка контрольно-вимірювальних матеріалів, діагностичного інструментарію, критеріїв та показників моніторингу якості підготовки бакалаврів [2, с. 65].

Реалізація цього моніторингу можлива при врахуванні двох основних аспектів: організаційного (організація освітнього процесу в рамках моніторингу) та особистісного (взаємодія всіх його суб'єктів).

У зв'язку з цим ми можемо говорити про організаційно-педагогічні умови, що створюються в освітньому процесі. Їх реалізація забезпечує найбільш ефективне перебіг процесів, в основі яких лежить педагогічна діяльність.

Як методологічний орієнтир при визначенні структури даного виду моніторингу використовувалися основні положення компетентнісного підходу. Як показує аналіз поняття «компетенції», нині немає загальноприйнятого визначення цієї категорії. Спільним є розуміння її як здатності особистості справлятися з різними завданнями. Поняття включає різні сторони діяльності: мотиваційну, значну, операційно-технологічну. Компетенції / компетентності можуть інтерпретуватися як єдина узгоджена мова для опису академічних та професійних профілів та рівнів вищої освіти. В Україні реалізація компетентнісного підходу сприятиме підтримці єдиного освітнього, професійно-і культурно-ціннісного простору. Під компетентним підходом до проектування пропонує розуміти метод моделювання результатів освіти як норм її якості [4, с. 123].

Визначення структури моніторингу якості підготовки бакалаврів у ЗВО для виявлення організаційно-педагогічних умов, вважають дослідники, необхідно здійснювати через аналіз його функцій: контроль, аналіз, координація, прийняття управлінських рішень), то виділяють такі функції моніторингу: аналізу, мотивації та стимулювання, контролю, прийняття управлінських рішень. У зв'язку з цим моніторинг якості підготовки бакалаврів у виші можна розглядати як систему безперервного стеження за функціонуванням та розвитком освітнього процесу з метою діагностики формування загальнокультурних та професійних компетенцій випускників, педагогічного прогнозування та управлінських рішень

щодо корекції освітнього процесу.

З погляду компетентнісного підходу, з урахуванням функцій моніторингу, зазначених раніше, показниками якості підготовки бакалаврів можуть бути сформовані у них загальнокультурні та професійні компетенції, які враховують вимоги роботодавців як основних замовників освітніх послуг та професійного стандарту.

Структуру моніторингу якості зручно подати у вигляді моделі. Ми прийняли до уваги теоретико-методологічні підходи моделювання та розробили модель моніторингу якості підготовки бакалаврів у виші, що включає структуру компетенцій випускника і що складається з п'яти взаємопов'язаних блоків (компонентів): цільового, теоретико-методологічного, змістовного, технологічного, оцінно-результативного.

Цільовий компонент дає уявлення про об'єктивну мету реалізації моніторингу якості підготовки бакалаврів у ЗВО. Тут відображені вихідні психолого-педагогічні положення, взаємодія всіх суб'єктів моніторингу, його організаційно-педагогічні умови, а також освітній результат – освоєні випускниками-бакалаврами загальнокультурні та професійні компетенції з урахуванням вимог роботодавців [1, с. 38].

Технологічний блок моделі включає логіку організації моніторингу, структуру, містить критерії та показники проведення моніторингу якості підготовки бакалаврів, оцінку отриманих результатів. До оцінно-результативного компонента увійшли критерії оцінки якості підготовки бакалаврів з урахуванням вимог роботодавців та результат – реалізація програми моніторингу якості. Таким чином, всі компоненти моделі моніторингу якості підготовки бакалаврів, що впливають з мети моніторингу та принципів його реалізації, взаємопов'язані і взаємообумовлені [2, с. 65].

Модель моніторингу включає такі етапи: розробка завдання для моніторингу та програми моніторингової діяльності; створення банку інформації щодо реалізації програми моніторингу; розробка структури компетенцій як об'єкта моніторингу, критеріїв та показників оцінювання та збирання даних за ними, контрольно-оцінного інструментарію; створення фонду оціночних засобів; статистична обробка даних; формулювання оціночних суджень щодо процесу, щодо якого здійснюється моніторинг; розробка комплексу заходів щодо корекції та розвитку освітнього процесу.

Будучи системною освітою, моніторинг якості виступає як сукупність елементів, які він зберігає незалежно від об'єкта, що відстежується. У той же час об'єкт, що відстежується, визначає зміст його елементів. Можна представити моніторинг якості як єдність його змістовної та процесуальної сторін – трьох складових: складів процесу, технологій та служби моніторингу. До складу процесу входять цілепокладання, спостереження, управління процесом, контроль результатів. До складу технологій можна віднести джерела інформації, базу даних, контрольно-вимірювальні матеріали, алгоритм дій, інструментарій обробки, інформаційно-методичний банк, ресурсозабезпеченість. Структура служби моніторингу може містити групу експертів, адміністративно-управлінський персонал, викладачів, роботодавців, психологів та, можливо, інших фахівців [3, с. 15].

Як відомо, у вищій школі моніторинг реалізується як засіб оцінки якості освіти. Зовнішня оцінка представлена процедурами ліцензування, атестації та акредитації навчальних закладів та сертифікації окремих компонентів професійної освіти. При цьому внутрішня оцінка здійснюється у формах підсумкової атестації студентів, оцінювання знань абітурієнтів, соціо-діагностики та самоатестації навчальних закладів та їх підрозділів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тимошенко Г. Організація самоменеджменту в процесі підготовки керівника ЗНЗ до управління якістю освіти. *Освіта і управління*. 2007. № 1. С. 37–40.
2. Тимошенко О. Організація та управління якістю освіти: проблемні підходи. *Вища освіта України*. 2010. № 1. С. 60–67.
3. Ткач Д. Організація інноваційної діяльності у виші як умова підвищення якості освіти. *Вища школа*. 2015. № 4/5. С. 13–19.
4. Трубина И.И. Мониторинг качества образования: проблемы и подходы. *Информатика и образование*. 2005. № 5. С. 122–123.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСУ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ

Сучасний світ перебуває у стані безперервної інтенсивної зміни соціокультурних, економічних, геополітичних процесів, що призводять до прискореної трансформації парадигми соціальних і цінностей. Зміни в галузі освіти суттєво форсовані виникненням нової соціальної, у тому числі освітньої, реальності в епоху пандемії, коли диджиталізація освітнього середовища стала не лише перспективним трендом, а й природною необхідністю та результатом адаптації освітніх інституцій до нових соціальних умов.

Однак задовго до появи нової соціальної реальності нашого часу дослідження в рамках педагогічної футурології (Ф. Дж. Альтбах, М. Барбер, К. Доннеллі, С. Різві, П. Лукша), починаючи з початку ХХІ століття, містять перспекти розвитку освіти, яких одним із центральних трендів багато років є саме цифровізація освітніх процесів. Системі оцінювання освітніх результатів цифрова логістика має широкий спектр нових можливостей.

У педагогічних дослідженнях виявляється необхідність як пошуку нових підходів до оцінки освітніх результатів, а й способів організації процедури оцінювання, дозволяють адаптувати систему оцінювання нових вимог цифрової освіти (відкритість, прозорість, достовірність, персоналізованість, мобільність). Актуальною стає проблема максимальної функціональності розроблених систем оцінювання (аналітика, управління великими даними (Big Data), сертифікація, функції диференційованої та інтегративної оцінки тощо) [2, с. 10].

У контексті завдань модернізації педагогічної освіти особливої актуальності сьогодні набуває потреби розробки нових підходів до оцінки досягнення освітніх результатів майбутніх педагогів. Сучасна школа і новий світ освіти висувають дедалі більші вимоги до рівня професійної кваліфікації педагога. Саме тому на перший план виходить завдання своєчасної та незалежної оцінки, сутність якої полягає у поєднанні зовнішньої та внутрішньої оцінки, що

забезпечує можливості гнучкого реагування та управління індивідуальною освітньою траєкторією студента, корекції її змісту, подолання освітніх дефіцитів у процесі підготовки майбутнього педагога. Вирішення такої задачі лежить у площині забезпечення оцінного інструментарію та розробки процедури його впровадження.

Осмислення феномена цифрової освіти та поняття цифрової педагогіки відбулося значно пізніше появи та активного впровадження електронних ресурсів у освітній процес. Концептуалізація цифрової педагогіки як нової наукової педагогічної галузі стала необхідністю у період виникнення можливості впровадження комплексної «цифрової освіти» з появою відкритих онлайн-курсів (МООС, Coursera), великих електронних освітніх платформ (Moodle). Однак і досі, на думку дослідників, даний феномен сприймається дещо «розміто», і його зміст переважно зводиться до цифрової дидактики, ігноруючи процеси кіберсоціалізації, виховання у цифровому середовищі [4, с. 38].

Основним інструментом цифрової педагогіки стає електронний ресурс, завдяки якому здійснюється освітній процес та взаємодія його суб'єктів, оцінюється досягнення результатів учнів. У зарубіжній літературі сформувалися підходи класифікації електронних ресурсів. Досить велику увагу цій проблемі приділяють комерційні та громадські освітні організації, фонди, організації бізнес-сектору [1, с. 56].

Венчурний фонд NewSchools VentureОсновний тип діяльності:

1. «Освітні програми» (курси, ігри, онлайн-викладання, контент з математики, спеціальне навчання, підготовка до тестів, тьюторинг, цифрові підручники).
2. «Навчання» (колаборація, системи оцінювання, комунікація, LMS, соціальне навчання, інструменти для вчителів).
3. «Дані» (сховища даних, системи звітності, системи інформації про навчання).
4. «Управління розвитком співробітників» (системи HR, системи для професійного розвитку, спостереження) Акселератор Kaplan.

Проектний напрямок:

1. Мобільні програми для навчання.
2. Освітні платформи (мобільне та соціальне навчання, онлайн-навчання, інструменти для кооперації).

3. Сервіси для навчання за шкільною програмою (адаптивне або персоналізоване навчання, онлайн-системи для навчання).
4. Онлайн-заняття (підготовка до тестів, тьюторство, онлайн-курси).
5. Інструменти для учнів та вчителів (LMS-системи управління навчанням).
6. «Інші круті штуки» - «other cool things» (сервіси для оцінки, ігри).

Венчурний фонд Flybridge Capital Partners (The EdTech Market Landscape). Цільове призначення ресурсу:

1. Сервіси, які допомагають студентам шукати потрібну інформацію.
2. Освітній контент: ресурси для вивчення мов хобі, розвитку некогнітивних навичок.
3. Інструменти для навчання (тьюторинг, ігри).
4. Інструменти для передачі контенту (підручники, гаджети) [3, с. 115].

У межах зарубіжних педагогічних досліджень одне із підходів до класифікації електронних ресурсів спирається ідею Дж. Дьюї про базові процеси в освіті - дослідження, комунікація, конструювання, вираз. Цю ідею поклали основою своєї класифікації освітніх медіатехнологій американські дослідники Д. А. Левін та Б. Брюс, робота над якою тривала з 1990-х років. до 2003. Вчені визначили таку типологію електронних ресурсів освіти:

- Інструменти для дослідження (програми для апробації теоретичних моделей, джерела даних, інструменти для збору інформації та її аналізу);
- Інструменти для комунікації (інструменти кооперації (цифрові середовища, редактори), інструменти для спілкування (електронна пошта), інструменти для підготовки документів). Безумовно, на сьогоднішній день список перерахованих електронних освітніх ресурсів можна суттєво доповнити наявністю різноманітних соціальних мереж, інструментів для спільної роботи та освітнього проектування;
- Інструменти для конструювання (засоби програмування - Lego тощо). Основне завдання даного типу інструментів полягає у конструюванні нового знання;

Інструменти для вираження (програми для творчої діяльності) [1, с. 59].

Усвідомлення необхідності впровадження електронних ресурсів у освітнє простір забезпечив інтенсивний розвиток наукового інтересу до проблем цифрової педагогіки.

Вітчизняні вчені класифікують електронні ресурси освіти на основі типу діяльності: дослідження (агрегатори, сайти, додатки, електронний підручник), комунікація (соціальні мережі, комунікативні сервіси), інтерактивність (тренажери, відеоігри, симулятори). Цей підхід, на наш погляд, вимагає доповнення ідеєю про віртуальну реальність як особливий простір «проживання» освітньої дійсності на основі ментального «занурення» та створення ефекту суб'єктної присутності у просторі предмета дослідження. Понад те, з погляду, основу цієї класифікації лежить неоднорідний критерій - «дослідження» і «комунікації» є видами діяльності суб'єкта, а «інтерактивність» є властивістю самої електронної середовища чи ресурсу [1, с. 60].

У дослідженні електронні освітні ресурси типологізуються з урахуванням теорії множинного інтелекту, розробленої Р. Гарднером. Принципом даної типології є ідея відповідності типу електронного ресурсу виду інтелекту (абстрактний, естетичний, емоційний, практичний, соціальний, кінестетичний), актуалізованого діяльністю в електронному ресурсі. Однак, на наш погляд, ідея визначення теорії множинного інтелекту як провідного критерію класифікації електронних ресурсів не є однозначною, оскільки електронний ресурс не може надавати диференційований вплив на «типи інтелекту» особистості. Зокрема, інтерфейс, дизайн електронного ресурсу, його контент та функціональність, безумовно, актуалізують естетичне, емоційне сприйняття користувача навіть у тих випадках, коли ціль та завдання електронного ресурсу не припускають цього [4, с. 38].

На наш погляд, цифровий продукт, що застосовується в галузі освіти та педагогіки, не може надавати вибіркові «фрагментарні» ефекти впливу, він, перш за все, надає інтегративний вплив на особистість, актуалізуючи процеси взаємодії суб'єктів (акторів) та об'єктів (зміст освіти) у просторі електронного середовища. Діяльність учня в електронному освітньому середовищі полягає в ініціації, «запуску», реалізації процесів пізнавальної самостійності та

шляху когнітивного, емоційно-вольового, творчого саморозвитку, генеральної ідей якого стає досягнення рівня стратегічного «розумного» управління персоналізованою освітньою траєкторією, що навчається [2, с. 10].

Зазначимо, що в електронному освітньому середовищі функція оцінювання результатів діяльності учня займає особливе положення. Ця винятковість визначається, передусім, включеністю даної функції майже всі види електронних ресурсів, незалежно від типу та напрями діяльності користувачів ресурсу, його цільового призначення.

Безумовно, проблема оцінювання результату в електронному освітньому середовищі є вкрай актуальною як у зарубіжних педагогічних дослідженнях (В. Кленовський, Р. Тернер, Дж. Джексон, М. Херітейдж), так і у вітчизняних (В. В. Васюкевич, Є. І. Єлтунова). Проте протягом останнього десятиліття феномен «електронної оцінки» (digital assessment, e-assessment) є об'єктом пильної уваги саме зарубіжних науковців, про що свідчать результати публікацій теоретичних та емпіричних досліджень щодо розробки процедур електронного оцінювання освітніх досягнень та результатів учнів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Курбатов С. Елітна освіта в Україні в дзеркалі університетських рейтингів: QUO VADIS? *Вища освіта України*. 2010. № 4. С. 55–63.
2. Кушинська Л. Не потонути, а стати конкурентними: [роздуми про те, як викладачу вищої школи стати успішними] / Л. Кушинська // *Освіта України*. 2015. № 38, 21 вересня. С. 10.
3. Лаврик М.П. Формування позитивного іміджу жінки-керівника в системі управління загальноосвітнім навчальним закладом: магістер. робота. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2015. 140 с.
4. Лазаренко І. Формування іміджу освітньої установи. *Директор школи України*. 2006. № 11. С. 36–39.

ДИСТАНЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

В даний час у системі вищої професійної освіти пильна увага приділяється впровадженню технологій дистанційного навчання, які являють собою інформаційні технології, що забезпечують доставку учням основного обсягу матеріалу, що вивчається, інтерактивна взаємодія учнів та викладачів у процесі навчання, надання учням можливості самостійної роботи з освоєння матеріалу, що вивчається. також у процесі навчання.

Розширення меж використання у вишій технологій дистанційного навчання обумовлено активним розвитком інформаційних технологій, проникненням їх у всі сфери життя людини і, як наслідок, трансформацією студентської молоді у цифрове покоління.

Термін «цифрове покоління» застосовується для характеристики сучасних молодих людей, соціалізація яких збіглася за часом із повсюдним розвитком мережі Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій.

Покоління сучасних студентів має низку відмінних рис, вони характеризуються:

- глибоким залученням до цифрових технологій (повсюдним використанням комп'ютера та Інтернет, прагненням до онлайн навчання);
- залежністю від «зворотного зв'язку» (значимістю думки однолітків, несприйнятливостю до навіювань та зауважень викладача);
- збільшенням швидкості навчання (скороченням навчального часу зі збільшенням обсягу навчальної інформації за рахунок використання нових технологій);
- мультизадачністю своєї діяльності (звичкою виконувати кілька завдань одночасно, прагненням до задоволення в будь-якій діяльності);

- орієнтацією на заохочення (прагненням працювати за визнання та винагороду) [1].

В роботі «Модель студента як представника цифрового покоління» наголошується, що «на фізіологічному рівні у представників цифрового покоління відбувається перебудова мозкових структур», є суттєві зміни інтелектуальних здібностей сучасних студентів:

- сприйняття характеризується опорою на візуальні образи, високою переключення уваги;
- пам'ять переважає оперативна, образна;
- увага відрізняється зниженням здатності концентруватися;
- осмислення характеризується зниженням здатності до систематизації інформації, до вибудовування логічних зв'язків, до структурування інформації;
- мислення «кліпове», тобто. характеризується швидкістю обробки інформації, опорою на візуальне сприйняття коротких наборів тез (кліпів), наявністю проблем із сприйняттям тривалої лінійної послідовності та однорідної інформації [5].

Проведений аналіз відмінних рис сучасних студентів підтверджує прагнення їх до використання в навчальному процесі інформаційних технологій, зокрема, технологій дистанційного навчання. занять.

В даний час технології дистанційного навчання займають міцну позицію в системі вищої професійної освіти: вони можуть бути інструментальною основою при організації дистанційного навчання, можуть активно використовуватися в поєднанні з традиційними формами та методами навчання, можуть використовуватися для побудови мережевого взаємодії вишу з організаціями-роботодавцями. На сьогоднішній день накопичено великий досвід використання технологій дистанційного навчання викладачами вишів під час роботи зі студентами, і він потребує переосмислення [3].

Насамперед, зазначимо, що серед багатьох наявних на сьогоднішній день технологій дистанційного навчання (електронна пошта, телеконференції, форуми, чати, електронні дошки оголошень, віртуальні інтерактивні дошки тощо) виділяють основну систему дистанційного навчання. Це обґрунтовано широким

функціоналом сучасних систем дистанційного навчання: вони містять засоби створення, зберігання та доставки навчального контенту, а також засоби управління навчанням.

Популярною і широко використовується в даний час є система дистанційного навчання Moodle, що вільно розповсюджується. Вона є інструментальним середовищем для розробки он-лайн-курсів викладачами, відрізняється багатством функціоналу, гнучкістю, надійністю і простотою застосування. Система Moodle розроблена для організації дистанційного навчання, яке є сьогодні самостійною формою навчання поряд з традиційними формами здобуття освіти (очної та заочної) і є процесом набуття знань на основі застосування сучасних ІКТ, навчання на відстані, без особистого контакту викладача та учня, але включає всі компоненти, властиві навчальному процесу (мети, зміст, методи, організаційні форми, засоби навчання) [4].

У СумДПУ імені А.С. Макаренка не реалізується дистанційна форма навчання, але система Moodle активно використовується в навчальному процесі денної та заочної форм навчання з метою підвищення їх ефективності. дотримання затвердженого внутрішнього тимчасового регламенту застосування електронного навчання та дистанційних освітніх технологій

Максимальний обсяг занять з використанням електронного навчання та дистанційних освітніх технологій для різних рівнів та форм навчання в (% від загальної кількості годин аудиторних занять з дисципліни)

Введення обмежень на альтернативну заміну аудиторних занять дистанційними заняттями пов'язано з важливістю особистого контакту викладача з учнями в педагогічному виші, з труднощами розробки якісних електронних курсів з дисциплін та компетентному їх супроводі в ході реалізації.

Виділимо напрямки можливого застосування викладачами системи дистанційного навчання Moodle під час роботи зі студентами денної форми навчання:

- використання Moodle як платформи для розміщення інформаційних матеріалів, призначених студентам при підготовці до занять (планів семінарських занять, списку літератури, що рекомендується, електронних документів для вивчення, питань для підготовки до заліку / екзамену тощо);

- використання Moodle як інструментального засобу для організації інноваційних видів колективної та групової роботи студентів (форумів, чатів, вікі, відеоконференцій тощо);
- використання Moodle як системи комп'ютерного тестування для підготовки, проведення комп'ютерних тестів та аналізу отриманих результатів;
- використання Moodle як комунікаційної технології для своєчасного вирішення з викладачем питань, що виникають у студентів (особливо актуально в ситуаціях пропуску студентом аудиторних занять, у ситуаціях поєднання студентом денної форми навчання та роботи зі спеціальності на старших курсах);
- використання Moodle як засобу систематизації та структурування навчального матеріалу з дисципліни [2].

Застосування системи Moodle у зазначених напрямках дозволяє збільшити швидкість навчання, підвищити інформаційну насиченість навчальних тем, що має важливе значення в умовах перерозподілу співвідношення аудиторних годин вивчення дисципліни та годин для самостійної роботи студентів у бік збільшення частки самостійної роботи учнів оперативно здійснювати контроль знань студентів, сприяє розвитку дисциплінованості та відповідального ставлення до навчання Система дистанційного навчання Moodle розширює межі взаємодії викладача зі студентами, вона надає викладачеві інструментальні засоби, що дозволяють використовувати особливості сучасних студентів як представників цифрового покоління для досягнення максимальних результатів навчання.

Ще більше аргументів при обґрунтуванні важливості використання системи дистанційного навчання Moodle при організації заочної форми навчання у виші. Система Moodle дозволяє ефективно здійснювати заочне навчання, незважаючи на мінімальний особистий контакт викладача зі студентами, властивий цій формі навчання. Зокрема, студенти заочного відділення мають можливість дистанційного контакту з викладачем у період між очними сесіями, що дозволяє їм своєчасно отримати кваліфіковані відповіді на питання, що виникають у них.

Викладач має можливість дозувати навчальну інформацію у період між сесіями студентів-заочників, рівномірно розподіляти у

семестрі індивідуальні навчальні завдання для студентів, що дозволяє знизити їхню завантаженість у період сесії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Github: веб-сайт (Online). URL: <https://github.com/>
2. Global video game market value from 2020 to 2025. URL: <https://www.statista.com/statistics/292056/video-game-market-value-worldwide/> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Godot. URL: <https://godotengine.org/> (дата звернення 28.04.2024).
4. How Does Unity Work And Make Money? URL: <https://fourweekmba.com/unity-businessmodel/>
5. Laporte G., Ropke S., Vidal T. Chapter 4: Heuristics for the Vehicle Routing Problem. *Vehicle Routing*. Philadelphia, PA, 2014. P. 87–116.

УДК 37:4

Цзян Пейген

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

СУТНІСТЬ І ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕСУ РЕЙТИНГУВАННЯ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Світова система рейтингування закладів вищої переживає перехідний етап свого розвитку і перебуває у стані перетворення. Нову систему рейтингів, що формується, відрізняють чотири основні характеристики: становлення регіональних рейтингів, орієнтованість на запити різних груп споживачів (майбутніх студентів, науковців, керівництва університетів, роботодавців, політиків), багаторівневе ранжування та створення рейтингів у різних предметних галузях. Однією з важливих тенденцій у розвитку системи рейтингування є включення до міжнародних рейтингів інших аспектів діяльності освітніх організацій, окрім наукових досліджень. Особливо важливими є такі досягнення, як визначні результати у викладанні та так звана третя місія, або соціальна роль університету.

Світова система рейтингів перебуває у стані бурхливого перетворення. Це відзначають як дослідники та експерти у сфері вищої освіти, так і фахівці з розробки рейтингів.

За ілюстрацією цього твердження ми звернемося до результатів, отриманих двома дослідниками у сфері вищої освіти: Юнг Сіном (Jung Shin, Південна Корея) та Робертом Туткусяном (Robert

Toutkoushian, США). Methodology and Impacts on Global Higher Education» (Springer, 2021). Вони виділяють два різні, але взаємодоповнюючі підходи до розуміння якості у сфері вищої освіти [2, с. 428].

Перший підхід, егалітаризм (фр. *égalité*), тісно пов'язаний з масовізацією вищої освіти, системи контролю якості в рамках процесу акредитації. Однак сьогодні акредитація, по суті, є сертифікатом, що підтверджує, що цей заклад вищої освіти відповідає мінімальним необхідним стандартам. Іншими словами, вона задає нижню планку якості вищої освіти.

Інший підхід, елітизм (фр. *élitisme*), полягає у стимулюванні максимально високої якості післяшкільної освіти та заохоченні прагнення до переваги. Інструментом, який спонукає виші підвищувати якість освіти, стали рейтинги. Широкому поширенню рейтингів та зростанню їхньої популярності сприяло поєднання в цьому інструменті простоти та ефективності. Критики системи рейтингів найчастіше розцінюють простоту рейтингів як надмірне спрощення, а отже, як недолік.

Загалом, на нашу думку, переваги рейтингів переважають наявні недоліки та обмеження.

Порівнюючи ці два підходи до забезпечення якості вищої освіти, легко переконатися, що сама собою акредитація не вирішує проблему. У Європі кілька десятків організацій та комітетів з акредитації, проте Європейська комісія зовсім недавно забила тривогу з приводу якості вищої освіти. Висока інстанція вважає, що розрив між європейськими університетами з одного боку та університетами Азії та Америки – з іншого збільшується і, отже, потрібні радикальні заходи для зміни ситуації. Це означає провал системи акредитації: вона працює ефективно, але підходить лише задля забезпечення мінімального рівня якості. Система акредитації не стимулює змагальність. Вона відрізняється певною інертністю. Ці обмеження не властиві рейтингам.

Рейтинг дає більш повну характеристику університетів, оскільки в ньому враховується більше факторів та показників, і вони аналізуються глибше. Рейтинги оновлюються щорічно, забезпечуючи тим самим актуальність даних.

Результати проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що щодо рейтингування університетів ми зараз перебуваємо

на перехідному етапі. Вже можна розрізнити контури нової системи рейтингів, що розвивається, яку відрізняють чотири характеристики: це система регіональна, орієнтована на споживачів, багаторівнева і предметна.

Отже, щоб відобразити такі характеристики конкретного регіону, як мова та культура, світові системи рейтингів мають стати регіональними. Щоб відповідати очікуванням читачів рейтингів, системи, орієнтовані на фахівців з розробки рейтингів, повинні трансформуватися в системи, орієнтовані на інтереси споживачів. Щоб відобразити все різноманіття місій навчальних закладів, їх розміри та розташування, поточні уніфіковані системи рейтингів мають стати багаторівневими. І нарешті, найцікавіше з перетворень: щоб відобразити різницю між дисциплінами, інституційні системи рейтингів мають трансформуватися в предметні системи [1, с. 168].

Будучи дослідниками рейтингів, їх аналітиком та фахівцем, залученим до практичного процесу їх побудови, ми можемо відзначити деякі актуальні тенденції у розвитку рейтингових систем. Слідкувати за цим розвитком та за зростанням ролі рейтингів у сучасному світі захоплює цікаво.

Не можна забувати, що рейтинги з'явилися зовсім недавно. Цікаво, що їхня поява збігається за часом із виникненням інших інновацій нашої епохи.

Перший професійний національний рейтинг, знаменитий US News Best Colleges, з'явився у 1983 році, як і Інтернет. Перший світовий рейтинг, Шанхайський рейтинг 2003 – ровесник соціальної мережі Facebook. Кількість рейтингів швидко зростає; в середньому на рік публікуються один новий міжнародний, два регіональні та три національні рейтинги.

Кількість національних рейтингів швидко зростає: 45 нових класифікацій за останні 15 років. Всі ці рейтинги можна знайти на веб-сайті IREG Observatory у розділі IREG Inventory of National Rankings. Цей розділ постійно оновлюється [3, с. 17].

Кожен новий рейтинг – національний, регіональний або світовий – прагне виділитися серед інших за рахунок модифікації методології, так що в розробці методології рейтингу постійно відзначається висока активність.

Зрозуміло, швидкі зміни в системі рейтингування вишів стали можливими лише завдяки новим удосконаленим базам даних та доступності цих даних в електронному вигляді, особливо на платформах Web of Science від Clarivate Analytics (раніше Thomson Reuters) та Scopus від Elsevier. Наявність цих баз даних та зручний доступ до них значно змінили інформаційне середовище у науці та вищій освіті. Вони спростили процес ранжування [4].

Ще один приклад удосконалення інформаційного забезпечення рейтингування – список міжнародних наукових нагород IREG, який публікує організація IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence. Метою створення цього списку було вийти при врахуванні свідоцтв міжнародного визнання наукових заслуг за межі вузької групи володарів Нобелівської премії та медалі Філдса. Перше видання списку, що включає 99 міжнародних нагород, є інструментом рейтингових організацій по всьому світу.

Зміни у методології рейтингів також відображають очікування різних зацікавлених груп. Майбутнім студентам рейтинги допомагають ухвалити поінформоване рішення при виборі освітньої установи та предметної галузі навчання. Вчені використовують рейтинги для порівняння своїх позицій із позиціями колег в інших установах та інших країнах. Керівництво університетів застосовує рейтинги як інструмент впровадження культури конкурентності у роботу персоналу. Рейтинги також дають змогу відстежувати реалізацію реформ. Роботодавці очікують, що рейтинги покажуть їм, у яких університетах навчаються найкращі потенційні співробітники. Політики за допомогою рейтингів сподіваються обмежити ризики своїх інвестиційних рішень.

Рейтинги також відіграють важливу роль у створенні іміджу та підвищенні престижу країни. Кількість національних університетів у топ-групі міжнародного рейтингу – один із основних показників позицій країни у міжнародному співтоваристві. Тому боротьба за високе становище у рейтингах має особливе значення для політиків.

Зупинимось докладніше на очікуваннях політиків та університетів. Політикам потрібен простий інструмент для оцінки навчальних закладів та моніторингу впровадження реформ. Акредитація, будучи повільним та бюрократизованим процесом, таким інструментом служити не може. До того ж, акредитація дозволяє визначити лише найнижчий допустимий рівень якості викладання.

Звідси стає зрозумілою роль рейтингів, що публікуються щорічно. Вони є зручним інструментом для моніторингу реформи. Крім того, рейтинги мобілізують та мотивують навчальні заклади до того, щоб бути кращими, щоб бути кращими. Безумовно, рейтинги також мають обмеження, зокрема, вони не можуть відобразити всю складність структури закладу вищої освіти. Вони мають свої слабкі сторони. Вони навіть можуть завдавати шкоди, оскільки поєднують величезний вплив зі значним, хоч і неминучим, спрощенням.

Цікаві результати приносить сьогодні змагання з модернізації методологій. Удосконалення методології рейтингів значною мірою пов'язано з потребами щодо ініціатив з досягнення визначних результатів, які уряди у деяких країнах створюють, щоб прискорити розвиток певної групи навчальних закладів.

Джаміль Салмі та Ісак Фрумін, міжнародні експерти в галузі вищої освіти, підрахували, що з 2020 р. у 20 країнах було запущено понад 30 ініціатив щодо досягнення визначних результатів. Їхня загальна вартість перевищує 40 млрд. дол. Внаслідок цього з'явилася група так званих прискорених університетів світового класу. Ці установи отримали додаткове фінансування для форсованого розвитку – при запуску військових винищувачів використовують ракетні прискорювачі. Багато ініціатив щодо досягнення визначних результатів, включаючи проект «5-100», розглядають рейтинги як корисний інструмент для моніторингу реалізації реформ. Зміни, які зазнали методології складання рейтингів під впливом цих ініціатив, обговорювалися на Міжнародних конференціях з ініціатив з досягнення визначних результатів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Bilodeau, L. Advancing campus and community sustainability: Strategic alliances in action / L. Bilodeau, J. Podger, A. Abd-El-Aziz // International Journal of Sustainability in Higher Education. - 2014. - Vol. 15. - No. 2. - P. 157-168.
2. Bornmann, L. On the function of university rankings / L. Bornmann // Journal of the Association for Information Science & Technology. - 2014. - Vol. 65. - No. 2. - P. 428-429.
3. Boulding, K. The Image / K. Boulding. - Michigan: University of Michigan Press, 1956. - 175 p.
4. Cai, Yu. Chinese higher education and university / Cai Yu, Yan F. // Handbook of Chinese Education. Chapter: 8. Edward Elgar. - 2017. - P. 63-81.

СУТНІСТЬ І ДІЛОВОЇ ГРИ У ЗАКЛАДІ ОСВІТИ

Навчання за допомогою ділових ігор, на думку багатьох вчених, дозволяє навчати у процесі діяльності та для діяльності, сприяючи значною мірою покращенню міжпредметних зв'язків, наближенню теорії до потреб виробництва та вихованню професійно значущих якостей майбутніх фахівців.

Сучасні концепції навчання стверджують, що розумова діяльність включає у собі як суто пізнавальні функції, а й емоційні відносини і вольові акти. Учні легко і з бажанням виконують завдання, якщо воно містить подолати труднощі для них; легке завдання – не цікаво, надто складне завдання залишається невиконаним.

Інтенсифікація розумової діяльності досягається шляхом напруги вольових зусиль і разом з ними інших сфер психічної діяльності (уваги, сприйняття, пам'яті, мислення та навіть вищих творчих функцій). Однак і досвідченим шляхом, і експериментально встановлено, що при зворотному явищі, при релаксації (розслабленні фізичному і психічному), відбувається незмірно більше звільнення резервів. Саме в такому стані і спостерігається ефект гіпермнезії (швидкого запам'ятовування).

З цього приводу засновник сугестології та сугестопедії пишуть, що «сугестологія не створила нову «азбуку» (нові елементи), а створила нову комбінацію з переважно старих елементів. Але з цього створюється новий тип навчального процесу зі своєю теорією, новими завданнями та новими результатами, зі своїми психофізіологічними закономірностями та новими перспективами».

У комп'ютерних іграх закладена ідея розслаблення, подібно до цієї, прийняття себе в іншій ролі, більш успішної, незалежної, зменшення страху, тому до ігор на комп'ютері прагнуть і діти, і дорослі. Якщо цю сторону комп'ютерних ігор використовувати у навчанні, граючи діти, дорослі можуть багато чого навчитися. На сьогоднішній день розвиток програмування комп'ютерних ігор дозволяє реалізувати корисні педагогічні, психологічні вимоги до

ігор. У створенні штучного інтелекту вже використовуються модулі самоосвіти, розвитку з урахуванням діалогу з людиною [1, с. 284].

Враховуючи і вікові, і психологічні особливості в комп'ютерні навчально-ділові ігри необхідно вводити не тільки знання, які необхідні за навчальною програмою, але і частина нових знань та понять, які учні дізнаються саме через гру. Це буде причиною поваги до гри, що з її допомогою вони впізнали щось нове, незвичайне. Така комп'ютерна навчально-ділова гра зацікавить найрозвиненіших у комп'ютерних іграх і підтягне всіх інших.

Комп'ютерні навчальні ігри переслідують конкретну мету - навчити того, хто грає чогось корисного: швидкого рахунку, читання електронних схем або дорожніх знаків, створення різних моделей, іноземної мови, друкування на клавіатурі, оптимальної взаємодії з діловими партнерами тощо. Усі навчальні ігри належать до класу «добрих», оскільки припускають вдумливе та цілеспрямоване використання їх на навчання.

Класифікація комп'ютерних ігор у західній літературі є досить розмитою з великої суб'єктивності критеріїв, використовуваних авторами. Практично відсутня власне психологічна класифікація комп'ютерних ігор, основу якої лежали психологічні функції, включені у процес гри. Така класифікація дозволяє хоча б у першому наближенні оцінити ступінь та якість впливу комп'ютерної гри на користувача [4, с. 5].

Хоча зараз на ринку комп'ютерних ігор багато привабливих ігор, але навчальних ігор, порівняно з розважальними іграми, все ще мало. Ці навчальні ігри дозволяють граючому впливати на об'єкт, перетворюючи його. Наприклад, у навчальній грі дитина знайомиться з геометричними фігурами, геометричними поняттями простору, арифметичними діями, рахунком, дробами тощо. Зазвичай ці ігри носять контролюючий характер і побудовані за однією схемою: щоб дійти до фінішу гравцю необхідно вирішити низку завдань (виконати арифметичні дії, скласти слово з літер, перекласти слово, вгадати слово або фразу як у назвати геометричні фігури тощо). Є ігри з фізики, хімії, медицини, історії, які потребують певних знань з цих дисциплін. Наприклад, комп'ютерні учебні ігри сайту Nobelprize.org.

Комп'ютерні навчально-ділові ігри у ЗВО найчастіше та успішно можуть бути застосовані, наприклад, на заняттях з

інформатики. Ця дисципліна вивчається у блоці загальноосвітніх дисциплін у всіх спеціальностях. Надалі подібні ігри можуть застосовуватися у старших курсах щодо методики навчання конкретних предметів. вказує, що «У літературі також зустрічаються розробки уроків з інформатики із застосуванням ділових ігор. Більшість їх реалізують міжпредметні зв'язку, коли, наприклад, основний зміст гри - економічний, а розрахунки виробляються в електронних таблицях, тобто. йде закріплення матеріалу, певної теми з інформатики. Також є ділові ігри, які відрізняються великою сферою застосування - як за віком, так і з навчальних предметів. Перелічені розробки не носять систематичного характеру, тому говорити про існування методики викладання інформатики, що ґрунтується на ділових іграх, не доводиться» [2, с. 111].

Організація та проведення комп'ютерних навчально-ділових ігор відрізняються своєрідністю від традиційних ділових ігор. Потрібні навички використання комп'ютера, Інтернету, різних комп'ютерних програм, електронних навчальних ресурсів.

Якщо для дитини гра – життєво важлива потреба, то для старшокласника гра – це простір для розвитку здібностей. Для студента 1-курсу, на додаток до цього, гра - спосіб самовираження. Саме на перших курсах формується ставлення молодшої людини до навчання, до майбутньої професії, посилюється активний пошук себе, починається становлення особистості майбутнього фахівця. У вишій студент проходить одночасно два види адаптації: навчальну та соціально-психологічну.

Розвиток особистості студента на різних курсах має певні особливості. Тому при використанні комп'ютерних навчально-ділових ігор необхідно враховувати цю обставину. На першому курсі – процес адаптації. На другому курсі – період більш напруженої навчальної діяльності. Наявне формування ширших культурних запитів і потреб. Третій курс найчастіше пов'язаний з початком спеціалізації, проявом глибшого інтересу до наукової роботи, разом із тим - звуження сфери різнобічних інтересів. На 4-курсі у студента відбувається глибше практичне знайомство зі спеціальністю на навчально-виробничій практиці. У цей період у студента відбувається переоцінка багатьох цінностей життя та ставлення до духовної культури. Так як у цьому курсі перспектива

швидкого закінчення вишу призводить до формування чітких практичних установок на майбутню професійну діяльність, так само спостерігається поступовий відхід від колективних форм студентського життя [3].

Комп'ютерні навчально-ділові ігри, що застосовуються у навчанні студентів, ефективні у таких випадках:

- якщо учасники згодом матимуть справу з процесами, які необхідно заздалегідь програвати;
- коли учасники мають необхідні знання для індивідуального вирішення проблем;
- коли є необхідність у поєднанні індивідуальних та фрагментарних розв'язків задач у комплексне та спільне вирішення проблеми [3].

Таким чином, існує потреба у вдосконаленні методики викладання багатьох дисциплін у напрямі більшого використання активних методів навчання, включаючи комп'ютерні навчально-ділові ігри. майбутніх фахівців Система електронного навчання може мати кумулятивний вплив на всю сферу освіти: у дитячих садках використовуються комп'ютерні ігрові методи, у середніх школах – електронні підручники, у коледжах та професійних ліцеях – віртуальні тренажери, а у вишах – електронні науково-дослідні лабораторії.

Сьогодні однією з найефективніших форм підготовки фахівців стають ділові ігри та уроки із конкретними діловими ситуаціями. Гра відома ще з найдавніших часів як спосіб перевірки знань та вмінь застосовувати їх на практиці.

Ігри дають можливість моделювати типові виробничі ситуації, під час яких її учасники ведуть напружену розумову роботу, колективно шукають оптимальні рішення, використовуючи теоретичні знання та власний практичний досвід.

Ця форма дозволяє використовувати найдавнішу форму навчання та виховання молодого покоління методом гри. Вона дозволяє поєднати знання з передумови дій у самі події. Ділові ігри, розроблені на конкретних ситуаціях, вводять учнів у сферу виробничої діяльності, виробляють у них здатність до критичної оцінки діючого виробництва, до вміння знаходити рішення щодо його вдосконалення та є потужним стимулом активізації самостійної роботи учнів з набуття професійних знань та навичок. Практичні навички, що набувають у процесі ділової гри,

дозволяють молодому фахівцеві уникнути помилок, які можливі при переході до самостійної трудової діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Сидорчук Л.А. Впровадження інформаційних технологій в навчальний процес вищих шкіл. *Проблеми педагогічних технологій: Збірник наукових праць* Луцьк: 2010. С. 280-286.
2. Силадій І. Якісна освіта в контексті управління впровадження інновацій. *Вища освіта України*. 2011. № 4. С. 105–112.
3. Системи управління навчанням: веб-сайт. URL: <https://studfile.net/preview/5484705/page:4/> (дата звернення: 21.04.2024)
4. Співаковський О.В. Інноваційні методи управління інформаційними активами вищого навчального закладу. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2013. № 3. С. 3–7.

УДК 378.42

Чень Яо

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ПЕДАГОГІЧНИЙ ТАКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ

Високопрофесійний педагог, який має творчий потенціал, здатний успішно працювати в умовах соціокультурної ситуації, що швидко змінюються, і жорсткої конкуренції - такі вимоги сучасної шкільної політики до вчителя.

Сьогодні важлива для вчителя не лише професійна компетентність, а й його моральний образ, його духовний світ, духовні якості. Адже саме від них і залежить кінцевий результат виховного процесу. шкільного колективу

Як визначити наявність духовної складової культури вчителя? Значною мірою вона визначається рівнем його загально-педагогічної підготовки, вмінням навчатися (підвищувати кваліфікацію), прагненням самовдосконалення в умовах професійної діяльності. Багато вчених приділяли увагу проблемі професійної підготовки вчителя: розроблена професіограма вчителя, яка визначає не лише зміст, а й систему педагогічних теоретичних знань, перелік загальних та спеціальних педагогічних умінь тощо. Досліджуються проблеми особистості вчителя, шляхи її формування, пов'язані з

особливостями та структурою професійної діяльності. Але серед безлічі наукових праць, присвячених різним аспектам професійної та особистісної позиції вчителя, лише небагато їх стосується проблем духовного світу вчителя. Багато дослідників здійснили аналіз шляхів та засобів формування духовної культури вчителя, а в низці досліджень заявлено, що педагогічні виші, переслідуючи мету підготовки майбутніх вчителів шкіл, намагаються озброїти студентів лише професійними знаннями, вміннями і, як правило, майже не приділяють належної уваги формуванню особистісних, професійно значущих якостей, у тому числі духовної складової педагогічної професії. Так, згідно з даними опитування, проведеного нами серед студентів - майбутніх вчителів іноземної мови, 43,6% студентів не пов'язують свою майбутню професійну діяльність із роботою в освітніх установах. 39,8% опитаних не змогли визначити свій духовний ідеал, знання та уявлення про внутрішній світ людини, його цінності та ідеали виявилися також досить відносними. До того ж усі питання, що стосувалися життєвих планів, перспектив, цілей, показали, що такі важливі аспекти людської життєдіяльності, як праця, бажання досягти професійної досконалості, прагнення пізнання, не займають передових позицій у свідомості майбутнього вчителя, та й питання формування духовного світу вчителів, його духовно-моральної культури не знаходять належного висвітлення в освітньому процесі вишу [2, с. 157].

Сучасна школа сьогодні стоїть на порозі оновлення, і не так однозначно в системі шкільної освіти. Ключовим фактором розвитку країни, забезпечення духовної єдності народу та що об'єднують його моральні цінності, політичну та економічну стабільність. Неможливо створити сучасну інноваційну економіку, минаючи людину, стан та якість її внутрішнього життя. Темпи та характер розвитку суспільства безпосередньо залежать від громадянської позиції людини, її мотиваційно-вольової сфери, життєвих пріоритетів, моральних переконань, моральних норм і духовних цінностей.

Виховання людини, формування властивостей духовно розвиненої особистості, любові до своєї країни, потреби творити та вдосконалюватися – є найважливіша умова успішного розвитку нашої держави».

Сказане ще більше зміцнює нас у думці про необхідність якісного виховання майбутнього педагога, формування у

нього духовно-моральної культури та організації навчально-виховного процесу у педагогічному виші на основі рецептивно-аксіологічного підходу.

Освіта майбутнього педагога націлена на його загальнокультурний та професійний розвиток, передбачає процес освоєння майбутнім педагогом норм, зразків та правил діяльності, у тому числі вироблених педагогічною наукою на різних етапах свого розвитку. Важливим стає не просто присвоєння нових знань, цілей, цінностей особистісних смислів, а й професійне самовизначення у яких, розкриття сутнісних сил педагога, його морального та інтелектуального потенціалу, мобільність у складних соціокультурних реаліях. Укоріненість майбутнього педагога у традиційних педагогічних цінностях дозволить майбутньому педагогові усвідомити, що шлях його вихованців до оволодіння загальнолюдськими цінностями лежить через конкретні форми їх здійснення у національній культурі, адже через неї кожен вихованець навчиться розуміти та поважати все багатство світової культури [4, с. 63].

Таким чином, освіта майбутнього педагога має бути націлена на його загальнокультурний та професійний розвиток, на освоєння ним засобів побудови та організації практики освіти людини. І без аксіологічної складової, що визначає такі культурно-гуманістичні функції освіти: розвиток духовних сил, здібностей та умінь, що дозволяють людині успішно долати життєві перешкоди; формування моральної відповідальності, забезпечення можливостей для професійного зростання та самореалізації, оволодіння засобами для досягнення інтелектуально-моральної свободи, особистої автономії та щастя, створення умов для саморозвитку творчої індивідуальності особистості та розкриття її духовних потенцій – тут не обійтися [1, с. 6].

Контекстний аналіз поняття «рецепція» дозволяє відзначити, що різні галузі суспільної свідомості - фізіологія, астрологія, філософія, культурологія, філологія, юриспруденція тощо. протягом досить тривалого часу успішно оперують їм. Власне сам термін «рецепція» означає «прийняття», «засвоєння» - таке трактування ми знаходимо в повному словнику іноземних слів, що увійшли у вживання мови.

Сьогодні, за інтенсивного розвитку науки і наукової термінології, поняття «рецепція» значно розширюється, важливою визнається так звана «рецепційна установка», що формується у

свідомості людини історично всім її попереднім соціокультурним, естетичним досвідом, і яка обов'язково додається до безпосереднього емоційного переживання рецепієнта. Таким чином, правомірним буде висновок про те, що рецепція – полідисциплінарне поняття, що стосується досить широкої наукової сфери, у тому числі й педагогіки. Отже, рецепція може відбуватися щодо будь-яких соціальних, політичних інститутів, знаменних подій, культурних чи загальнолюдських цінностей, чи всієї епохи загалом [15, с. 15]. Відтворюючи образ минулого як ідеального відображення світу у свідомості людини, ми намагаємось тонко і органічно вплести цього образ у сучасну культуру. Відповідно, у сфері педагогіки найближчим стає розуміння рецепції як сприйняття, запозичення та пристосування певних соціальних та культурних форм, що виникли в іншому соціокультурному середовищі (інша країна, інший історичний період) [3, с. 13].

У Тлумачному словнику 30-х р. XX ст. під терміном «рецепція» значиться: «Засвоєння та пристосування даним суспільством соціологічних та культурних форм, що виникли в іншому суспільному середовищі. Взявши це трактування за основне, ми побачимо, що дана дефініція присутня на всьому полідисциплінарному просторі гуманітарного знання, виявляючись у тому числі і в педагогіці, а переломлюючись через призму педагогічної аксіології, як особливої галузі знання та одного з основних напрямків педагогічних досліджень, вона має право на існування.

На початку XXI ст. була здійснена переоцінка цінностей, у зв'язку з чим велика увага приділяється історико-педагогічним аспектам, працям педагогів-класиків, що розробив ряд теоретичних положень, що містять характеристику духовного вигляду вчителя та розкривши основні напрями, засоби та методи формування його духовної культури. Багато чого з того, що виявилось напівзабутим, аналізується, піддається перекодуванню та аналізується з сучасних позицій. Інтерес до історико-педагогічних аспектів продиктований прагненням взяти найцінніше та адаптувати до сучасних реалій. Звернення до класики стимулює вироблення нових педагогічних моделей формування духовного світу вчителя, системи взаємин суб'єктів освітнього процесу тощо. Велика увага до культурної та педагогічної спадщини визначається низкою факторів: по-перше, класика - одна з констант у здійснюваній переоцінці цінностей; по-друге, завдяки такій переоцінці виробляються нові форми

мислення; по-третє, звернення до класики допомагає краще зрозуміти сучасність та її деякі явища, інколи ж відбувається і суперечка з тими ідеями, які не пройшли перевірку часом.

Духовність педагога, множачи виховну силу його спілкування з учнями, розвивалася як традиція філософії та педагогіки у поглядах мислителів першої половини ХХ століття. Всі люди безперервно виховують один одного, хочуть вони цього чи не хочуть, усвідомлюють вони це чи не усвідомлюють, вміють чи не вміють, дбають чи нехтують. Люди виховують один одного саме у спілкуванні, «всяким проявом своїм»: відповіддю та ініціативою, посмішкою та її відсутністю.

Люди виховують один одного не тільки виробленням - впевненими вчинками у відповідь, а й неробленням, - млявою, ухильною, безвільною відсутністю учинку у відповідь», - вважав філософ І Кант і робив висновок: «Від Бога і від природи влаштовано так, що люди «впливають» друг на друга як навмисно, а й ненавмисно; і уникнути цього не можна».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Михайлова Л.І. Психологічні особливості підготовки майбутніх викладачів. *Вісник Сумського національного аграрного університету: науковий журнал* / ред. кол.: В.І. Ладика, А.М. Салогуб, Ю.І. Данько та ін. Суми: Сумський нац. аграрний ун-т, 2012. Вип. 11 (54). С. 3–6.
2. Мутіліна Л. Деякі питання розвитку мотивації професійної діяльності викладачів. *Соціальна психологія*. 2009. № 6(38). С. 154–159.
3. Надюк Н.М. *Формування у майбутніх менеджерів здатності до прийняття управлінських рішень*: Автореф. дис... канд. псих. наук: 19.00.10 / Н.М. Надюк; Ін-т псих. ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2007. 20 с.
4. Николаенко А. Психологический анализ коммуникативной компетентности будущего учителя. *«Сучасна молодь: крок у майбутнє»*: Матеріали Першої Всеукр. наук.-практ. конф. для студ. і аспірантів, 18 трав. 2005 р. / Редкол.: В.В. Бугаєнко (відп. за вип.), О.М. Полякова, О.В. Голубнича. Суми: СумДПУ ім. А.С. Макаренка, 2005. С. 61–64.

ОСОБЛИВОСТІ ДИНАМІКИ АКЦЕНТУАЦІЇ ХАРАКТЕРУ ВИКЛАДАЧА ЗВО

Час глобальних змін та множинних криз загострюють питання життєвого вибору, планування майбутнього людиною в умовах невизначеності. У зв'язку з цим у сучасних психологічних дослідженнях нову актуальність набуває проблема проектування життєвих перспектив людиною, з якого можна задати вектор стійкості його буття в переломний період у суспільному розвитку. Сьогодні життєві перспективи можна трактувати як проект самобудування людини, що охоплює питання життєвого вибору, управління часом, цільового планування та контролю.

У цьому контексті дослідницької уваги заслуговують представники професії сфери «людина-людина», зокрема викладачі вишів, які мають великий стаж викладацької діяльності. Особливий науковий інтерес в осмисленні життєвих перспектив викладачів вишів пов'язаний із вивченням умов, здатних ініціювати трансформації у їхньому змісті та структурі. Як такі умови можуть виступити різноманітні зміни у психофізіологічному та психологічному самопочутті, життєвому укладі, викликані синдромом емоційного вигоряння. Цей синдром є складним психофізіологічним феноменом, що супроводжується емоційним, розумовим і фізичним виснаженням через тривале емоційне навантаження (Р Кочюнас), наслідком професійних стресів. Даний синдром виникає у тих випадках, коли адаптаційні можливості людини щодо подолання стресової ситуації перевищені) [4, с. 83].

На даний момент життєві перспективи особистості світової психології досліджені досить глибоко. Психологічною наукою запропоновано варіанти розуміння життєвих перспектив, їх структури, змісту, функцій, представлені результати наукових досліджень про життєві перспективи, що враховують віковий, соціальний, особистісний досвід, отримано досвід використання результатів наукових досліджень у практиці психологічної допомоги.

Показано, що життєві перспективи репрезентовані у свідомості людини. Зміст життєвих перспектив представлено сукупністю запланованих та очікуваних у майбутньому подій, які роблять уявлення про майбутнє організованими. Як такі події виступають цілі, плани, програми, смисли тощо. За допомогою цілей особистість регулює та організує свій життєвий шлях як ціле. Мета є провідною складовою життєвої перспективи особистості, трактує тимчасову перспективу як «ієрархію цілей особистості». Планування життєвої перспективи є висування цілей, їх ієрархічне вибудовування, пошук способів реалізації намічених цілей [3, с. 60].

Життєві перспективи поруч із цілями і планами припускають осмислення мотивів реалізації цілей вказують на мотиви, смисли, ціннісні орієнтації як необхідні складові життєвих перспектив. Ціннісно-смысловий контекст вибудовування життєвих планів необхідний наукового вивчення та розуміння даного явища.

Вивчення планованих подій дозволяє визначити дискретну картину майбутнього, представленого сукупністю послідовних моментів, «точок» на лініях життя, вкладених у майбутнє. Фактором, що зумовлює рух цими лініями від події до події, є ціннісні орієнтації особистості. Автори зазначають, що людина вибирає ті цінності, які найбільш тісно пов'язані з її домінуючими потребами. Виборча спрямованість ці цінності відбивається в ієрархії ціннісних орієнтацій особистості. Автори розглядають як функцію ціннісних орієнтацій особистості створення ескізу майбутнього, тієї перспективи розвитку особистості, яка не впливає прямо з готівкової ситуації. Саме цінності відбивають значимість особистості часу життя, можливостей самореалізації різних етапах життєвого шляху. Питання про ціннісні регулятори проектування життєвих перспектив набуває особливої важливості на сучасному етапі розвитку психології [1, с. 70].

Останнім часом у психології сформувалася ідея розгляду життєвих перспектив як системної освіти, як підсистеми «людини». Основу вивчення життєвих перспектив людини як системи закладено у поглядах сучасників. Постнекласичний ідеал раціональності відкриває можливості пізнання життєвих перспектив як системи. З теорії психологічних систем, життєві перспективи можуть бути осмислені як приклад надчуттєвої реальності – системної, що виникла у взаємодії суб'єктивного та об'єктивного,

при цьому не зведена ні до одного, ні до іншого. Через цю реальність, що має статус «перехідного шару» між об'єктивною та суб'єктивною реальностями, що отримала позначення «світ людини», людина отримує можливість впливати на себе і реалізовувати свої можливості» [2, с. 58].

Ґрунтуючись на аналізі представлених наукових поглядів, ми вважаємо, що життєві перспективи включають як складові очікувані життєві події, цілі, засоби реалізації цілей, мотиви, плани, програми. Життєві перспективи також включають емоційне ставлення людини до образу свого майбутнього (емоції, почуття), що виникають як у відповідь зміст планів. Разом з цим життєві перспективи співвідносяться зі стилями, стратегіями, формами поведінки людини в сьогодення, детермінованим чином майбутнього, що відображають імовірнісний характер послідовного втілення життєвих проєктів у реальність. Життєві перспективи мають ціннісно-сміслові підстави (цінності, ціннісні орієнтації, мотиви, особистісні смисли).

Поруч із різнобічним вивченням життєвих перспектив, аспекти їх трансформації у зв'язку з переживанням емоційного вигоряння людиною, зокрема викладачами вишів, залишаються мало вивченими на сьогодні. Феномен «емоційного вигоряння» спочатку привернув увагу психологів як специфічний вид професійного хронічного стану осіб професій у сфері «людина-людина». Професійна діяльність цих людей різна, але їх об'єднує близький контакти з оточуючими, який, з емоційної погляду, часто важко підтримувати тривалий час. Синдром емоційного вигоряння визначався як стан знемоги, виснаження, що супроводжується відчуттям власної марності. Психологічна наука поставила собі завдання глибокого змістовного вивчення емоційного вигоряння. З погляду розуміння цього феномена відомі різні наукові погляди. Так, Кондо визначає емоційне вигоряння як стан дезадаптованості до робочого місця через надмірне робоче навантаження та неадекватні міжособистісні відносини. В.В. Бойко розглядає даний феномен як механізм психологічного захисту у формі повного або часткового виключення емоцій у відповідь на обрані психотравмуючі впливи. Вважається, що цей синдром виникає в результаті внутрішнього накопичення негативних емоцій без відповідної «розрядки» або «звільнення» від них. Зазначається, що вигоряння-це «плата» за нереалістично

завищені і тому нереалізовані очікування, пов'язані з професією та виконуваною роботою, що надалі закономірно призводить до розчарування та апатії. Зазначається, що вигоряння є наслідком професійних стресів і виникає у тих випадках, коли адаптаційні можливості людини щодо подолання стресової ситуації перевищені. Дається визначення «синдрому згоряння» як «складного психофізіологічного феномену, що супроводжується емоційним, розумовим та фізичним виснаженням через тривале емоційне навантаження».

До теперішнього часу синдром емоційного вигоряння широко досліджено як у вітчизняній, так і зарубіжній психології (На даний момент даний феномен розглянутий у форматі однофакторних та багатофакторних моделей (Виділено та описано стадії формування синдрому емоційного вигоряння Визначено симптомокомплекс емоційного вигоряння. Описано провідні складові емоційного вигоряння [2, с. 58].

Незважаючи на широку вивченість синдрому вигоряння в зарубіжній та вітчизняній психології, питання про причини вигоряння та психологічні механізми, що лежать в основі даного синдрому, залишається відкритим. В цілому, синдром емоційного вигоряння трактується як несприятлива реакція на робочі стреси, що включає психологічні, психофізіологічні та поведінкові аспекти. У міру того як посилюються наслідки робочих стресів, виснажуються моральні та фізичні сили людини, він стає менш енергійним, погіршується його здоров'я. Виснаження веде до зменшення контактів з оточуючими, що, своєю чергою, сприяє загостреному переживанню самотності. У «згорілих» на роботі людей знижується трудова мотивація, розвивається байдужість до роботи, погіршуються якість та продуктивність праці.

Осмислення наукових поглядів на проблеми життєвих перспектив та емоційного вигоряння дозволило розкрити ряд протиріч, що маркують наявність наукової проблеми дослідження, якою виступає трансформація життєвих перспектив людини, що переживає деструктивні зміни у психофізіологічному та психологічному самопочутті, заданих синдромом емоційного вигоряння. Як вирішення цієї проблеми було здійснено емпіричне дослідження, покликане вивчити особливості життя та перспектив викладачів вишів із синдромом емоційного вигоряння.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Корольова І. Роль професійної рефлексії у фаховому становленні особистості майбутнього викладача освітньої галузі. *Вища школа*. 2017. № 5/6. С. 69–77.
2. Корольук С.В. Особливості професійної культури вчителя. *Управління школою*. 2013. № 7/9. С. 56–60.
3. Кравченко Л. Формування лідерських та організаторських якостей студентів як майбутніх менеджерів освіти. *Імідж сучасного педагога: науково-практичний освітньо-популярний журнал* / Полтавський держ. пед. ун-т ім. В.Г. Короленка; гол. ред. Н. Білик. Полтава: ТОВ «Асмі», 2007. № 7/8. С. 57–62.
4. Криштанович С. Сучасна модель професійної компетентності майбутніх викладачів фізичної культури і спорту. *Вища освіта України*. 2018. № 2. С. 77–83.

УДК 37.2

Чикірнєєв А.Ю

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

РОЗВИТОК ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА В ПЕДАГОГІЧНІЙ ТЕОРІЇ

Успіх розвитку національної системи освіти значною мірою залежить від якості професійної підготовки педагогічних кадрів, здатних до інтелектуального та творчого розвитку людини на всіх етапах її навчання.

Науковий інтерес становлять сучасні досягнення педагогічної освіти Республіки Польща, яка увійшла до єдиного європейського простору вищої освіти та відзначається запровадженням нових концепцій та моделей у підготовці педагогічних кадрів, розробкою стандартів педагогічної освіти, що визначили напрями модернізації її змісту.

Базовими поняттями нашого дослідження є поняття: «освіта», «педагогічна освіта», «розвиток педагогічної освіти», «європейська інтеграція», зміст яких необхідно розглянути як у польському, так і в українському освітньому просторі.

У польському освітньому просторі для визначення «освіти» вживають два терміни: «oświata» і «edukacja». У дослідженнях польських вчених поняття «oświata» трактується як:

➤ стан і процес поширення освіти і культури в суспільстві.

- Термін часто використовується для позначення освітньої діяльності як процесу, який виходить за рамки поширення освіти та включає розширення соціально-політичної, національної свідомості (наприклад, народна освіта, етнічна освіта); сьогодні система освіти визначається як організація загальної та професійної освіти через систему освітніх і виховних установ;
- дії, спрямовані на поширення знань та культури в суспільстві через школи, культурно-освітні установи, книжки, журнали, радіо, телебачення, виставки тощо. В окремих випадках йдеться мова про базову освіту, освіту дорослих, професійну освіту, військову освіту тощо. Людей, які отримали такого роду освіту називають освіченими людьми;
- діяльність, що полягає в поширенні загальної і професійної освіти, реалізації виховних завдань з метою забезпечення всебічного розвитку особистості та її сприятливого (благополучного) існування, а для суспільства – культурних зв'язків, що поєднують його історичне минуле з сьогоденням, будівництва сприятливого майбутнього;
- процес, який зміцнює національну єдність [2].

Більш широке розуміння поняття «oświata» визначає Шевчук О. О. На думку науковця, просвіту варто розглядати з трьох позицій, а саме, як:

- 1) великий комплекс інститутів, соціальних спільнот, організацій, матеріально-технічного забезпечення, а також ідей і ціннісних систем, що слугують трансляції знань про світ, людей і цінності, членів суспільства, особливо дітей та молоді;
- 2) сукупність найрізноманітніших і складних видів діяльності; передача знань і цінностей представникам громадськості через установи і організації;
- 3) освіченість членів суспільства, сукупність знань окремих громадян, яка виявляється у їх професійній діяльності, у різних сферах суспільного життя, в активній участі у культурних, політичних та економічних процесах. Дослідник визначає поняття «просвіта» також як стан поінформованості громадськості.

На думку Грищук Ю. «просвіта» – це процес трансляції знань, поширення культури, підвищення рівня інтелектуального розвитку суспільства. Даний процес охоплює освіту і науку в освітніх

інституціях та ангажування відкритого доступу до культури.

Розмірковуючи про поняття «просвіта», Карпенко М. М. визначає його як процес ознайомлення з людськими знаннями. Освічена людина – це та, яка знайшла себе та опанувала одну із галузей знань.

Щербак О. зазначає, що просвіта як процес навчання, організований у освітніх закладах та, як стан поширення освіти, передбачає формування системи цінностей та знань, створення моделей поведінки в суспільстві. Культура тієї чи іншої соціальної групи, здоровий колективізм досягається в результаті реалізації освітньої політики [2].

Інші польські дослідники поняття «edukacja» визначають як:

- 1) організовану діяльність щодо навчання, учіння і виховання на високих щаблях (ступенях): від держави до організацій і установ, які скеровують ці дії безпосередньо (наприклад, сім'я, сусіди, ровесники, дошкільний заклад, школа, університет) та опосередковано; одночасність і необхідність визначеного розвитку знань і розсудливості,
- 2) здатність до переживання вищих моральних і естетичних емоцій, а також до контролю негативних; здатність до саморегуляції та самомотивації; вміння ефективно діяти в різних сферах особистого та професійного життя.

Освіта протягом тривалого часу мала за мету формування знань, умінь і навичок. У даний час, відповідно до ієрархії своїх цілей, її метою є не тільки трансляція знань, але й формування соціальних відносин.

Освіта – це вплив процесів (або взагалі інститутів і соціальних практик) і їх наслідків на розвиток людського потенціалу.

На думку Біницької К., освіта є колективним утворенням, оскільки передача необхідних знань відбувається через членів певної соціальної групи; відтворення знань є невід'ємною частиною повсякденного життя.

Освіта – це безперервний процес передачі знань, навичок, системи цінностей і соціальних норм, культурної спадщини за допомогою конкретних соціальних інститутів. Це взаємодія між поколіннями, спрямована на формування сукупності життєвих здібностей людини (пізнавальних, естетичних, моральних тощо), які реалізуються у певній культурі [1].

На думку Сбруєвої А. А., освіта – це процес, метою якого є створення необхідних умов для повноцінного життя людини відповідно до соціальних норм.

Поняття «edukacja» розглядають також як процес виховання, який спрямований на формування всебічно розвиненої особистості. Такий розвиток визначається, серед іншого, за рахунок кращого розуміння один одного і відносин зі світом, більш ефективного контролю за власною поведінкою та здатністю протистояти деструктивним зовнішнім процесам [1].

Цілеспрямований виховний вплив є сприятливим для розвитку окремих осіб і груп людей, та дозволяє виступати їм у ролі свідомих і творчих членів спільноти (соціальної, культурної та національної), здатних до активної самореалізації.

Ч. Банач поняття «edukacja» інтерпретує як соціальну цінність, капітал, а також, як своєрідну місію [2]. Оскільки освіта з огляду на свої цілі та методи повинна виступати у ролі так званої серйозної опозиції до багатьох антицінностей, негативних явищ та загроз всесвітнього масштабу.

На думку В. Шліверського, поняттю «edukacja», яке охоплює як навчання, так і виховання найбільш повно відповідає термін «kształcenie». Однак у польській педагогічній традиції він набув технологічної конотації, таким чином освіта не може бути обмеженою до трансляції повідомлень, оскільки вона є діалогом, в якому однаково взаємодіють обидві сторони (вихователь – вчитель і вихованець – учень) [4].

Для позначення освіти, як процесу підготовки фахівця, у польському науковому просторі використовується термін «kształcenie». Поняття «kształcenie» польськими дослідниками визначається як: сукупність дій і процесів, що дозволяють людям пізнати природу, суспільство і культуру, брати участь у їх трансформації; досягнення всебічного розвитку фізичних навичок і розумових здібностей, талантів, зацікавленості і захоплень, переконань і поглядів, а також здобуття бажаних професійних кваліфікацій. У останні роки все частіше під даним терміном розуміють викладання та навчання. Розрізняють навчання загальне (основне і середнє) і спеціальне, тобто професійне. Виокремлюють навчання: дорослих, формальне, приватне, заочне тощо; система дій, спрямованих на те, щоб особистість, яка навчається: 1) пізнавала

світ; 2) була підготовлена до зміни світу; 3) сформувалася як індивідуальність; - сукупність таких дій, заходів, процесів і методів впливу на окремих осіб і груп, що забезпечує отримання ними загальної освіти, або отримання кваліфікації і ком

Варто зазначити, що у польському науковому обігу не вживають такого поняття як «педагогічна освіта» (oświata pedagogiczna). Найбільш близьким за змістом до цього є поняття «kształcenie zawodowe nauczycieli» (укр. професійна підготовка вчителів).

ЛІТЕРАТУРА

1. University of Warmia and Mazury in Olsztyn. Introduction. URL: <http://www.uwm.edu.pl/en/the-university/introduction>.
2. Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Oficjalna strona internetowa. URL: <http://www.up.krakow.pl/wydzialy/wydzial-pedagogiczny>.
3. Ustawa z 26 stycznia 1982 r. – Karta Nauczyciela (tekst jedn.: Dz.U. z 2018 r., poz. 967). URL: <https://www.portaloswiatowy.pl/wynagrodzenie-nauczycieli/ustawa-z-26-stycznia-1982-r.-karta-nauczyciela-tekst-jedn.-dz.u.-z-2018-r.-poz.-967-10459.html#>
4. Wewnętrzny System Zapewnienia Jakości Kształcenia / Uniwersytet Rzeszowski. URL: <http://www.ur.edu.pl/ksztalcenie/jakosc-ksztalcenia/wewnetrzny-system-ds-zapewnienia-jakosci-ksztalcenia>.

СЕКЦІЯ 2

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПОЧАТКУ ІІІ ТИСЯЧОЛІТТЯ

УДК 352.4

Литвиненко О.С., Денежніков С.С.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

СТРУКТУРА ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ І СУБ'ЄКТИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Сьогодні на освітньому ринку як ніколи гостро постає питання управління іміджевою політикою освітньої організації. Каталізатором більш детального вивчення цього питання виступає ціла низка факторів: відсутність загальноприйнятої моделі формування позитивного іміджу освітньої установи, особливості підготовки керівника-менеджера закладу освіти до здійснення цілеспрямованої роботи з формування позитивного іміджу в системі управління закладом освіти, розробка методик формування та розвитку позитивного іміджу організації тощо. Ефективність роботи закладу освіти повинна в першу чергу визначатись учнями та їхніми батьками, а вже потім – структурами, що стоять над школою.

Сучасна школа має створити такі умови, за яких головною турботою для всіх буде розвиток дитини. Завдання сучасних освітніх закладів полягає у пошуку, розробці та застосуванні управлінських, пізнавальних та художніх засобів створення позитивного образу закладу освіти, відображення у цьому образі бачення моделі людини, яка житиме у другій половині ХХІ століття.

Директор як керівник сучасної освітньої установи та її педагогічний колектив традиційно бажають, щоб їхня школа виділялася серед інших, викликала бажання влаштуватися на роботу або вчитися саме в ній.

У сучасних умовах шкільна освіта опинилася перед вибором нових пріоритетів: спеціалізації, диференціації, інформатизації, профілізації, гуманізації тощо. Управління формуванням позитив-

ного іміджу в системі управління закладом освіти сьогодні можна розглядати як важливий компонент методичного продукту школи та менеджерських напрацювань адміністрації, а головне – як ресурс розвитку освітнього закладу. Освіта перехідного етапу розвитку суспільства відбувається процес пошуку нових альтернатив. Трансформація пріоритетів державної політики у сфері освіти внесла зміни до розуміння іміджу знань та освіти. Тому сучасні освітні установи мають нове розуміння іміджу та формують його бачення. Проблема створення позитивного іміджу в системі управління закладом освіти стає потребою дня та цікавить усіх керівників [1, с. 55].

Позитивний імідж може формуватися стихійно в усвідомленні його потреби, неконтрольовано або стати предметом цілеспрямованої роботи. Сучасна школа - це відкрита, з багатьма громадськими інститутами соціально-педагогічна система, де чітко визначено мета, функції, компетенції. Тому під формуванням позитивного іміджу освітньої установи ми розуміємо модель дій керівництва закладу освіти з метою позиціонування організації серед інших освітніх закладів в умовах конкурентного середовища [2, с. 26].

Проблеми позитивного іміджу у сенсі цього слова виступають предметом дослідження зарубіжних авторів Ф. Тейлора, Л. Брауна, О. Файоля, П. Берда, і навіть вітчизняних дослідників – Л. Пшенічної, О. Козлової, Ю. Штики тощо. Вищезгадані дослідники вивчають питання комунікації освітніх організацій з громадськістю, шляхи створення та управління позитивним іміджем закладу освіти.

Аналізувати і детально розглядати цю тему слід комплексно, оскільки вона включає дві важливі складові - управління і формування позитивного іміджу в системі управління закладом освіти, тому варто розглянути ці процеси окремо. Управління позитивним іміджем закладу освіти – це заплановане, цілеспрямоване подання інформації з прогнозованими наслідками реакції цільової аудиторії на цю інформацію. Мова йде про цілком керовану подачу такої інформації, яка гарантовано забезпечить заздалегідь спрогнозовану реакцію споживачів, тобто, це специфічне виробництво з визначенням інформаційних контентів з очікуваним результатом її впливу на учнів та їхніх батьків [4, с. 28].

Формування позитивного іміджу в системі управління закладом освіти – це процес, під час якого створюється певний спланований образ закладу освіти з урахуванням наявних ресурсів. Метою створення позитивного іміджу є підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, встановлення партнерських взаємин із іншими освітніми організаціями тощо. У цих процесах в Україні дедалі частіше традиційні школи формують нові моделі перспективного розвитку та переформатуються на освітні установи нового типу (гімназії, ліцеї, коледжі тощо).

Слід позначити яка б була причина необхідності поліпшення позитивного іміджу закладу освіти, важливо знати, як реалізувати задумане найбільш доступним і ефективним способом. У цьому немає сумнівів, кожен керівник освітнього закладу здатний поліпшити як власний імідж, і імідж всієї організації, використовуючи доступні інструменти та методи впливу і примусу. Для цього йому слід змусити інших людей бачити все у такому світлі, як і він сам. Отже, для цього необхідно знати, як працює позитивний імідж, що він являє собою [5, с. 22].

Позитивний імідж, в буквальному значенні – образ, Л. Браун визначає позитивний імідж як цілеспрямовано сформований образ (якогось предмета або явища), який відрізняє його певні цінності, характеристики і покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на людину з метою популяризації, реклами тощо. Роль та його значення різко зросли і більшість освітніх установ, як нашої держави, так і світу розуміють значення позитивного іміджу та працюють над ним [3, с. 30].

Як правило, позитивний імідж в системі управління закладом освіти складається з тих самих підходів, що і реклама освітнього товару. Тут і привабливий індивідуальний підхід, і навчання декільком іноземним мовам, можливості стажування тощо. Проте більшість освітніх закладів на пострадянському просторі бачить власний позитивний імідж у стабільному та якісному освітньому процесі, що тримається на ентузіазмі педагогів.

Загальну модель формування позитивного іміджу в системі управління закладом освіти можна уявити, як базис на рівні трьох структурних основ: теоретичної, мотиваційної та самопрезентативної. Зміст кожної з них базується на певних умовах, які визначають їх специфіку. Кожна структурна основа відрізняється

метою, завданнями, функціями, специфікою зовнішньої та внутрішньої взаємодії [4, с. 29].

Теоретична основа передбачає: усвідомлення змісту та значущості поняття позитивного іміджу в системі управління закладом освіти, поінформованість про важливі особистісні детермінанти позитивного іміджу, поінформованість про формування позитивного іміджу та його види. Останнє включає знання про етапи формування позитивного іміджу, стратегії, умови та технології його підтримки. По суті, теоретична основа є певною базовою платформою для підключення мотивів та самопрезентації.

Нова українська школа – це школа культури життєвого самовизначення. Навчитися жити означає виробити свою життєву позицію, свій світогляд, ставлення до себе та інших, поставити перед собою завдання, щоб діяти відповідно до неї, побудувати свій індивідуальний спосіб життя, вибрати оптимальний режим інтелектуальних, емоційних, фізичних навантажень, спосіб реакції на провали та успіхи, гідний людини вид трудової діяльності та форми використання вільного часу. Позитивний імідж нової української школи повинен спиратися на її індивідуальність, тобто неповторну особу колективу в предметному та соціокультурному середовищі. Формуванню позитивного іміджу в системі управління закладом освіти сприяє формування та засвоєння чітких конкретних та всім зрозумілих правил-девізів, які перетворюються на традиції закладу.

Формування позитивного іміджу в системі управління закладом освіти передбачає, перш за все, визначення основної мети та принципів діяльності закладу освіти, розвитку особистості.

Позитивний імідж в системі управління закладом освіти має усвідомлені та неусвідомлені соціально-психологічні джерела. Завдання керівника закладу освіти полягає в тому, щоб створити імідж позитивним, привабливим за зовнішніми та внутрішніми ознаками.

Зовнішні риси позитивного іміджу – це, передусім, приміщення, де розташовується освітня організація. Воно не обов'язково має бути в ідеальному стані. Важливіше, щоб керівник ретельно продумав концепцію його зовнішнього вигляду і слід зупинитися на соціально-психологічному аспекті сприйняття учнів, вчителів і педагогів, ставлення до облаштування та колірного оформлення

аудиторій, коридорів тощо. Тут може використовуватися кілька концепцій: освітній заклад – мій рідний дім, освітній заклад – мій храм науки, освітній заклад – частина суспільства. Однак, доцільно поєднати всі точки зору, тобто: школа – рідний будинок, в якому все сприяє отриманню, поглибленню, систематизації, поширення компетентностей особистості, яка перманентно розвивається [1, с. 53].

Створенню позитивного іміджу освітньої організації сприяють спеціальні форми роботи серед членів адміністрації, викладачів, учнів та їхніх батьків. стабільне становище на зайнятих позиціях та трансформацію, що призводить до деградації, або до чергового інноваційного витку. Звичайно, кожному етапу має відповідати своя іміджева політика, як зовнішня, так і внутрішня [5, с. 23].

Зовнішній імідж сучасної української школи включає: високий якісний показник участі учнів школи у предметних олімпіадах, конкурсах-захистах науково-дослідних робіт, творчих конкурсах, спортивних змаганнях, турнірах, наявність візитної картки школи, зв'язки з громадськістю, зв'язки з закладами вищої освіти та дошкільними установами, сучасний естетичний вигляд приміщення, участь вихованців у міських заходах та їхня висока результативність, забезпечення високого рівня знань, результативність вступу випускників до закладів вищої освіти тощо

ЛІТЕРАТУРА

1. Ніколаєску І. Емоційно-почуттєве саморозкриття особистості соціального педагога як засіб створення професійного іміджу *Імідж сучасного педагога: науково-практичний освітньо-популярний журнал* / Полтавський держ. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка; гол. ред. Н. Білик. Полтава: ТОВ «Асмі», 2020. № 9/10. С. 52–55.
2. Новікова О. Учителю, що в образі твоєму: імідж учителя на екрані *Пані Вчителька*. 2007. № 9. С. 23–27.
3. Норіцина Н. І. *Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій* / Н. І. Норіцина. Київ: МАУП, 2023. 120 с.
4. Нурєєва О. С. Вдалий імідж як запорука професійного успіху: [класного керівника] *Географія*. 2022. № 7. С. 28–29.
5. Одинцов П. Формування образу ідеального керівника *Директор школи. Україна*. 2021. № 2. С. 20–24.

Руденко Л.В., Козлова О.Г.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

СТАН НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ТІМБІЛДІНГУ В ЗАКЛАДІ ОСВІТИ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

В сучасній науці дослідження проводяться відповідно певного регламенту, де першим етапом є понятійно-категоріальний аналіз ключових понять, адже набір наукових категорій визначає логічну основу істотної частини дослідження і створює форму викладу дослідницьких ідей, зрозумілу кожному.

Понятійно-категоріальний аналіз – це не просто тезаурус, що охоплює всі використані в дослідженні терміни разом з їх науковою інтерпретацією, а сукупність взаємопов'язаних понять, які відображають основні змістовні та функціональні аспекти отриманих висновків. На нашу думку, понятійно-категоріальний аналіз слід починати з понять, які описують об'єкт дослідження. У нашому випадку – це тимбілдінг в закладі освіти.

Тімбілдінг (team building) – термін англomовного походження, що означає «побудова команди». Тімбілдінг – це різновид управлінської технології, процес розбудови команди, який включає заходи, спрямовані на поліпшення взаємодії між учасниками, зміцнення їхніх стосунків та підвищення ефективності роботи в групі. Це може включати різноманітні активності, такі як тренінги, ігри, воркшопи або виїзні заходи, що допомагають зміцнити довіру, покращити комунікацію та розвинути колективний дух. Тімбілдінг сприяє створенню позитивної атмосфери в колективі та підвищенню мотивації співробітників[3].

Для того, щоб глибше проникнути у сутність поняття «тімбілдінг» не можливо обійти увагою термін «команда». У кожній сучасній компанії керівники усіх рівнів намагаються оперувати цим терміном, але не завжди розуміючи його сенс. Тому, тут важливо провести аналіз між поняттями «група співробітників» і «команда». На нашу думку, цікавий порівняльний аналіз цих двох термінів запропонували американські дослідники Б. Такман і М.А. Дженсен. Вони відмічають, що як правило, група співробітників – це сукуп-

ність незалежних працівників, які завжди відстоюють власні інтереси. Їх ставлення до роботи визначається розумінням себе як найманого працівника: виконана робота отримана винагорода. Будь-які інноваційні пропозиції щодо трудового процесу сприймаються кожним співробітником як збільшення особистого обсягу роботи, тому частіше за все не знаходять підтримки, а скоріше супротив. Члени групи вбачають один в одному конкурента, тому існує певна міра недовіри один до одного. Це призводить до конфліктних ситуацій, які гальмують трудовий процес, а розбіжності думок і поглядів сприймаються як особиста перешкода, а не прагнення до пошуку порозуміння. В решті решт, кожен член групи прагне укріпити власні позиції, а не позицію групи в цілому [1, с. 142].

Що ж до команди, то це утворення представляє собою зовсім інший тип взаємодії. Команда – це колектив людей, об'єднаних спільною метою. Саме спільна мета і розуміння, як вирішити поставлені задачі, вирізняє команду від групи співробітників. В команді превалює «командний дух», а боротьба за особисту перевагу серед інших не вітається, натомість стимулюються взаємні поступки для максимізації колективного результату.

Учасники команди сприймають роботу як своє власне діло, тому всебічно застосовують свої унікальні навички і здібності для вирішення командного завдання. При цьому пропозиції інших членів команди сприймаються з підтримкою. Йде постійний обмін ідеями, інформацією і знаннями. Звичайно час від часу можуть виникати конфліктні ситуації, але вони радше сприяють народженню нових ідей і не гальмують сумісну справу. Учасники команди намагаються зрозуміти думку опонентів, а не відкидати її [2, с. 52].

Як показує наведений вище аналіз, існують значні відмінності між групами працівників і командами. Крім того, цей детальний аналіз показує, що команди не формуються самі по собі. Формування команди вимагає цілеспрямованих зусиль. Власне, саме на це і спрямована техніка тимблдингу.

Не дивлячись на те, що люди - це найбільш цінний ресурс будь-якої компанії, важливо враховувати, що в командоутворенні основний акцент робиться не на ролі окремих співробітників, а на максимально ефективному використанні загального кадрового потенціалу. Такий підхід дозволяє діяти оперативно і досягати намічених результатів.

Дійсно, можна найняти на роботу «крутих» професіоналів, але якщо вони не будуть діяти, як згуртована команда для досягнення спільної мети, то й мета скоріше за все буде досягатися з ускладненнями. Отже, команда – це сукупність залежних один від одного людей, об'єднаних спільною метою, які розуміють цю залежність, розуміють хто і за що відповідає у спільній справі, а також знають який продукт (результат) від їх діяльності очікують інші члени команди.

Таким чином, тімбілдінг насправді відіграє вагому роль в ефективному функціонуванні будь якої організації. Дана технологія направлена на побудову і укріплення міцної команди. У прогресивних компаніях тімбілдінг – обов'язкова умова управлінської діяльності. Для будь-якого менеджера дуже важливо не просто організувати роботу кожного окремого співробітника, а донести до них спільну ідею закладу, тоді це буде справжня команда, згуртована єдністю цілі, цінностей і ідеалів.

Наступне поняття нашого дослідження – адаптація. Це доволі усталений термін, але будучи застосованим у різних галузях наук, часто має свої специфічні акценти, тому теж потребує уточнення.

Адаптація у самому загальному вигляді означає процес активного пристосування організму до нового середовища. Виходячи з цього загального визначення, розрізняють:

- 1) біологічну адаптацію – процес пристосування організму до зовнішніх умов в процесі еволюції, включаючи морфофізіологічну і поведінкову складові;
- 2) адаптацію психологічну – як сукупні стійкі властивості індивіда, котрі характеризують його здатність пристосовуватись до змінних умов існування, це зміна чутливості під впливом постійного подразника, що проявляється у зниженні або підвищенні порогів;
- 3) соціальну адаптацію визначають як процес активного пристосування людини до нових умов соціального середовища, як вид взаємодії особистості з соціальним середовищем [4, с. 106].

В усіх наведених визначеннях є спільне, що їх об'єднує: адаптація – це пристосування, а далі вже уточняється «кого» і «до чого». Якщо розглядати адаптацію в контексті нашої роботи, то мова буде йти про адаптацію технології тімбілдингу до нових умов, а саме – поширення надзвичайних ситуацій. Це означає, що

технології тимблдингу в умовах стабільного функціонування будуть одні, а в умовах поширення надзвичайних ситуацій вони повинні бути до них адаптовані.

ЛІТЕРАТУРА

1. Огаренко В.М., Малахова Ж.Д. Соціологія малих груп: монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 292 с.
2. Романовський О.Г., Шаполова В.В., Квасник О.В., Гура Т.В. Психологія тимблдингу: навч. посібник . Харків : Друкарня Мадрид, 2017. 192 с.
3. Romney M. Rising to a New Generation of Global Challenges. *Foreign Affairs*. July/August 2017. URL:<https://www.foreignaffairs.com/united-states/rising-new-generation-global-challenges> (дата звернення: 05.08.2022 р.).
4. Скібіцька Л.І. Лідерство та стиль роботи менеджера: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 192 с.

УДК 352.2

Кириченко І.І.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ

Сучасне суспільство має складну диференціацію видів діяльності та влаштоване так, що ми пов'язані один з одним цілою низкою різноманітних зв'язків. В процесі життєдіяльності кожна людина потребує певного захисту й затишку, що можуть дати нам члени сім'ї, іноді потребує допомоги від фахівців медичної, педагогічної, соціальної та інших направленостей, і не маючи певних навичок комунікації сучасній людині буде складно взаємодіяти з оточуючими. Так історично склалося, що немає соціальної цінності більш значущої ніж зв'язки, які поєднують людей та формують суспільство в цілому.

Велика частина нашого свідомого життя так чи інакше наповнене стосунками з людьми. Здавна спостерігалось відмінність поведінки людини на самоті та в групі. Це явище розглядає одна з галузей соціальної психології та описано як феномен соціальної фасилітації та соціальної інгібіції. В робочому колективі, в якому людина працюючи проводить переважну частину власного життя емоційний груповий клімат дійсно відіграє визначну роль. Запорукою успішного функціонування колективу є створення

відчуття команди у кожного співробітника. Деякі з науковців стверджували, що головними ознаками командної роботи є : взаємопідтримка, згуртованість та почуття «ліктя» [4, с. 32].

З огляду на зазначене можна стверджувати, що головною умовою для створення та функціонування робочої команди виступає сприятливий соціально-психологічний клімат, що є особливим станом наявності оптимального середовища для реалізації в групі своїх здібностей, схильностей та талантів враховуючи організаційні задачі спільні для всього колективу. Характер та спрямованість групи може впливати на особистість позитивно або негативно. В наслідок цього взаємодія особи з групою матиме характер злиття або конфліктного стану. Якщо говорити про вже сформовану професійну групу, то вона виступає для співробітника вже джерелом саме позитивного враження, та базою інформації та практичного досвіду. При цьому необхідно зауважити на специфічних якостях людської спільноти – вона є не механічною сукупністю індивідуально-психологічних властивостей її членів, а являє якісно нову соціально-психологічну структуру. Саме тому трудові колективи багато науковців розглядає за допомогою системного підходу [1, с. 7]

Як відомо, кожен працівник належить до одного з первинних колективів. А.С.Макаренко вважав первинний колектив таким, в якому його члени мають постійний діловий контакт. Працюючи поряд у спільному приміщенні члени групи знають друг друга добре. В первинному колективі особа і колектив здійснюють вплив один на одного безпосередньо. Саме в цьому місці формуються ті соціально-психологічні процеси, від яких будуть залежати емоційний клімат та самопочуття усього колективу [3, с. 125].

Соціальна психологія має ряд наукових досліджень в який доводиться, що в умовах колективу підвищується витривалість та поріг больових відчуттів. Також знижується приблизно на 30 % чутливість до шумів, а також спостерігаються соціально-психологічні явища такі як навіювання, наслідування, спільні групові емоції та психологічне зараження.

О. Карпюк розглядав у процесі взаємодії групи та індивіда як одного з основних різновидів комунікації такі групові ефекти:

- людина займає в групі певну соціальну позицію яка визначається дихотомічною шкалою «сильна-слабка». Вага індивіда в колективі не менш важлива за її формальний статус;

- ідентифікація особи з групою, що призводить до значних змін в самосприйнятті, свого призначення та самоусвідомлення місця в світі;
- перебування в колективі інтенсифікує розумову діяльність індивіда, стимулює продукування оригінальних ідей, суджень, нових пропозицій, чого не відбулося би на самоті. Даний груповий ефект говорить про стимулюючу функцію колективу;
- в трудовому колективі людина демонструє ризиковану поведінку та стає менш чутливою в потенційно небезпечних ситуаціях [2, с. 15].

Найрозповсюдженіша класифікація чинників впливу на процес формування соціально-психологічного клімату в групі включає в цьому аспекті важливі агенти впливу: 1) суспільно-економічна формація, в межах якої реалізується як суспільне життя, так і функціонування установи, організації, підприємства, державної структури де працює індивід; 2) моральне та матеріальне середовище людини, яка є членом певної трудової групи; 3) характер управління групою.

Багато з дослідників переконані в тому, що при формуванні соціально-психологічного клімату в групі впливають чинники макросередовища й мікросередовища. Макросередовище розглядається як зовнішні, відносно первинного колективу, чинники, що є результатом зв'язків навколишнього світу з групою. Важливо зауважити, що існування та розвиток будь-якої професійної трудової групи неможливі окремо від навколишнього світу. Чинники макросередовища:

- науково-технічні досягнення;
- конфігурація та суть суспільно-економічної формації досліджуваного історичного етапу;
- особливості діяльності керівника вищого за рангом;
- соціально-психологічні особливості території району, в якому функціонує колектив.

Багато дослідників підкреслюють більшу інтенсивність впливу при формуванні соціально-психологічного клімату колективу зі сторони чинників мікросередовища. Основні з них:

- особливості технологічних, матеріально-економічних й організаційно-управлінських умов в групі та рівень задоволення цими чинниками кожного з індивідів;

- особливості формальної структури групи та співвідношення з неформальною;
- рівень психологічної культури управлінця та підлеглих ;
- стиль керівництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карамушка Л.М., Креденцер О.В., Ковальчук О.С., Пекцак К.А. Дизайн дослідження психологічних детермінант розвитку організаційної культури освітніх організацій. Актуальні проблеми психології. НАПН України. Київ. Алчевськ: ЛАДО 2024. Випуск 40, с. 3-9.
2. Карпюк О.А. Методичні рекомендації з курсу «Управління змінами» Житомир 2024, 58 с.
3. Коваль А.П. Ділове спілкування: навч. пос. К. Либідь 2021, 279 с.
4. Клочко А.О. Психологія розвитку інноваційних стилів управління у менеджерів освітніх організацій. Актуальні проблеми психології. Том 1. Випуск 47, 2023 с. 29-33.

УДК 352:14.8

Гура В.В.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Арт-менеджмент - це управління в галузі мистецтва, сукупність принципів, методів та інструментів для реалізації потенціалу підприємництва в галузі мистецтва.

Метою арт-менеджменту є просування професійного мистецтва та розвиток професійних жанрів мистецтва.

Діяльність арт-менеджменту спрямована на регулювання процесів арт-індустрії і вплив на економічну, політичну, соціальну і духовну складові суспільства.

Арт-менеджмент в найширшому сенсі – це прагнення людини, за допомогою власної діяльності, досягти більш високого суспільного рівня, багатого та динамічного культурного життя.

Арт-менеджмент у вузькому сенсі – це управління культурними компаніями. Арт-менеджерам слід пам'ятати, що художня культура, як і образотворче мистецтво, є частиною загальної культури людства і важливим елементом духовного багатства регіональних та світових цивілізацій.

Основою професійного арт-менеджменту є організація (театр, філармонія, продюсерський центр тощо). Його ефективність залежить від правильно знайденої моделі управління, а також від особистості та професійної підготовки менеджера. Кожен напрямок арт-бізнесу має свою модель управління і критерії її ефективності. Підприємництво у сфері культури не є винятком. У цій сфері існують показники ефективності процесу управління організацією [1, с. 60].

Метою арт-менеджменту є популяризація професійного мистецтва, створення умов для творчості та професійного зростання виконавців, розвиток професійних жанрів мистецтва.

Області спеціалізації в галузі арт-менеджменту включають менеджерів, підприємців, розпорядників, агентів, персональних менеджерів, бізнес-менеджерів, промоутерів (імпресаріо), менеджерів з виробництва, режисерів, театрів, театральних студій, концертних залів, концертних організацій, професіоналів кіно - і фотостудій, студій аудіо-та відеозапису, провідні місцеві, регіональні та центральні телеканали.

Основні напрямки арт-індустрії:

- 1) концертна компанія (філармонія, концертне об'єднання, агентство, концертний центр, колектив художньої самодіяльності);
- 2) індустрія ігор і розваг (театр, цирк);
- 3) студія (студія звукозапису);
- 4) розважальні компанії;
- 5) творчі об'єднання та агенти [4, с. 154].

Види художньої та креативної продукції:

- 1) шоу, концерт, фестиваль, конкурс, нічний клуб, показ мод, розважальна та ігрова програма;
- 2) технічне оснащення концертів і розважальних заходів (світло, звук, сценографія тощо);
- 3) музичні інструменти;
- 4) видавнича діяльність: професійні газети, журнали, книги і т. д.;
- 5) аудіо - та відео виробництво;
- 6) організація і проведення розважальних програм;
- 7) проведення гастролей і турпоїздок;
- 8) виробництво теле - і радіопрограм;
- 9) виробництво музичних інструментів тощо [2, с. 128].

Термін арт-менеджмент включає в себе безліч складових, які розкривають особливості цього явища і дозволяють отримати

повне уявлення про його сутність, деталі, функції та механізми:

- аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища – для виявлення, оцінки та управління ризиками, пов'язаними із зацікавленими сторонами та їх мінливими інтересами, потребами та очікуваннями, в умовах яких здійснюється діяльність установи;
- місія і бачення – це вираження філософії та сенсу існування, просування і позиціонування основних принципів соціально-культурного призначення установ культури і мистецтва;
- – постановка цілей і планування - соціально-культурний і художній розвиток, який адекватно відображає потреби суспільства в захисті важливих прав та інтересів підростаючого покоління в галузі освіти, культури, мистецтва і дозволяє;
- мета управління – це сукупність взаємопов'язаних структурних підрозділів різного призначення (відділів, управлінь, секторів тощо), на які направлено управлінський вплив з боку суб'єкта управління, що дозволяє ефективно досягати поставленої мети;
- система управлінської діяльності – це сукупність механізмів, що забезпечують досягнення цілей, завдань, функцій управління в сфері культури і мистецтва, процес підготовки і реалізації управлінських рішень;
- зміст і організаційні форми, які спрямовані на створення умов і можливостей для соціалізації, виховання культури, ефективної самореалізації споживачів освітніх послуг, для культурного розвитку країни;
- управління персоналом і кадрова політика – це принципи, прийоми і методи, що визначають основні стратегії і тактику роботи з персоналом, спрямовані на підтримку, зміцнення і розвиток кадрового потенціалу установи;
- інформаційно – комунікаційний комплекс – це система передачі інформації, що підлягає зберіганню, обробці, передачі, що складається з взаємопов'язаних елементів: пунктів призначення, каналів поширення, кодування тощо;
- стратегування – це процес розробки і реалізації довгострокового плану як комплексу заходів, спрямованих на прогнозування очікуваних результатів розвитку і подолання відхилення прогнозованих результатів від обраних цілей з урахуванням аналізу факторів зовнішнього середовища;

- принцип – це основне і направляюче правило діяльності, спрямоване на забезпечення ефективного функціонування і розвитку установи;
- функції – це сукупність дій, заснована на поділі та інтеграції управлінської діяльності, що характеризується певною оптимальністю, складністю, повнотою і стабільністю впливу на об'єкти і предметне поле управління;
- етика і організаційна культура – це набір знаків, символів, норм і ідей, які несвідомо і усвідомлено формують стиль мислення і поведінки співробітників установи;
- інфраструктура і ресурси – умови і можливості, необхідні для досягнення короткострокових і довгострокових цілей управління;
- методи і технології організації та впровадження – способи та механізми управлінської діяльності, постановки і досягнення цілей і завдань, вирішення різних соціокультурних освітніх задач; засоби розробки, апробації та впровадження в художню практику творчих, рекреаційних, анімаційних, освітніх проектів і програм;
- арт-маркетинг – це специфічна функція арт-менеджменту, сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб споживачів за допомогою продукції (товарів або послуг);
- критерії ефективності – це показники та індикаторні ознаки, на основі яких здійснюється оцінка, визначення або класифікація результативності, дієвості художнього менеджменту [3, с.13].

Основні компоненти арт-менеджменту тісно взаємопов'язані між собою і є складовими єдиного процесу, заснованого на комплексному використанні переваг і функцій кожного з них. За допомогою систематичного аналізу сучасних практик управління в сфері мистецтва можна виділити основні види арт-менеджменту.

Сутність арт-менеджменту розкривається в процесі його функціонування. Ґрунтуючись на методологічних соціокультурних засадах арт-менеджменту, його функція полягає у впровадженні характеристик і якості процесу управління в загальну структуру суспільства і забезпеченні балансу, координації та підтримки розвитку мистецтва і культури.

Таким чином, можна сказати, що управління сучасним мистецтвом – це система цілей, принципів, функцій, технологій в соціально-культурній діяльності, які забезпечують розробку та

реалізацію комплексу тактичних і стратегічних заходів відповідно до філософії та місії установ культури і мистецтва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сидоренко В. Візуальне мистецтво України кінця XX – початку XXI ст. Сучасне мистецтво : наук. зб. 2021. Вип. 2. С. 52–63.
2. Сидор-Гібелінда О. Українці на венеційській бієнале: сто років присутності. К. : Наш час, 2018. 306 с.
3. Слєпкань З. І. Наукові засади педагогічного процесу вищій школі: навч. посібн. – К. : Вища школа, 2015. – 194 с.
4. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент. К. : Академвидав, 2023. 471 с.

УДК 352.12

Бесараб С.О

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ПЕДАГОГІВ

Вища школа як специфічний соціальний інститут займає особливе місце в системі освіти, оскільки заклади освіти призначені для забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців. Викладачі закладів вищої освіти мають справу не з дітьми, а з дорослими людьми, зі своїми цілями, що склалися, і життєвими цінностями. У загальній структурі педагогічного процесу у вищій школі головною, ключовою фігурою є викладач, крім того, одним із найважливіших завдань вищої школи є виконання наукових досліджень відповідно до профілю кафедр. Саме йому належить стратегічна роль у забезпеченні особистісного розвитку студента під час його професійної підготовки.

Слід зазначити, що професійна діяльність викладачів вищих навчальних закладів суттєво відрізняється від діяльності шкільних вчителів. Основна відмінність впливає з самої мети системи вищої освіти. Ця мета полягає насамперед у тому, щоб гарантувати високий рівень професійної підготовки студентів і розвивати їхню індивідуальну компетентність як висококваліфікованих професіоналів в обраній ними галузі в майбутньому. Виходячи з цього, самі викладачі також повинні бути видатними експертами у відповідних наукових і технічних галузях.

Професія викладача має низку специфічних вимог, основними з яких є професійна компетентність і дидактична культура. Поняття професійної компетентності вчителя являє собою єдність теоретичної і практичної готовності вчителя до здійснення педагогічної діяльності та характеризує його професіоналізм у конкретних предметних галузях і в галузі педагогіки. Загальні вимоги щодо рівня теоретичної та практичної підготовки вчителів викладені у кваліфікаційній характеристиці. В ідеалі, повне виконання вчителем вимог кваліфікаційної характеристики означає, що він або вона набули теоретичних і практичних навичок педагогічного мислення та поведінки. Це і є професійно-педагогічна компетентність вчителя [1, с. 41].

Теоретична підготовка вчителя до педагогічної діяльності включає аналітичні, прогностичні, проєктивні та рефлексивні вміння, кожне з яких є важливим для вчителя. Організаторські уміння вчителя залучають студентів до різних видів навчально-пізнавальної діяльності та сприяють ефективній організації спільної діяльності студентів у складі колективу [2, с. 12].

Організаторські вміння як загально-педагогічні вміння включають мобілізуючі, інформуючі, розвиваючі та орієнтуючі вміння. Мобілізуючі вміння пов'язані з розвитком стійкого інтересу до навчання, праці та діяльності, формуванням потреби в знаннях і творчого ставлення до навколишнього світу. Інформаційні вміння стосуються не лише безпосереднього подання навчальної інформації, а й способів її отримання. Іншими словами, це вміння інтерпретувати інформацію та адаптувати її до навчальних і розвивальних завдань. Важливу роль відіграють комунікативні навички. Їх володіння визначає можливість встановлення педагогічно доцільних взаємовідносин між педагогами та їхніми вихованцями і колегами [3, с. 14].

Однією з особливостей діяльності вчителя є те, що вирішення педагогічних завдань відбувається на тлі постійного педагогічного спілкування. Таке спілкування – це система способів соціально-психологічної взаємодії учасників навчально-виховного процесу, яка включає обмін інформацією, здійснення виховного впливу та організацію взаємовідносин за допомогою різних засобів комунікації. Вчитель відіграє роль в активізації, організації та управлінні цим процесом. У процесі спілкування вчителя з учнем

реалізуються не тільки функції навчання і виховання, а й вирішуються інші, не менш важливі педагогічні завдання.

Перцептивна компетентність – це здатність педагога проникати у внутрішній світ вихованця, що вимагає знання його ціннісних орієнтацій, інтересів, потреб та ідеалів. Це психологічна спостережливість, пов'язана з тонким розумінням особистості учня та його тимчасових психічних станів [3, с. 15].

Професійний викладач здатний за незначними ознаками, за невеликими зовнішніми проявами вловлювати внутрішній стан того, хто навчається, і навіть найменші зміни цього стану. Водночас слід зазначити, що далеко не кожен фахівець, у тому числі й добрий учений, може бути професійним викладачем вищої школи. Відсутність у людини специфічної психологічної спрямованості на цей вид складної та відповідальної діяльності, відповідної внутрішньої установки та готовності перешкоджають формуванню педагогічної компетенції та суттєво ускладнюють викладацьку роботу, якщо такій людині таки довелося нею займатися. Крім того, серйозно перешкоджати становленню людини як педагога можуть деякі несумісні з цим статусом особисті якості. До якостей, протипоказаних викладачеві, зокрема, належать: зарозумілість, грубість, недоброзичливість; самозакоханість, повільна реакція, консерватизм; прагнення принизити студента; незібраність, ліньки; надмірна емоційність, вибуховість; відсутність педагогічної майстерності [4, с. 20].

Майстерність викладача визначається почуттям міри, єдністю турботи, поваги та вимогливості щодо студентів. Педагогічна майстерність визначається також педагогічними здібностями. Здібності не зводяться до навичок та вмінь і відрізняють одну людину від іншої щодо успішності виконання певної діяльності. Здібності створюються в діяльності і виявляються в таких динамічних характеристиках, як швидкість, глибина, міцність освоєння її засобів і способів. Такими є основні вміння викладача, що виражаються в його професійній компетенції. Всі вони взаємопов'язані та утворюють єдине ціле, впливають на творчу індивідуальність та стиль педагогічної діяльності викладача-фахівця вищої школи [1, с. 52].

Таким чином, педагогічна діяльність викладача вищої школи, підкоряючись загально-дидактичним принципам та закономір-

ностям, виходить із цілей та характеру навчально-виховного процесу професійної підготовки та особистісного розвитку майбутнього спеціаліста, із самих особливостей вищої освіти та її організації в умовах вишу.

В останні роки, вивчаючи причини кризового стану системи української освіти, багато дослідників почали звертатися до проблеми оцінки діяльності педагога як основного суб'єкта освітнього процесу, як головної дійової особи будь-яких модернізаційних процесів у сфері освіти, від якої безпосередньо залежить ефективність змін, що відбуваються.

У дослідженнях українських науковців поступово вимальовується професійний портрет педагога, за умов та показників визначається система оцінки якості самого педагога, дається поняття професійної компетентності педагога.

Отже, педагогічна компетентність учителя розуміється як здатність ефективно реалізовувати систему соціально схвалюваних ціннісних ставлень в освітній практиці та досягати найкращих педагогічних результатів шляхом професійного та особистісного саморозвитку.

При цьому суттєвими компонентами системи цінностей педагога є:

- ціннісне ставлення педагога до учнів та студентів як до значущих інших, від яких залежить власний розвиток;
- різні підходи, концепції, погляди, думки та смисли як особистісно значущі прийняття;
- відповідальність за ненасильницький характер розроблених і реалізованих варіантів виховної діяльності;
- пошук конструктивних шляхів розв'язання виховних проблем і конфліктів [2, с. 14].

Науковці виокремлюють такі складові професійної компетентності вчителя: комунікативна компетентність вчителя - професійно важлива та інтегративна якість, основними компонентами якої є емоційна стійкість (пов'язана з адаптивністю), чуйність та здатність до «фасилітації» спілкування.

Інформаційна компетентність включає обсяг інформації (знань) про себе, учнів та їхніх батьків, а також про досвід інших вчителів.

Навички координації вчителя стосуються здатності керувати власною поведінкою. Це включає постановку цілей, планування, мобілізацію, поточну діяльність, оцінювання результатів та рефлексію. Основною детермінантою діяльності є моральні цінності.

Інтелектуально-педагогічна компетентність - це сукупність навичок аналізу, синтезу, порівняння, абстрагування, узагальнення та конкретизації, які можна розглядати як такі якості інтелекту, як аналогія, уява, гнучкість та критичне мислення.

Практична компетентність визначається як набір навичок, необхідних вчителю для виконання своєї професійної діяльності. Перелічені вище професійні якості педагога ми зустрічаємо й у роботах інших вітчизняних авторів.

Автори визначають професіоналізм педагога як частину педагогічної культури, яка полягає в тому, що педагог має мистецтво формувати у студентів готовність до продуктивного вирішення завдань у наступній системі засобами свого предмета за відведених на навчальний процес час.

Дослідники феномену якості педагога як професіонала дуже яскраво підкреслюють творчий характер педагогічної діяльності, визначають її як мистецтво. У цьому креативність, тобто стійка особливість людини, яка зумовлює здатність виявляти соціально значиму творчу активність, заявляється сутнісною особистісною якістю у професійному становленні педагога.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сліпченко А.М. *Формування інформаційної культури майбутнього викладача у процесі професійної підготовки*: магістер. робота / А.М. Сліпченко. Суми: СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2011. 115 с.
2. Слободянюк О.М. *Формування професійно-етичної компетентності майбутніх викладачів у процесі вивчення суспільно-гуманітарних дисциплін*: автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика проф. освіти»; НАПН України, Ін-т вищої освіти. Київ, 2017. 20 с.
3. Сорока В. Проект «Директор як менеджер»: нова школа. *Освіта України*. 2018. № 25, 25 червня. С. 14–15.
4. Сорочан Т. Менеджер – це професійний керівник: аналіз професійної управлінської діяльності керівників шкіл. *Управління освітою*. 2006. № 24, грудень. С. 19–22.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Беззаперечно, що погляди на методологію управління організацією постійно еволюціонують, відображаючи якісні зміни в економічному, соціальному та технологічному розвитку суспільства. Дослідники зауважують, що розвиток теорії організації історично базувався на двох концептуальних підходах: перший акцентує увагу на переході від закритих до відкритих систем, а другий – на зміні уваги з раціональних процесів на соціальні взаємодії.

Починаючи з кінця XIX ст. організацію розглядають як закриту систему, що функціонує незалежно від зовнішнього середовища, працює за жорсткими правилами, а процеси суворо контролюються (механістичний підхід). Згодом уявлення про організацію змінилися: її почали розглядати як відкриту систему, що постійно взаємодіє з зовнішнім середовищем, залежить від зовнішніх факторів і, відповідно, повинна адаптуватися до змін, що відбуваються навколо. Аналогічно розвивалися думки щодо раціональної та соціальної природи організації. Спочатку організація вважалася структурою, де основна увага приділялася раціональним аспектам – правилам, нормам, чітким ієрархіям і контролю. У даному випадку є чітка перспектива організації, коли цілі і засоби їх досягнення однозначно визначені керівництвом, а дії працівників стають запрограмованими. Однак, з часом стало зрозуміло, що для успішного управління необхідно враховувати соціальні аспекти: людські стосунки, мотивацію, культуру та комунікацію. Визначено, що характер рішень, які приймаються, обумовлюється не стільки механістичним алгоритмом дій, скільки звичками, накопиченим досвідом вирішення аналогічних проблем, тобто тими чинниками, які визначають поведінку людей. Тому увага зосередилася на людському ресурсі і їхній взаємодії в організаційному середовищі [3].

З огляду на різноманітні підходи до розвитку теорії організації, можна зробити висновок, що ефективне управління завжди

вимагало балансу між раціональними системами контролю і соціальними взаємодіями всередині колективу. У сучасних умовах, цей баланс стає ще більш важливим, оскільки організації стикаються з новими викликами, пов'язаними з цифровою трансформацією.

Успішна цифрова трансформація організації вимагає комплексного рішення, що має поєднувати різні цифрові технології, інструменти та методології задля швидкої адаптації до конкретних умов і викликів. Методологічні підходи до управління організацією під час ЦТ можуть варіюватися в залежності від специфіки організації, її цілей і готовності колективу до змін. Однак, кожен з підходів має бути інтегрований у загальну стратегію управління, що дозволить ефективно відповідати викликам цифрового світу. Як зазначає В. Уманець, цифровізація є ключовим чинником зміни комунікації та взаємодії людей, інструментом вирішення управлінських, інфраструктурних та культурних завдань [2]. Власне тому, цифрова трансформація призводить до кардинальних змін у тому, як організація функціонує, створює та подає продукт своїй цільовій аудиторії, що насамперед відображається в переосмисленні управлінської моделі та способів взаємодії як всередині організації, так і з зовнішніми реципієнтами (клієнтами та партнерами).

Дослідження показують, що традиційні управлінські методології адаптуються та зазнають значних змін внаслідок інтеграції цифрових технологій [2]. Зміни основних класичних теорій управління, що відбуваються під впливом цифрової трансформації, узагальнено представлено нами у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Трансформація теорій управління в умовах цифровізації

Теорія управління	Ключові принципи	Зміни під впливом цифрової трансформації
Науковий менеджмент (Фредерік Тейлор)	стандартизація процесів; чіткий розподіл ролей між керівниками (планування, контроль) і працівниками (виконання); система мотивації на основі аналізу продуктивності; систематичні дослідження і впровадження наукових методів у роботу	автоматизація стандартних процесів за допомогою цифрових рішень; застосування технологій ІІІ та аналітики, що дозволяють оптимізувати процеси за допомогою алгоритмів і машинного навчання

Адміністративна теорія (Анрі Файоль)	5 основних функцій управління – планування, організація, керівництво, координація, контроль; 14 принципів управління; чітка лінійна ієрархія управління	впровадження цифрових систем управління процесами; використання цифрових проектних рішень (Asana, Trello) для планування і відстеження виконання завдань; створення організаційних структур без жорсткої ієрархії (віртуальні команди)
Теорія бюрократії (Макс Вебер)	жорстка ієрархія; формальні правила і процедури; безособовість управлінських рішень; чіткі функціональні обов'язки і відповідальність	застосування чат-ботів для виконання стандартних адміністративних функцій; використання цифрових систем документообігу для автоматизації бюрократичних процедур та цифрових платформ для прозорого управління
Теорія людських стосунків (Елтон Мейо)	важливість міжособистісних стосунків та емоційного комфорту у робочому середовищі; мотивація через соціальні фактори, такі як визнання, підтримка, приналежність до команди	використання цифрових платформ для комунікації (Slack, Teams, Zoom), що покращує соціальні зв'язки; гейміфікація для мотивації; впровадження систем управління людськими ресурсами для розвитку команд; цифрові рішення для організації зворотнього зв'язку
Теорія X і Y (Дуглас Макгрегор)	теорія X (контроль, примус) і Y (автономія, мотивація)	використання дистанційного керування; підтримка самоменеджменту через ІТ-рішення для планування та відстеження прогресу
Кількісний підхід до управління	Використання кількісних технік, математичних методів для аналізу і прогнозування; моделювання управлінських процесів для знаходження оптимальних рішень	застосування ІІІ та машинного навчання для моделювання управлінських рішень; впровадження алгоритмів для автоматизації процесів; аналіз Big Data

Аналіз практичного досвіду та моделювання процесів свідчить, що класичні управлінські теорії можуть бути інтегровані в сучасні реалії цифрового світу. Цей процес може бути реалізовано у таких стратегічних напрямках: цільове впровадження цифрових інструментів в усі сфери роботи, автоматизація рутинних процесів, децентралізація управління і гнучкість у прийнятті рішень, розширення комунікаційних сценаріїв засобами цифрового спілкування, інтеграція аналітичних інструментів та алгоритмів ШІ для прийняття обґрунтованих рішень, розвиток цифрових навичок тощо [1].

Таким чином, системний підхід до управління цифровими змінами дозволяє не лише зберегти цінність традиційних концепцій, але й адаптувати їх до нових викликів і можливостей. Варто підкреслити, що поряд з технічними та технологічними рішеннями в умовах цифровізації організації важливу роль відіграють організаційні аспекти. Однією з ключових змін у системі управління організацією під час цифрової трансформації є перехід від традиційних управлінських форм до так званих “гнучких методів”, або Agile- менеджменту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bughin J. R., Kretschmer T., van Zeebroeck N. Experimentation, Learning and Stress: The Role of Digital Technologies in Strategy Change. *SSRN Electronic Journal*. 2019. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3328421>.
2. Brusoni S., Henkel J., Jacobides M. G., Karim S., MacCormack A., Puranam P., Schilling M. The power of modularity today: 20 years of “Design Rules” *Industrial and Corporate Change*. 2023. Vol. 32, Is. 1. P. 1-10. <https://doi.org/10.1093/icc/dtac054>.
3. Bykov V. Y. Revitalizing education through the integration of cloud technologies. *Educational Dimension*. 2023. №8. С. 143–167. <https://doi.org/10.31812/ed.598>.

УДК 352:004

Верьовка М.В.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ: ПРИРОДА ВЛАДИ І УПРАВЛІНСЬКИХ ВІДНОСИН

З моменту проголошення незалежності наша країна зіткнулася з багатьма гострими проблемами, в основному пов'язаними з формулюванням і затвердженням нових гуманних норм грома-

дянського життя, які керуються загальнолюдськими цінностями та нормами. У зв'язку з цим необхідно було переосмислити спадщину філософії та управління, розвинути сучасні наукові теорії та сферу державного управління, знайти шляхи створення ефективної системи державного управління та створити ефективну систему державного управління, забезпеченні її відповідно до 21-го століття соціально-економічним потребам національного розвитку, створення дієвих механізмів впровадження та адаптації системи до міжнародних стандартів. Це призвело до трансформації соціально-політичних інститутів і поштовхом до формування громадянського суспільства та ринкових відносин.

У цьому контексті пошук шляхів забезпечення ефективного управління освітою, як однією з важливих складових усієї національної управлінської системи, активізується та посилюється в міру просування країни до єдиного європейського освітнього простору. Тому досить актуальним є питання аналізу та з'ясування особистісних світоглядних засад управління державною освітою, визначення чітких цілей та впровадження нових технологій для ефективного управління системою освіти.

Ідея філософського осмислення питань соціального, національного та освітнього розвитку не нова. Кожен історичний період вносив свої модифікації в плані управління стосунками між учасниками, методах мотивації, організаційному масштабі самого процесу тощо, але лише у 20 ст. виникли і почали розвиватися наукові методи управління. Двадцяте століття має багато характеристик, серед яких «століття менеджменту», оскільки прогрес, досягнутий у цьому столітті, був гарантований значними успіхами в менеджменті. У 1930-х і 1950-х роках управлінні виділився характерний акцент уваги на людину, який розвивався Е. Мейо, А. Маслоу і Д. Макгрегором. При цьому цілями менеджменту декларуються мотивація співробітників і їх групові відносини, а майбутні стратегії менеджменту формулюються на основі емпіричної екстраполяції. П. Друкером, Т. Пітером, Р. Вотерманом з середини 1950-х років розвивався ситуаційний напрям в управлінні [3, с. 50]. З 1980-х років і по сьогоднішній день в управлінні широко використовуються інновації в психології, теорії конфлікту, мотивації діяльності, корпоративної культури, конкурентоспроможності та інших аспектах.

В Україні нині ґрунтовним дослідженням проблем філософії соціального управління, філософії освіти та їх різноманітних структурних компонентів займається В. Кремень, В. Андрущенко, А. Гуржій, В. Вікторов, Д. Дзвінчук, І. Зазюнн, В. Бех, М. Михальченко та ін. Вони визнають значення соціального управління у створенні та здійсненні цілеспрямованого керівного впливу на індивідів, їх групи, напрямки дій і характер спільної діяльності людей та соціальних процесів з метою досягнення бажаних результатів цієї діяльності з дотриманням певних, заздалегідь обраних цілей і завдань [1]. Український дослідник І. Тараненко визначає соціальне управління як особливу сферу суспільної діяльності, що виявляється в економічній поведінці суб'єктів управління. Тому основним завданням соціального управління є пошук ефективних прийомів управління для підтримки стабільності, ефективності та раціональності керованої системи [1].

Знання про управління як феномен людського буття пройшли довгий шлях від міфологічних знань, релігії та філософії до наукових знань. Виділення менеджменту як специфічної сфери людського пізнання та діяльності дало початок формуванню самостійних галузей знання, пов'язаних із фундаментальними принципами філософського знання. Це призвело до появи нових теоретичних знань, зокрема спочатку наукових основ управління соціально-економічними процесами, а потім і теорії управління. Управління у філософському розумінні означає діалектичний зв'язок і взаємозалежність між суб'єктами управління та об'єктами управління.

Управління - це основні загальні функціональні властивості об'єктивного світу, органічні і неорганічні властивості, природні і свідомі сили, природа яких природно і цілеспрямовано визначає результати дій. Цей зв'язок є причинно-наслідковим, за своєю суттю суперечливим і об'єктивним. Управління як людська діяльність існує з моменту виникнення потреби у спільній діяльності людей. Управління в широкому розумінні – це діяльність групи людей, які спільно працюють для досягнення спільних соціальних цілей. Соціальне управління є вищою формою всебічного управління властиве людині і людському суспільству.

Головною відмінною рисою цього управління є здатність людини створювати у своїй свідомості ідеальну модель реального

світу на основі природних генетичних ознак і особливостей і соціального усвідомлення свого призначення. Тому в управлінській діяльності головним і вирішальним моментом є свідомість людини, її культура та знання [2]. Науковою основою соціального управління є праці античних філософів Платона, Арістотеля, Сократа, Демокріта, праці давньокитайських мислителів, головним чином Конфуція. Найвідоміші мислителі Стародавнього Риму Цицерон, Сенека, Марк Аврелій не залишили своїм нащадкам філософських поглядів на науку управління. Вони не займалися розробкою філософських положень, які могли б стати філософсько-методологічною основою науки про управління, і, стикаючись з проблемами управління, користувалися переважно тими приписами, які були сформульовані представниками грецької філософії [4, с. 300].

Обговорюючи актуальні проблеми філософії соціального управління, В. Кремень, В. Андрущенко, М. Михальченко, І. Зазюн, В. Бех розглядають сутність феномена управління з позиції потрійного характеру його природи: як науку, як мистецтво і як специфічний вид людської діяльності. Концепції, класифікаційні інститути, закони та принципові системи, встановлені методологією управлінської діяльності, підтверджують науковий характер її походження та потребують глибокого осмислення науковцями та сучасними практиками державного управління. Його відносять до мистецтва тому, що будь-яка проблемна ситуація рідко повторюється, що вимагає від керівника творчого підходу до кожної дії з урахуванням особливостей і специфіки ситуації в управлінській діяльності.

Особливість управлінської діяльності полягає в тому, що вона є процесом виконання певних функцій. Вона не є частиною спільної діяльності людей, а служить інструментом для організації та забезпечує досягнення бажаної ефективності цієї діяльності. Логічним продовженням цих положень є твердження деяких вчених про те, що необхідний управлінський вплив має здійснюватися в умовах, які відповідають одному з методологічних принципів управлінської діяльності – головного елемента, і лише в тому випадку, якщо система, якою керується, не здатна зробити це завдяки саморегуляції та самоорганізації. Здійснюваний вплив має стимулювати повернення керованого об'єкта до стану стійкої роботи, тобто є ефективним. У працях цих та інших вчених знайшли

відображення не лише методологічні принципи управлінської діяльності, а й проблему формування національної самоідентичності та можливість застосування теорії нестійкості до розвитку складних систем.

Проте теоретико-методологічні досягнення останніх років потребують подальшого вдосконалення, головним чином пов'язаного зі швидкими змінами суспільного життя в Україні та за її межами. Слід також зазначити, що науковий погляд на взаємодію суб'єктів та об'єктів управління в процесі управління еволюціонував та змінювався. У традиційній управлінській перспективі взаємодія суб'єктів і об'єктів пояснюється через причинно-наслідковий зв'язок усіх явищ у природі та суспільстві та діалектичний метод, що визначає характер переходу об'єктів з одного стану в інший.

Перехід суспільства до ринкових відносин характеризується виникненням станів нестабільності, як наслідок швидких змін, і браком актуальної інформації, яка не встигає дійти до керівника і бути ним зрозумілою, це створює ситуації невизначеності. в процесі управління. Це зумовлює необхідність уточнення та переорієнтації поглядів менеджерів на організацію процесу управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Neverkovich S.D., Bubnova I.S., Kosarenko N.N., Sakieva R.G., Sizova S.M., Zakharova V.L., Sergeeva M.G. Students' Internet Addiction: Study and Prevention. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*. 2018. № 14 (4). P. 1483–1495.
2. Sergeeva M.G., Flyagina V.Yu., Taranenko I.V., Krasnova E.V., Vilkova A.V. The interaction of labor market and educational services market considering social partnership mechanism and specificity of the regional educational policy. *Ponte*. 2017. T. 73. № 12. P. 2.
3. Sergeeva M.G., Nikitina E.E. Criteria indicators of formation of economic competence of system of the general education. *SHS Web of Conferences*. 2016. T. 29. P. 10-64.
4. Aristotle. *Polity*. Athens polity. Series: «From the classical heritage». Kyiv, Mysl, 2009. P. 271- 343.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ КЕРІВНИКА

Для сучасної людини взагалі, і керівника, зокрема, спілкування не так розкіш, скільки постійна життєво та професійно необхідна потреба. Від ефективного онлайн-спілкування багато в чому залежить успіх, службове просування і загалом кар'єра менеджера. До основних понять спілкування відносяться стиль і засоби спілкування, що дають уявлення про етичні норми та правила етикету, тобто про культуру спілкування. Культура спілкування керівника тісно пов'язана з особистою культурою, культурою мови, культурою управлінської праці, організаційною культурою тощо.

Основними функціями, які виконують керівники, є:

- визначення цілей та завдань ефективної діяльності організації, тобто діяльності, яка приносить прибуток;
- забезпечення реалізації цих цілей та завдань трудовими, матеріальними та іншими ресурсами;
- організація діяльності організації, структурування її роботи, регулювання взаємодії різних її підрозділів, контроль за виконанням управлінських рішень тощо;
- безпосередня робота з персоналом, підбір кадрів, визначення їх посадових обов'язків, навчання, встановлення та підтримка комунікацій, мотивації праці, регулювання відносин між працівниками, попередження та вирішення конфліктів, прийом відвідувачів тощо [3, с. 89].

Сучасний керівник спрямований, передусім, на особистість працівника, на людський чинник, віддаючи перевагу перед продуктивними силами матеріального і технічного характеру. Це вимагає від керівника будь-якого рангу знань культури спілкування, етики та психології людських відносин загалом та службових відносин зокрема.

Ефективність управління колективом може бути досягнута при чуйному відношенні керівника до своїх підлеглих, дотриманні ним прийнятих соціальних норм, вмінні цінувати в кожній людині

особистість і почуття її корисності для людей, хоч би як він відрізнявся рівнем своїх здібностей і становищем. Мустафа Кемаль Ататюрк колись зауважив: І найкращі люди іноді потрапляють у найгірші ситуації. Пам'ятаючи це, керівник, за жодних обставин, не повинен обмежувати переваги інших людей, у які б ситуації вони не потрапляли.

Справжньому керівнику необхідно мати здатність і вміння працювати з людьми. Єдине призначення керівника – це спонукати до діяльності інших людей. Якщо в нього цього вміння немає, отже, він не на своєму місці. Дослідження показують, що керівник витрачає до 80% робочого дня на управлінське спілкування. Отже, плідно може працювати лише керівник, який вміє організовувати ефективне ділове спілкування. Вирішення цього завдання неможливе без знання психологічних основ комунікації та етики онлайнового спілкування [5, с. 108].

Головною умовою ефективності онлайн-спілкування керівника як компоненти його управлінської культури є усвідомлення керівником того, що можливість реалізації цілей діяльності підприємства, фірми, організації зростає, якщо правильно організувати спілкування, домогтися у своїй створення атмосфери взаєморозуміння, довіри та співробітництва. Врахування особливостей зворотного зв'язку, використання психологічних знань для подолання комунікативних бар'єрів, а також правильний вибір типу комунікативного впливу та деякі поради з етики спілкування істотно скоротять витрати часу як керівника, так і підлеглого.

Протягом усього життя людина інтуїтивно освоює норми та правила спілкування. Але для керівника цього явно замало. Тому необхідно систематичне навчання керівників тим аспектам онлайн-спілкування керівника як компоненти його управлінської культури, які мають більш менш надійну наукову базу. Актуальним завданням є наукова розробка тих питань спілкування, які зумовлені специфікою управлінської діяльності.

Аналіз управлінської діяльності дозволяє зробити висновок про те, що однією з вирішальних умов успіху керівника є необхідність забезпечення його впливу на своїх підлеглих з метою повної самореалізації у професійній сфері. Ефективний керівник виконує цю роботу у процесі реалізації трьох основних рольових функцій: як висококваліфікованого спеціаліста, вмілого організа-

тора спільної трудової діяльності, грамотного практичного психолога та вихователя підлеглих. З іншого боку, підлеглі також грають велику роль міжособистісному спілкуванні. Вони допомагають керівнику вибрати правильну тактику спілкування та коригують недоробки начальника.

Таким чином, комунікативні бар'єри мають визначальний вплив на процес сприйняття інформації в ході онлайн-спілкування керівника як компоненти його управлінської культури. Знання та своєчасне усунення їх причин дозволить підвищити керівником ефективність управління, запобігатиме втрати робочого часу. У повсякденній практиці управлінського спілкування керівнику необхідно розвивати у собі здатність передбачати та усувати перешкоди у розумінні повідомлення співрозмовника [1, с. 8].

Відзначимо, що оволодіння мистецтвом спілкування, безумовно, необхідне кожній людині незалежно від цього, яким видом діяльності він займається чи займатиметься. Кожен, хто прагне досягти успіхів у житті, успішно просуватися кар'єрними сходами, ефективно та грамотно спілкуватися з людьми повинен оволодіти певними знаннями та навичками в галузі міжособистісного та онлайн-спілкування керівника. Але особливо важливим є вміння спілкуватися для ділових людей, зайнятих у сфері управління [2, с. 12].

Конфлікт у колективі, його соціальна значимість відома усім. Особливо конфліктною є ланка безпосередній керівник – підлеглий. На неї припадає понад 80% конфліктів, що обумовлюється експериментально доведеними фактами про помітне зростання ймовірності конфлікту, якщо опоненти перебувають у відносинах підпорядкованості, та прямому впливі інтенсивності взаємодії опонентів на частоту конфліктів між ними.

Будь-який керівник зацікавлений у якнайшвидшому припиненні конфліктів. Для чого у різних ситуаціях професійної діяльності має адекватно вибирати відповідні стратегії поведінки, основним засобом реалізації яких є стиль його спілкування. З іншого боку, на процеси спілкування та комунікації впливають домінуючі стратегії взаємодії. Проте, ступінь можливості впливу стилю спілкування керівника на службові конфлікти потребує вивчення самих конфліктів. Для цього протягом останніх чотирьох років було створено своєрідний банк даних про 500 конфліктів,

описаних співробітниками з використанням системно-ситуаційного аналізу за спеціальною методикою [4, с. 50].

До нього увійшли такі блоки: характеристика дати початку конфлікту, місця, особливості діяльності організації та колективу, в яких стався конфлікт; джерела інформації про конфлікт; відносини опонентів до конфлікту; опис суті конфлікту, особливості особистості першого опонента, особливості дії першого опонента (і те саме стосовно другого опонента); вплив конфлікту на опонентів та колектив, втручання третьої сторони у конфлікт, причини конфлікту; характер та результати вирішення конфлікту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Філатова Н. Професійно важливі якості, або Професійне самовдосконалення і саморозвиток менеджерів освіти / Н. Філатова // *Управління освітою*. 2012. № 22, листопад. С. 6–10.
2. Фурсова О. У чому полягає управління якістю освіти / О. Фурсова // *Управління освітою*. 2011. № 14, липень. С. 9–13.
3. Хавіна С.Я. Теоретичні засади управління інноваційною діяльністю в закладі освіти / С. Я. Хавіна // *Управління школою*. 2019. № 1-3. С. 88–89.
4. Хриков Є. Порівняльний аналіз підготовки магістрів з управління освітніми установами в Україні та США / Є. Хриков, С. Бурдіна // *Вища школа*. 2006. № 3. С. 46–56.
5. Чернова К. Менеджмент вищої освіти в контексті євроінтеграції / К. Чернова // *Соціальна психологія*. 2009. № 4(36). С. 106–112.

УДК 352:2

Лі Сінь

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПІДГОТОВКИ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Суспільство вимагає від нас, сучасних людей, все більше і більше, особливо у професійному, громадському та соціальному житті. Динамізм економічних відносин ставить людину перед необхідністю постійно самовдосконалюватися і найвигідніше позиціонувати себе на ринку праці. У зв'язку з цим перед сучасною наукою постає багато викликів щодо практичного застосування теоретичних знань та розвитку нових сфер людської діяльності. Завдання зорієнтувати сучасну людину в світі, що постійно

змінюється, допомогти їй знайти своє місце в професійному та особистому житті стає однією з найактуальніших проблем сучасних наукових досліджень. За допомогою теоретичних та емпіричних узагальнень необхідно забезпечити її належне застосування в повсякденному житті всіх людей.

Динамізм соціально-економічних перетворень у нашій країні, зростання ролі особистості в цих процесах, гуманізація та демократизація суспільних відносин, інтелектуалізація праці та людської діяльності - все це піднімає сферу освіти на якісно новий рівень професійної підготовки фахівців і спонукає нас до переосмислення ролі професійної школи.

Вища освіта завжди була вихователем інтелектуалів, відповідальним не лише за відтворення соціального досвіду, а й за підготовку людських ресурсів, здатних до трансформації та створення нових знань і цінностей, розвитку та розширення професійної діяльності. Однак ця соціальна функція вищої освіти - виховання творчих кадрів - була занедбана і втрачена в процесі стихійного розвитку, який не спирався на науково обґрунтовані стратегії. Тривалий час ця ситуація характеризувалася підготовкою стандартних фахівців за стандартними правилами. Наша «знаннєво-орієнтована» система вищої освіти завжди вважала фундаментальність підготовки, стабільність і ґрунтовність програм одними зі своїх переваг, але якось випускала з уваги той факт, що головним конкурентним ресурсом у світі вже давно стала не інформація, а креативність, здатність створювати знання. Технократичне мислення, тобто уявлення про людину не тільки як про істоту, якій притаманна самодіяльність і свобода щодо можливих просторів, а як про компонент системи, що навчається і програмується, об'єкт різноманітних операцій, вичерпало свій потенціал і стає гальмом людського розвитку. Вона стає гальмом людського розвитку.

Перед освітою завжди стояла і стоїть найсерйозніша дилема: людина і суспільство, людина і світ. З одного боку, в центрі уваги - людина, її індивідуальність, неповторність і унікальність. Однак людина живе у світі. Тому іншою стороною дилеми є суспільна свідомість, суспільне замовлення. Сьогодні акцент робиться на тому, щоб освіта здійснювалася людьми і через людей, але люди не можуть замикатися на собі. Саме тому, як стверджує Т. Максименко, напрям в освіті має бути не суто особистісним, а особистісно-

соціальним. Іншими словами, людина в системі освіти є метою, а все інше - засобом для досягнення мети. Тому має бути баланс між колективним та індивідуальним, особистісним та індивідуальністю, гуманізмом і технократизмом, творчістю і технологічністю.

Ми вважаємо, що в сучасних умовах найбільш прийнятним на практиці є гуманістичний і прагматичний спосіб мислення. В умовах переходу до цивілізованого ринку та демократичного суспільства найбільш перспективним розвитком в освіті є концепція навчання впродовж життя. Суттєвими рисами цієї концепції є гнучкість, різноманітність і доступність у часі та просторі. Крім необхідності адаптації до змін у професійній діяльності, така освіта є процесом безперервного розвитку людської особистості, знань, умінь, навичок, суджень та різноманітних поведінкових здібностей. Така освіта допомагає людям зрозуміти себе і своє оточення, а також відігравати соціальну роль у своїй роботі та суспільному житті. Головною цінністю освіти, особливо вищої, є вихід за межі академічності та зосередження на здатності до самореалізації творчого потенціалу, а також на особистісному розвитку та навчанні впродовж усього життя. Ця концепція з точністю до навпаки змінює підхід до освіти і, зокрема, інтерпретацію її прогнозування. Замість жорстко детермінованої системи навчальних закладів, яка по суті нав'язується людині та обмежує її свободу вибору, саме людина свідомо обирає свою особисту освітню траєкторію відповідно до власних інтересів та здібностей, які визначають її освітні потреби. Цілі, зміст, методи, форми та структури навчання мають суттєво змінитися. Система освіти повинна пропонувати різноманітність навчальних курсів, органічний зв'язок між різними видами освіти, досвідом роботи та підвищенням кваліфікації, що дозволить адекватно вирішувати проблеми, пов'язані з розривом між попитом і пропозицією на ринку праці.

Індивідуальна орієнтація освіти не ігнорує її соціальне та національне значення. У зв'язку з цим важливо встановити і простежити конкретні зв'язки і взаємовпливи між соціально-економічною, соціокультурною та освітньою сферами, причому ці зв'язки повинні мати чітко виражений прогностичний характер, оскільки саме освіта визначає майбутній стан усіх аспектів життя суспільства. Незважаючи на всі зміни, система освіти ніколи не втратить свого одвічного призначення - формувати та розвивати

знання, вміння та навички. Однак у цьому плані потрібні фундаментальні зміни. Знання мають найвищу цінність для розвитку людини, якщо, за словами М. Лазарева, вони сформовані як постановка проблеми. Об'єктивно і суб'єктивно неповне знання створює надійне підґрунтя для розвитку творчого потенціалу людини, її бажання мислити і діяти. Від суб'єктивно нового знання - до об'єктивно нового знання - через процес проблемного навчання.

Розв'язання суперечностей між парадигмами, освітніми цілями і практиками, реалізація принципу саморозвитку, який є ключовим принципом сучасної школи, стає недоцільним, якщо в школі немає фахівців, які можуть професійно виконувати це завдання. Разом з тим, залишається актуальним вислів, який існує в педагогіці з незапам'ятних часів, про те, що тільки людина може виховувати людину. Реалізація принципу розвитку - розвитку характеру учнів і самої школи - природно, зачіпає всіх, хто має відношення до школи. Однак найбільша відповідальність і навантаження в процесі оновлення об'єктивно лежить на лідері, освітньому менеджері [2, с. 33].

Поняття «менеджер» все частіше використовується в бізнесі. Ще відносно недавно це був дещо незвичний термін, начебто скопійований і некритично запозичений у термінологічному плані із західної управлінської ідеології та практики. Сьогодні це поняття стає звичним, часто замінюючи термін «менеджер». Така зміна термінології не є випадковою і пов'язана з подоланням догматичних соціалістичних стереотипів. У вітчизняній літературі переважали критичні оцінки теорії і практики капіталістичного менеджменту, які в суспільній свідомості мали переважно негативний фон, хоча визнавалися і позитивні моменти. Перехід до нових соціально-економічних відносин по-новому поставив питання про менеджерів [3, с. 49].

Поняття «менеджер» насамперед асоціюється з новим типом керівника, однією з характеристик якого є наявність базової професійної управлінської освіти. Це положення в рівній мірі стосується і системи управління освітою. Протягом багатьох років у нашому суспільстві склалося уявлення про те, що управління - це неспеціалізована сфера діяльності, а менеджери - це люди, які не потребують спеціальної підготовки для цієї діяльності. Як правило, керівником школи ставав хороший вчитель або людина, яку хтось

порекомендував. Що вони могли зробити, так це спочатку перенести свою предметну діяльність на управління школою, а потім, через практичний досвід і спроби та помилки, з деякими знаннями, отриманими на курсах підвищення кваліфікації, і використовуючи свою інтуїцію, усвідомити те, що вони називали професіоналізмом, і фактично перевести його в соціальну експертизу і функціоналізм. Це треба було зробити. Згідно з теорією безособового менеджменту, нагляд - це набір робочих функцій [1, с. 220].

Виходячи з інтегративно-розвивального підходу як особливої форми пізнавальної і практичної діяльності та розуміння творчої управлінсько-педагогічної природи діяльності майбутнього фахівця, загальна концепція підготовки менеджерів освіти в педагогічних університетах включає в себе наступне

1. Матеріалізацію професійної підготовки менеджерів до творчої управлінсько-педагогічної діяльності як цілісної соціально-педагогічної системи та рівневої організації, зміст якої включає методологічну, теоретичну, технічну та практичну підготовку, а також інтегровані процеси, що відбуваються в ній. Систематична діяльність студента – це комплекс взаємопов'язаних видів діяльності, що відображають процес вирішення педагогічних завдань. Вона здійснюється в три-чотири етапи, пронизана характером навчально-творчої діяльності, має пошуково-дослідницький тип і проходить у своєму розвитку три фази: професійно-пропагандистську, професійно-змістовну і професійно-дослідницьку.
2. Багаторівнева система проектування цілей і змісту освіти і навчання:
 - На концептуальному рівні розуміється як співвідношення особистісних характеристик з об'єктивними вимогами діяльності та особливостями суб'єкта управління, відповідно до моделі розвитку професіонала (менеджера освіти), відповідно до стилю діяльності, і виражається у вигляді кінцевих цілей професійної освіти, які повинен вміти вирішувати фахівець після завершення професійного навчання;
 - На організаційному рівні навчальна програма - це комплексний план освіти і розвитку особистості, в якому інтегрований зміст освіти представлений як організаційна система, що базується на застосуванні методів створення оптимальної освітньої системи;

- На змістовому рівні інтегрована навчальна дисципліна - дидактична одиниця змісту освіти та його проблематизація через систему навчальних проблемно-пізнавальних завдань.
3. Технологія навчання творчої управлінсько-освітньої діяльності - складний інтегрований процес, що управляє розвитком активності суб'єкта діяльності з вирішення навчальних проблемно-пізнавальних завдань, який здійснюється через відбір і послідовне виконання дій і передбачає розвиток у людини умінь і навичок творчої діяльності.
4. Креативний стиль діяльності є інтегративною характеристикою, що найбільш ефективно проявляє особистісний профіль суб'єкта креативного управління та освітньої діяльності через пов'язані з ним професійні функції, які виступають як спосіб самоорганізації та самореалізації особистості і як мотивація до самоуправління керованою організацією, а також є критерієм ефективності системи підготовки менеджерів освіти до креативного управління та освітньої діяльності, що виявляється через систему показників .

ЛІТЕРАТУРА

1. Шаповалова О.В. Тенденції оновлення змісту й методів професійно-педагогічної підготовки вчителя в умовах управління якістю освітніх послуг / О. В. Шаповалова // *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології: науковий журнал* / МОН України, Сумський держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка; [ред. кол.: А. А. Сбруєва, О. Є. Антонова, Дж. Бішоп та ін.]. – Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. № 10 (44). С. 217–223.
2. Яблочников С. Проблеми розвитку управління в освіті / С. Яблочников // *Управління освітою*. 2013. № 21, листопад. С. 31–33.
3. Яременко Л. Організаційно-економічний механізм управління вищою освітою / Л. Яременко // *Рідна школа*. 2008. № 10. С. 49–50.

УДК 352.17

Лі Чженьян

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ТЕОРЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Розробка та теоретична демонстрація системи підготовки майбутніх менеджерів до креативного управління освітньою діяльністю здійснюється відповідно до концептуальної моделі

професійного розвитку, яка акцентує увагу на кінцевих і проміжних результатах, а також на когнітивних і практичних аспектах, що дають змогу реалізувати ідею інтеграції та розвитку в системі підготовки менеджерів освіти. Ми виходимо з гіпотетичного припущення, що вона буде цілісною та ефективною, якщо буде побудована на інтегративно-розвивальному підході, який розуміється як особлива форма діяльності.

Теоретичний аналіз наукового матеріалу і публікацій з менеджменту, освітнього адміністрування та практичної діяльності керівників навчальних закладів дозволив нам охарактеризувати діяльність менеджерів освіти як творчу управлінсько-педагогічну діяльність.

Творчий характер управлінсько-педагогічної діяльності знаходить своє вираження в спрямованості осіб, які характеризуються креативністю. Креативна спрямованість менеджерів освіти представляє мотиваційну структуру творчої діяльності та визначає динаміку практичних і пізнавальних процесів у системі навчання.

Готовність до творчої управлінської та освітньої діяльності визначається рівнем розвитку особистості.

У ході перевіркової дослідно-експериментальної роботи було досліджено реальність практичної діяльності в освітньому менеджменті та виявлено, що основними труднощами в діяльності практиків є складнощі, пов'язані зі здійсненням делегування, управлінням часом та недостатнім володінням техніками менеджменту. З розвитком і поглибленням демократичних перетворень в управлінні навчальними закладами складнощі все більше набувають соціально-психологічного характеру [3, с. 35].

Експериментальне дослідження підготовки студентів педагогічних вищих навчальних закладів до управлінсько-виховної діяльності в межах спеціалізованої дисципліни «Управління навчальними закладами» показало, що поряд з перевагами такої форми навчання існує низка обмежень, які не дозволяють оптимально реалізувати завдання підготовки до творчої управлінсько-виховної діяльності. Показано, що. До таких обмежень можна віднести нерозробленість цілей професійної підготовки в педагогічних вищих навчальних закладах, що проявляється в неконкретності цих цілей, їх не операціональності, відсутності оптимального співвідношення між цілями загальнопрофесійної, спеціальної підготовки та спеціалі-

зації, фрагментарності та предметності змісту освіти, а також їх інтеграції визнано необхідною. Крім того, традиційні технології професійної освіти, орієнтовані на підготовку фахівців поза концепцією освіти впродовж життя, часто залишають фахівців на предметному рівні навчання і не ставлять їх у проактивну позицію. Координація діяльності викладачів, фахівців у галузі освіти, з діяльністю всіх інших, хто бере участь у підготовці фахівців, практично неможлива з причин, наведених вище [2, с. 185].

Існуючі наукові підходи до підготовки фахівців включають системний, професійно-діяльнісний, професійно-особистісний, програмно-цільовий і технічний, кожен з яких має свої переваги і недоліки з точки зору професійно-творчої підготовки та можливостей для розвитку особистості майбутніх фахівців. Однак, у зв'язку зі зміною ціннісних орієнтирів вищої освіти та специфікою завдань, спрямованості і змісту цілісної підготовки цих фахівців, немає гарантії повної реалізації завдання підготовки освітніх менеджерів до креативного управління та освітньої діяльності. Таким підходом може бути комплексно-розвивальний підхід. Назва цього підходу вказує на його зміст і основні функції. Інтегративний характер відображає, по-перше, тенденції суспільного розвитку, такі як соціально-економічна трансформація, входження в ринкову економіку та досягнення цивілізованого шляху розвитку. По-друге, це процес, що відбувається у вищій освіті, який проявляється у зростаючій взаємозалежності вищих навчальних закладів з іншими системами в суспільстві та необхідності підготовки фахівців, здатних працювати і професійно розвиватися в умовах, що постійно змінюються. По-третє, менеджмент, який є основою професійної діяльності управлінців, за своєю суттю є інтеграцією науки, практики та мистецтва. По-четверте, творчий характер та управлінсько-педагогічний зміст роботи менеджерів освіти передбачає інтеграцію управлінської, педагогічної, психологічної, культурологічної та природничо-наукової підготовки. І, нарешті, інтегративність відображає специфіку управлінських і педагогічних дисциплін, які є інтегративними за своєю природою [4, с. 49].

Основна функція інтегративно-розвивального підходу полягає в тому, щоб процес підготовки студентів до творчої управлінсько-педагогічної діяльності формував, з одного боку, готовність до постійного саморозвитку, а з іншого - сприяв самореалізації особистості в діяльності.

Інтегративно-розвивальний підхід був визначений таким чином тому, що він вбирає в себе кращі аспекти багатьох наукових підходів. Найбільш продуктивним і тому фундаментальним (для цілей нашого дослідження) є особистісно-професійний підхід, який ми доповнили холістичним і технічним аспектами. Загальнонауковою основою нашої концепції є системний підхід.

Системно-розвивальний підхід полягає в наступному.

- Інтеграція проблематизованого змісту навчання через цілі моделі професійного розвитку;
- інтеграція управлінської, педагогічної, психологічної, культурологічної та природничо-наукової підготовки майбутніх менеджерів, відображена в навчальному плані
- врахування фундаментального та прикладного характеру управлінських та психолого-педагогічних наук у структурі інтегрованого курсу «Менеджмент організації»;
- використання у навчальному процесі методів управління розвитком креативного менеджменту та освітньої діяльності;
- у розробці інтегрованих форм самоорганізації (самоуправління) студентів як суб'єктів навчання та розвитку компетентностей;
- у застосуванні інтегрованих критеріїв – стилів творчої діяльності – в оцінюванні ефективності управлінської підготовки освітніх менеджерів [1, с. 35].

Інтегровано-розвивальний підхід ґрунтується на системі принципів – загальнометодологічних, загальнодидактичних та управлінських, які роблять цей концептуальний підхід єдиним і цілісним.

Обґрунтування концепції інтегрованої підготовки менеджерів освіти в педагогічних коледжах вимагало розробки та моделювання цілей, змісту і структури системи підготовки, визначення критеріїв ефективності підготовки та її технічного забезпечення, а також експериментальної перевірки теоретичних і технічних засад цієї системи.

Якість професійної управлінсько-педагогічної підготовки залежить від цілей навчання, змісту навчання та організації навчального процесу. Зміст підготовки до творчої управлінської та освітньої діяльності включає методологічну, теоретичну, технічну та практичну підготовку. Систематична діяльність студентів відображає

процес вирішення навчальних завдань і є комплексом взаємопов'язаних видів діяльності: навчально-пізнавальної, навчально-практичної, самостійної – здійснюється на чотирьох рівнях, набуваючи характеру навчально-творчої діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Нестерова М. Когнітивні аспекти прийняття управлінських рішень: завдання вищої освіти / М. Нестерова // *Вища освіта України*. 2023. № 4. С. 32–37.
2. Огієнко О.І. Теоретичні аспекти управління якістю освіти дорослих / О.І. Огієнко // *Актуальні проблеми управління якістю освіти: теорія, історія, інноваційні технології: монографія* / МОН України, Сумський державний педагогічний ун-т ім. А. С. Макаренка; за заг. ред. А. А. Сбруєвої. – Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2017. С. 180–201.
3. Охріменко І.В. До проблеми формування стандартів спеціалістів з менеджменту в організації освіти / І. В. Охріменко // *Управління освітою в регіоні: пошуки оптимальних шляхів: Матеріали наук.-практ. конф. (22 квіт. 2003р.)* / В.Ф. Живодьор, О.Г. Козлова, М.О. Лазарєв. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2003. С. 32–37.
4. Падалка О. Економіка та менеджмент освіти: національний аспект / О. Падалка, В. Кулішов // *Директор школи, ліцею, гімназії*. 2023. № 6. С. 40–52.

УДК 352.8

Ван Шичжен

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ТЕОРЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Соціально-економічна ситуація в нашій країні, зумовлена входженням України до світового співтовариства, розвитком ринкової економіки, модернізацією і реструктуризацією системи освіти та переходом до інноваційної системи розвитку людських ресурсів, дозволяє розглядати управлінську освіту як складову глобальної освіти особистості в системі професійної освіти. Важливу роль тут відіграють освітні менеджери, здатні ефективно працювати в нових економічних умовах. Це є однією з найважливіших передумов переходу України до економічного зростання, що свідчить про те, що «людський фактор» і високий професіоналізм менеджерів освіти стануть головним напрямом на шляху соціально-економічного розвитку нашої країни.

Важливим завданням сучасної освіти стає підготовка управлінських кадрів нового типу, здатних до економічного мислення та мобільності, що ґрунтується на достатньому рівні інноваційної та підприємницької компетентності, і які можуть ефективно здійснювати інноваційну та підприємницьку діяльність. У зв'язку з цим виникає потреба у вирішенні державою питання управлінської освіти, що відображено у вимогах до змісту освіти, викладених у Законі України «Про освіту», Законі «Про вищу освіту» та інших законодавчих і нормативних документах.

Суспільство і держава формують соціальне замовлення на підготовку конкурентоспроможних фахівців з менеджменту, здатних творчо виконувати свої обов'язки як суб'єктів управління та використовувати інноваційні методи розвитку підприємства для своєчасного і нестандартного вирішення нових завдань і проблемних ситуацій. Це вимагає інноваційного мислення, мобільності, підприємливості, навичок розвитку, здатності до постійного вдоюконалення та вміння створювати інноваційні бізнес-проекти [2, с. 290].

Діяльність сучасних освітніх менеджерів, яка значною мірою визначає ефективність організації, характеризується виконанням різноманітних управлінських функцій, які в умовах інновацій полягають у прийнятті раціональних рішень, що ґрунтуються на глибоких економічних і підприємницьких знаннях, уміннях, навичках, компетенціях та досвіді розв'язання різних нетипових ситуацій, у тому числі конфліктних. Управлінська освіта в Україні - це сектор ринку освітніх послуг, що активно розвивається, який пропонує різноманітні програми розвитку менеджменту, але їх якість не відповідає потребам суспільства в управлінському розвитку, а запозичення західного досвіду проводиться на рівні зовнішніх атрибутів без аналізу їх сутнісних характеристик. Вони часто проводяться на рівні зовнішніх атрибутів, без аналізу їх сутнісних характеристик. Крім того, західний досвід часто імплементується на рівні зовнішніх атрибутів, без аналізу їх сутнісних характеристик. Як правило, це «копії» зразків діяльності та готові знання, які мають теоретичний характер і відірвані від реальної управлінської практики. Зрозуміло, що підготовка освітніх менеджерів у вищих навчальних закладах має перейти на якісно новий рівень, і необхідна ефективна педагогічна підтримка у

процесі формування готовності майбутніх управлінців до інноваційної діяльності, яка є вирішальним чинником успіху організацій, галузей, регіонів, держави і суспільства в цілому. У зв'язку зі зміною вектора соціально-економічного розвитку України дуже гостро постали проблеми, пов'язані з професійною підготовкою управлінських кадрів, підготовка яких здійснювалася протягом багатьох років в умовах планової економіки. Українські вищі навчальні заклади надають пріоритет підготовці менеджерів широкого профілю, наслідуючи приклад США, які є світовим лідером в управлінській освіті та видають всесвітньо визнані дипломи MBA (Master of Business Administration). Така ситуація стала підставою для аналізу системи вищої освіти США, яка накопичила системний досвід підготовки менеджерів і має найбільш розвинену управлінську інфраструктуру у світі. Аналіз обґрунтування (концептуальні, інституційні, організаційно-методичні та управлінські аспекти) розробки моделі підготовки менеджерів у США та виявлення сучасних тенденцій у підготовці менеджерів у США, виявлених дослідницею, дозволили визначити характерні риси американської системи підготовки менеджерів:

- Специфіка професійної підготовки менеджерів у кар'єрній освіті задля успіху організації в цілому та окремих працівників;
- Концепція «професійного менеджера», що лежить в основі системи менеджменту та бізнес-освіти, виокремлює менеджерів як особливу, самостійну професію з високим ступенем професійної освіти;
- Принципова орієнтація бізнес-шкіл на потреби окремих осіб і компаній як споживачів освітніх послуг;
- Академічність (вивчення основ менеджменту, кращих управлінських практик та аналітичних інструментів) та практичність (набуття практичних навичок професійної діяльності в таких сферах, як ефективне прийняття рішень, маркетинг, управління конфліктами та стресами, тайм-менеджмент).

Розвиток американської та української освіти спрямований на посилення інтеграції їх професійної та особистісної орієнтації, що уможливорює взаємний обмін педагогічними ідеями та методиками. Можливість використання американського досвіду підготовки менеджерів пов'язана, насамперед, з розвитком українських магіс-

терських програм, таких як найбільш популярні, динамічні та клієнтоорієнтовані МВА [3, с. 93].

Водночас низький рівень економічних та управлінських знань в українському суспільстві вимагає більш високого рівня фундаменту для підготовки українських менеджерів, ніж для американських, а також потребує розвитку загального уявлення про перелік обов'язкових дисциплін та їх зміст і розширення варіантів додаткових дисциплін. Дослідження розкриває особливості української управлінської освіти:

- знаннево-техніцистська традиція та домінування донедавна класичної («німецької») моделі вищої освіти, коли освітні програми вищих навчальних закладів орієнтовані на державний імператив підготовки фахівців; не враховуються потреби конкретних споживачів освітніх послуг, зокрема організацій, які відчують дефіцит майбутніх менеджерів та управлінського персоналу;
- навчальні плани підготовки бакалаврів та магістрів включають дисципліни, які є далекими від професійної діяльності майбутніх менеджерів і не дають можливості випускникам закладів професійної освіти набути тих знань та навичок, які дозволять їм зайняти свою нішу в ринковій економіці;
- існує потреба у розробці сучасної моделі діяльності професійних менеджерів та пошуку освітніх стандартів українського зразка, враховуючи актуальність американської освітньої моделі та української освітньої традиції;
- розвивати українські програми мва як найбільш затребувані, динамічні та клієнтоорієнтовані;
- підвищити якість управлінської освіти шляхом переходу від концепції «освіта на все життя» до «освіти впродовж життя»;
- перетворити управлінську освіту на основний спосіб побудови та розвитку професійної кар'єри майбутніх фахівців;
- скорочення розриву між теоретичною та практичною підготовкою шляхом впровадження методів «навчання через рефлексію та дію» та зосередження на реальній професійній діяльності майбутніх управлінців;
- розробка національних освітніх стандартів четвертого покоління вищої освіти. це передбачає об'єднання спеціалізацій та дисциплін у більші групи з метою забезпечення більш чіткої структури;

- розробка професійних стандартів з урахуванням вимог роботодавців, які мають можливість встановлювати норми і правила системи освіти для задоволення потреб ринкової економіки у конкурентоспроможних фахівцях, необхідних на ринку праці [1, с. 156].

Вирішення проблеми підготовки менеджерів професійної освіти в нашій країні в умовах інноваційної економіки можливе шляхом організації процесів професійної освіти з метою формування готовності майбутніх менеджерів до здійснення інноваційної діяльності та розвитку системи понять «підприємництво», «інновація», «діяльність», «інноваційна діяльність», «компетентність», «компетенція», «інноваційна компетентність» та «інноваційна компетентність», уточнено сутнісні характеристики цих понять. Це дозволяє визначити склад інноваційної діяльності майбутніх менеджерів (науково-технічна, організаційна, фінансова та комерційна діяльність) та зміст компетенцій (завершення навчання на певному професійному рівні, готовність до інноваційної підприємницької діяльності через розпізнавання інновацій, ідентифікацію нових елементів в усталених процесах, ідентифікацію нових елементів в усталених процесах, здатність до ризику та інтеграції якісних і професійних характеристик майбутніх менеджерів, здатних приймати обґрунтовані адекватні рішення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лазарєв М.О. Основні критерії професійного потенціалу сучасного менеджера в контексті теорії творчої самореалізації / М. О. Лазарєв // *Теорія та практика магістерської підготовки менеджерів освіти: монографія* / МОН України, Сумський державний педагогічний ун-т ім. А. С. Макаренка; за заг. ред.: О. Г. Козлової, М. О. Лазарєва. – Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2017. С. 148–171.
2. Лазарєв М.О. Становлення особистісно-діалогічного стилю спілкування суб'єктів освіти: управлінський аспект / М. О. Лазарєв // *Педагогічні науки: збірник наукових праць* / МОН України, Сумськ. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка; [ред. кол.: А. В. Іванченко, М. О. Лазарєв, В. І. Лозова та ін.]. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2007. [Ч. 4]. С. 284–297.
3. Лазарєва О.В. Управління інноваційною діяльністю в закладах освіти / О. В. Лазарєва // *Управління школою*. 2018. № 25/27. С. 92–94.

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЗМІСТ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Останнім часом значення внутрішнього та зовнішнього середовища закладу освіти та його вплив на освітній процес та його результати значно зросло. Це стало наслідком як зовнішніх соціально-економічних, і внутрішніх умов сфери освіти. Основною метою внутрішнього та зовнішнього середовища закладу освіти є забезпечення відповідності системи освіти новому інформаційному суспільству.

Повсюдне впровадження інформаційних процесів у всі сфери життєдіяльності потребує розробки нової моделі сучасної системи освіти на основі використання нових інформаційних технологій. Сучасний стан освіти разом із тенденціями розвитку суспільства вимагають нових підходів до розвитку освітнього середовища. Одним із пріоритетних завдань модернізації української освіти є інформатизація освіти, головна умова якої – створення єдиного інформаційно-освітнього середовища.

Інформатизація освіти відкриває нові можливості та перспективи розвитку для всієї системи освіти загалом. Використання інформаційних та комунікаційних технологій у системі освіти змінює дидактичні засоби, методи та форми навчання, впливає на педагогічні технології, тим самим перетворюючи традиційне освітнє середовище на якісно нове – інформаційно-освітнє середовище [4, с. 50].

Під внутрішнім та зовнішнім середовищем закладу освіти ми розуміємо сукупність умов, реалізованих з урахуванням інформаційних і комунікаційних технологій, вкладених у здійснення освітньої діяльності, сприяє формуванню професійно значимих і соціально важливих якостей особистості в умовах інформатизації суспільства.

До особливостей, що характеризують внутрішнє та зовнішнє середовище закладу освіти, належать:

- інтеграція інформаційних та комунікаційних технологій;

- розвиток нових технологій обробки інформації;
- використання в освітньому процесі мережевих ресурсів;
- використання сучасних засобів, методів та форм навчання [2, с. 74].

Організація педагогічної діяльності в умовах інформаційно-освітнього середовища передбачає відповідні зміни та взаємодії між суб'єктами освітнього процесу: учнями, педагогами, адміністрацією освітнього закладу, батьками. Змінюються цілі, методи, засоби, пов'язані з поширенням нових способів роботи з інформацією, сучасними засобами комунікації, удосконалюються традиційні дидактичні засоби та з'являються нові, зокрема цифрові, освітні ресурси.

Внутрішнє та зовнішнє середовище закладу освіти повинно включати весь комплекс інформаційних освітніх ресурсів: цифрові освітні ресурси, комп'ютери та інше обладнання, комунікаційні канали зв'язку, систему сучасних педагогічних технологій, що забезпечують навчання в сучасному інформаційно-освітньому середовищі.

Сучасне внутрішнє та зовнішнє середовище закладу освіти забезпечує:

- інформаційно-методичну підтримку навчального процесу;
- планування освітнього процесу та його ресурсного забезпечення;
- моніторинг ходу та результатів освітнього процесу;
- сучасні процедури створення, пошуку, збору, аналізу, обробки, зберігання та подання інформації;
- дистанційна взаємодія всіх учасників освітнього процесу [1, с. 238].

Особливі вимоги до внутрішнього та зовнішнього середовища закладів освіти пред'являються при реалізації освітніх програм із застосуванням електронного навчання, дистанційних освітніх технологій, при цьому мають бути створені умови для функціонування електронного інформаційно-освітнього середовища, що включає електронні інформаційні ресурси, електронні освітні ресурси, сукупність інформаційних технологій, телекомунікаційних технологій, відповідних технологічних засобів і забезпечує освоєння учнями освітніх програм у повному обсязі незалежно від місця знаходження учнів.

Поява в закладі освіти інформаційно-освітнього середовища висуває якісно нові вимоги до інформаційної компетентності викладачів. Ефективне використання інформаційного освітнього середовища передбачає підвищення інформаційної культури та ІКТ-компетентності всіх співробітників закладу освіти у вирішенні професійних завдань із застосуванням ІКТ. Головне завдання будь-якого педагога закладу освіти – освоїти інформаційно-освітнього середовища як простір, в якому здійснюється його професійна педагогічна діяльність, вписати в інформаційно-освітнє середовище свою власну педагогічну діяльність, застосовуючи її компоненти та вступаючи до інформаційно-професійної взаємодії з усіма учасниками освітнього процесу. У зв'язку з цим підготовка викладачів, здатних самостійно ставити і вирішувати професійні завдання, готових адаптуватися до умов інформаційного суспільства, що швидко змінюється, є актуальним питанням сучасного етапу модернізації вітчизняної педагогічної освіти.

Рівень інформаційної підготовки сучасного фахівця стає дедалі важливішим чинником, який визначає його успіхи у сфері своєї професійної діяльності. Саме тому система освіти та підвищення кваліфікації має приділяти інформаційній підготовці фахівців першорядне значення. У сучасних умовах ця підготовка не може обмежуватися лише комп'ютерною грамотністю, тобто. Найпростішими знаннями про влаштування персонального комп'ютера та елементарними навичками у використанні персональної обчислювальної техніки, тепер потрібна якісно інша інформаційна підготовка.

Інформаційно-освітнє середовище закладу освіти має перевести на новий технологічний рівень усі інформаційні процеси, які відбуваються в закладі освіти, для чого необхідна повна інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у педагогічну діяльність закладу освіти загалом. Якісна організація інформаційно-освітнього середовища, його ресурсно-технологічної бази та грамотне їх використання у навчальному процесі дозволяє:

- створити умови для розвитку особистості та підвищення якості освіти за рахунок розвитку її навчальної мотивації, освітньої та предметної компетентності у процесі взаємодії з компонентами інформаційно-освітнього середовища;
- забезпечити ефективне використання ресурсів Інтернет в освітньому просторі;

- організувати оперативну інформаційно-комунікативну взаємодію всіх учасників освітнього процесу;
- на новому рівні здійснити диференціацію навчання;
- підвищити мотивацію навчання;
- навчати сучасним способам самостійного здобуття знань [3, с. 62].

Це, безумовно, створює умови для досягнення нової якості освіти. Під внутрішнім та зовнішнім середовищем закладу освіти ми розуміємо сукупність всіх умов, реалізованих з урахуванням інформаційних і комунікаційних технологій, спрямовані на здійснення освітньої діяльності, що сприяє формуванню професійно значимих і соціально важливих якостей особистості у умовах інформатизації суспільства.

Головним завданням всіх учасників освітнього процесу є освоєння інформаційно-освітнього середовища свого навчального закладу як простору, в якому здійснюється його професійна педагогічна діяльність. Викладачі повинні вписати в інформаційно-освітнє середовище закладу освіти свою власну педагогічну діяльність, застосовуючи, при необхідності, її компоненти та вступаючи до інформаційно-професійної взаємодії з колегами, які навчаються, адміністрацією та батьками. Саме тому рівень інформаційної підготовки всіх учасників освітнього процесу стає дедалі важливішим фактором, що визначає його успіхи в галузі професійної діяльності.

При цьому інформаційно-освітнє середовище закладу освіти легко впишеться в інформаційні середовища вищого рівня, єдине інформаційно-освітнє середовище регіону та країни.

Організаційне середовище включає в себе багато елементів, рівнів і значень. Коли ми думаємо про культуру організації, ми маємо на увазі систему традицій, звичаїв, легенд, міфів, героїв, норм і правил, які визначають поведінку працівників організації. Залежно від об'єкта, культуру можна класифікувати як матеріальну, нематеріальну або духовну.

Сучасні науковці акцентують увагу на поліфункціональності організаційної культури, тобто множинності культурних функцій. В рамках нашого дослідження нас цікавить «управлінський та акмеологічний відтінок» терміну «організаційне середовище», який стосується управління організаціями, формування корпоративних

відносин та власне корпоративної культури. Уявлення про організацію, компанію чи установу як про спільноту зі спільним розумінням своїх цілей, сенсу, місця, цінностей і поведінки породило концепцію корпоративної культури. Термін «корпоративна культура» був створений шляхом об'єднання двох незалежних понять: «підприємство» і «культура».

ЛІТЕРАТУРА

1. Чистякова І. Команда як організаційна форма колективного управління в контексті мережування вищих навчальних закладів. *Педагогічна компаративістика - 2015: трансформації в освіті зарубіжжя та український контекст*: матеріали Всеукраїнського науково-практичного семінару, м. Київ, 11 червня 2015 р. / Національна академія педагогічних наук України; Ін-т педагогіки НАПН України; [за заг. ред. О. І. Локшиної]. Київ: Педагогічна думка, 2015. С. 237–239.
2. Шаповалова А.Т. Корпоративна культура підприємств туристської індустрії: магістер. робота; науковий керівник О.Ю. Кудріна. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2018. 78 с.
3. Шевченко Є. Етичність організації: оцінка рівня етичності організації. *Управління освітою*. 2019. № 11, листопад. С. 60–65.
4. Яременко Л. Організаційно-економічний механізм управління вищою освітою. *Рідна школа*. 2008. № 10. С. 49–50.

УДК 352.21

Вей Юньлун

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

УПРАВЛІНСЬКА СТРУКТУРА СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Освіта є найважливішим механізмом формування культури, суми всіх людських досягнень, які можна передати людям. Тому освіта також має бути таким механізмом формування організаційного середовища.

Розглядаючи організаційне середовище, можна розрізняти домінуючу в ньому культуру та субкультури. Домінуюча культура пов'язана з основними цінностями, які приймаються більшістю членів організації і є характерними для організації. Субкультури формуються у великих організаціях і відображають спільні проблеми, з якими стикаються працівники, та їхній досвід вирішення. Домінуюча культура організації, принаймні на деклара-

тивному рівні, близька до універсальної культури в описаному вище сенсі, поділяє її цінності та визначає стратегію існування та розвитку організації. З іншого боку, субкультури – це, по суті, колективні явища, пов'язані з рівнем організаційної діяльності, де приймаються тактичні рішення технічного характеру, що сприяють відокремленню спеціалізованих робочих груп і формуванню специфічних локальних колективних цінностей. Розбіжність між основними та колективними цінностями, що проявляється в домінуючій культурі та субкультурах, призводить до організаційної нестабільності, яка, в разі її зближення з часом, підвищує стійкість та ефективність корпоративної діяльності [1, с. 70].

Існування двох різних культурних тенденцій вказує на необхідність механізмів формування відповідної культури, що забезпечує їх конвергенцію в процесі організаційного розвитку. Отже, прояв цінностей у задекларованих сферах професійних характеристик організації відповідає її домінуючій культурі, а освітні механізми формування цих характеристик мають бути забезпечені макropідходом. На рівні технічного вирішення проблем компанії важливу роль відіграють такі фактори, як розмір робочої групи, орієнтованої на це рішення, її структура, розподіл соціальних ролей і статусів, і, що найважливіше для ефективності діяльності, групова згуртованість. Як правило, ці фактори не розглядаються і не формуються при макropідході, оскільки виходять за рамки загальнопрофесійної компетенції. Очевидно, це вимагає інших, специфічних освітніх підходів до формування субкультур та їх розвитку, узгоджених з домінуючою культурою [3, с. 35].

Такими підходами є різні аспекти освіти. Загалом корпоративну освіту можна визначити як процес, за допомогою якого у суб'єкта формується образ людини, компетентної у вузькопрофесійному сенсі на конкретному робочому місці, зацікавленої в стійкості колективу (компанії, підприємства), в позитивному напрямі його розвитку і відчуває зацікавленість колективу в його особистому успіху. У макropідході корпоративний характер освіти пов'язаний з тим, що компанії, зацікавлені у фахівцях певної професії, об'єднуються по галузях для створення власної системи базової та додаткової професійної освіти. Під базовою освітою розуміють освіту, що відповідає одному з визначених законодавством освітніх рівнів.

Однак наведене вище визначення підприємницької освіти також включає формування «підприємницької особистості». Оскільки це однозначно стосується колективного аспекту підприємницької діяльності, то відповідні елементи підприємницької освіти мають забезпечувати як формування у суб'єктів цього процесу вузькоспеціалізованих умінь і навичок конкретного технічного характеру, так і забезпечення усвідомлення ними своєї професійної та особистої діяльності на рівні продуктивного мислення. Останнє є передумовою здатності жити і працювати стійко в конкретному трудовому колективі, ставити перед собою конкретні особисті цілі і приймати позитивне емоційне ставлення до підприємства для його і власної вигоди.

У більшості випадків цей аспект корпоративної освіти включає низку заходів, які безпосередньо не пов'язані з корпоративною освітою, таких як тренінги особистісного розвитку, екстремальні тренінги, різноманітні тимбілдинги та просто вечірки. Слід визнати, що такі освітні програми не пов'язані з конкретними бізнес-процесами організації.

Як можливий спосіб поєднання цих двох аспектів корпоративної освіти наразі розглядаються внутрішні університети – системи внутрішнього навчання, об'єднані єдиною концепцією в рамках стратегії розвитку організації та розраховані на менеджерів і фахівців усіх рівнів. Однак поза межами професійної освіти такі заклади пропонують лише навчання менеджменту в рамках домінуючої організаційної культури. У той же час, розвиток субкультур у напрямку, що відповідає домінуючій культурі, вимагає від компанії об'єднання на груповому рівні (рівні впровадження технологій) усіх без винятку працівників. Тому роль додаткового навчання в загальній практиці навчання на підприємстві слід розуміти набагато ширше, ніж це робиться в багатьох роботах на цю тему. Тут слід говорити про освіту як у вузькопрофесійній сфері, так і в комплементарних сферах (наприклад, забезпечення успішності корпоративних працівників у комунікативній сфері).

Для того, щоб зрозуміти взаємозв'язок між проявами організаційного середовища та розглянутими аспектами корпоративної освіти, необхідно враховувати очевидні етапи становлення корпоративної культури як запоруки успішного майбутнього організації. Узагальнюючи поняття організаційної культури, можна

сказати, що це, по суті, філософія та ідеологія управління, яка формує основу домінуючої культури, що розвивається на її основі в організації. Успіх організації безпосередньо залежить від того, наскільки домінуюча культура впливає на субкультуру на колективному (технічному) рівні цієї організації. Раціональна модифікація субкультури в цьому напрямку її суб'єктами призводить до формування єдиної, сильної корпоративної культури, зберігаючи при цьому позитивну індивідуальність субкультури [2, с. 150].

Системний характер взаємовпливу організаційної культури та корпоративної освіти обумовлений механізмами зворотного зв'язку в освітніх системах країн, що розвиваються. Зворотний зв'язок характеризує системи регулювання та управління, в тому числі соціальними процесами. Зворотний зв'язок є позитивним, якщо результат процесу посилює його. Якщо результат процесу послаблює його вплив, виникає негативний зворотний зв'язок. Важливою особливістю процесу розвитку системи є протиріччя між тенденцією до стабільності (посилення негативного зворотного зв'язку) і тенденцією до пошуку нових, більш раціональних способів існування системи (посилення позитивного зворотного зв'язку). В організаційній діяльності ці протиріччя можуть бути вирішені за допомогою вищезгаданої сфери організаційного середовища.

Домінуюча культура передбачає професійну освіту працівників організації у сферах, що відповідають інтересам компанії та посадовим обов'язкам працівників у межах цих інтересів. Розвиток організації вимагає підвищення рівня професійної освіти, розширення спектру професійних можливостей для працівників, збільшення кількості та якості формалізованих комунікацій.

Все це призведе до розвитку домінуючих елементів організаційної культури і, як наслідок, до пошуку і появи нових раціональних способів організаційного існування. Таким чином, ми маємо справу з позитивним зворотним зв'язком у системі розвитку (домінуюча корпоративна культура - корпоративне об'єднання на макрорівні). Цей позитивний зворотний зв'язок забезпечує здатність організації розвиватися, виходити в нові сфери і на нові рівні підприємницької діяльності. Типовим варіантом корпоративно-освітнього макропідходу є навчання працівників у корпоративному університеті.

Субкультури пов'язані з груповою діяльністю і пов'язані з комунікацією, що зумовлено необхідністю участі членів робочої групи в процесі реалізації певного технічного підходу або методики. У цьому процесі субкультура може узгоджуватися з організаційними цінностями, проголошеними домінуючою культурою, або ж суперечити цим цінностям. У першому випадку організація в цілому є стабільною, у другому – нестабільною. Тому корпоративні об'єднання, які формують компетентність працівників у вузько-професійному сенсі на конкретному робочому місці та гарантують їхній особистий успіх (у тому числі в комунікативній сфері), спрямовані на посилення негативного зворотного зв'язку, що призводить до модифікації конвергенції смислів і проявів домінуючої корпоративної культури та субкультур.

Таким чином, взаємозв'язок між організаційною культурою та стабільною економікою, організацією, що розвивається, і корпоративною освітою працівників має чітко виражений системний характер. Це проявляється в необхідності та можливості збалансованого поєднання позитивного зворотного зв'язку в системі «організаційна культура – корпоративне об'єднання» на домінуючі компоненти цієї культури та негативного зворотного зв'язку на субкультурні компоненти цієї системи в процесі організаційного розвитку.

Організаційна ідентичність – це сукупність особливостей уявлень, установок і поведінки людей, зумовлених приналежністю до єдиної групи, яка колективно досягає індивідуальних цілей, яких неможливо було б досягти поодиночі. Подібна група – підприємство – характеризується наявністю місії та спільних цілей, що впливають з неї. Зрозуміло, що одним із найяскравіших прикладів організаційної спільноти є освітня спільнота. Відповідні прояви корпоративності пов'язані з масштабом розгляду – від загальнолюдського до рівня предметно-методичної актуальності в школах.

Організаційна структура освітньої діяльності визначається нормативною базою та ціннісним наповненням цієї бази. Цей простір цінностей і норм і є організаційним середовищем педагогічної спільноти в її часткових організаційних проявах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Романовський О. Корпоративна культура вищого навчального закладу. *Рідна школа*. 2020. № 11. С. 69–74.

2. Романовський О. Університетська (академічна) корпоративна культура. *Освіта і управління*. 2021. Т. 14, № 1. С. 141–150.
3. Румянцев С.А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток. Київ: Знання, 2023. 149 с.

УДК 352:14

Чжоу Цзялян

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СЕРЕДОВИЩЕМ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

У сучасній науці організаційне середовище визнається універсальним соціальним феноменом, що охоплює різні рівні ієрархії (соціальні групи, спільноти, нації) і визначає унікальність, неповторність, а отже, ефективність та конкурентоспроможність будь-якої організації. Її вивченням займаються майже всі гуманітарні науки, включаючи соціологію, економіку, культурологію, соціальну психологію, філософію, етику, естетику, теорію організації, управління людськими ресурсами та ергономіку. З нашої точки зору, дослідження цього феномену має особливе значення для розвитку теорії і практики освітнього менеджменту, в тому числі для вирішення проблеми управління якістю освіти. Більше того, коли йдеться про моральну складову проблеми, яка ще недостатньо вивчена в педагогіці, звернення до організаційного середовища як системи колективних цінностей видається просто необхідним. Адже організаційне середовище – це не усвідомлення нового буття, а реалізація більш ніж 30-річних досліджень цього феномену, і як науковці, так і бізнес-консультанти дійшли висновку, що організаційне середовище має безпосередній вплив на всі виробничі процеси в організації.

Останнім часом низка досліджень надала емпіричні докази впливу організаційного середовища на результати діяльності організації з економічної точки зору. Середовище, будучи нематеріальним, пронизує діяльність організації, суттєво впливає на всі події, що відбуваються в організації, і визначає поведінку працівників відповідно до цінностей і норм, закладених в організації.

Відомі дослідники Коллінз і Робертс, проаналізувавши 18 успішних компаній на предмет того, що робить їх такими порівняно з менш конкурентоспроможними, дійшли однозначного висновку, що всі процвітаючі компанії мають «культову» організаційне середовище: пропагується ідеологія компанії, працівники керуються задекларованим суворим дотриманням проголошених принципів, а новий персонал ретельно відбирається для того, щоб він ідеально вписувався в організацію, поділяє цінності компанії та підтримує відчуття елітарності серед працівників.

Носіями організаційного середовища є люди, але в колективах, де культура сформована, організаційне середовище ніби відокремлюється від людей, стає самостійною сутністю, своєрідною «надгруповою свідомістю», особливим атрибутом організації, цілісним утворенням, яке не можна звести до суми індивідуальних культур працівників. Адже «середовище – це колективне програмування розуму, яке відрізняє представників однієї категорії людей від іншої», як дійшов висновку найвідоміший вчений Г. Хофстеде в результаті масштабного дослідження.

Г. Хофстеде, найвідоміший вчений, який прийшов до такого висновку після вивчення організаційного середовища транснаціональної компанії IBM у 67 країнах світу [2, с. 44].

Важливість феномену організаційного середовища підтверджується введенням у багатьох компаніях посади менеджера з організаційного середовища, в обов'язки якого входить управління факторами командоутворення, розробка ідеології та артефактів (зовнішніх проявів культури: логотипів, слоганів, корпоративного стилю одягу тощо), корпоративна освіта, корпоративна освіта, корпоративне навчання, організація заходів, моніторинг та модифікація ціннісних орієнтацій єдності, створення та підтримка емоційної атмосфери, корпоративного іміджу та «корпоративного духу».

Індикаторами сильного (високорозвиненого) організаційного середовища є стійка організаційна філософія (ідеологія), широке поширення організаційних цінностей і принципів, що впливають з них, сприятливий психологічний клімат, висока відповідальність працівників за спільну діяльність, згуртованість – «командний дух», відданість організації, гордість за результати роботи, колективна спрямованість. Заслужовує на увагу готовність відповідати

високим стандартам якості роботи як продукту компанії. Це пов'язано з тим, що саме люди в організації створюють її продукти, формують її середовище та внутрішній клімат, а також визначають її імідж. У бізнесі є аксіома: «Бізнес – це гроші, а гроші роблять люди, отже, бізнес – це люди». Ця нова філософія управління багато в чому пов'язана з процесом гуманізації свідомості людей, які до кінця ХХ-го століття прийшли до розуміння людини як найважливішої цінності у світовому розвитку. Сучасні процвітаючі підприємства спираються на людський потенціал як на основу своєї організації і оголошують персонал своїм головним активом, основним виробничим капіталом, а отже, головною метою управління.

Що стосується педагогічного менеджменту, то трансформація бюрократичної парадигми управління в школах на більш особистісно-орієнтовану відбулася в результаті «тихої управлінської революції» під впливом глобальних гуманістичних тенденцій. Головною цінністю педагогічного менеджменту є особистість, а його метою – створення умов для самореалізації особистості. Розуміння того, що саме людина творить освітню спільноту, змінює ставлення до проблеми управління її діяльністю і докорінно змінює філософію педагогічного менеджменту [1, с. 21].

Як показує практика, очевидно, що поведінка людей, у тому числі і педагогів, не тільки визначається управлінням зверху, але в соціальних спільнотах регулюється лише способом управління людською поведінкою – культурою, яка визначає унікальність, ефективність, успішність і конкурентоспроможність будь-якої організації, в тому числі і освітньої установи.

Судячи з останніх публікацій, інтерес до питання організаційного середовища з боку освітян (як науковців, так і практиків) останнім часом явно зріс. Сучасні дослідники розглядають феномен організаційного середовища як символічний інструмент організаційних та управлінських змін і стверджують, що питання його формування є не менш актуальним для освітніх установ, ніж для корпоративних структур. Дослідники зазначають, що організаційне середовище навчального закладу виступає чинником інтеграції інтересів об'єкта навчання та суб'єкта навчання через встановлення певних правил, поведінкових установок, поведінкових стереотипів, пов'язаних з певними видами діяльності та дотримання кодексів їх виконання.

Випускники будь-якої школи є продуктом роботи всього колективу, а не лише одного вчителя, і індивідуальні зусилля окремого вчителя дадуть бажані результати лише в тому випадку, якщо вони будуть скоординовані з діями інших вчителів. Дослідники неодноразово висловлювали у своїх працях висновок про те, що на кінцевий результат роботи навчального закладу значною мірою впливає рівень взаємодії всіх педагогів, «педагогічний ансамбль», як його описують відомі дослідники, зокрема А.С. Макаренка [3, с. 133].

В.О. Сухомлинський порушував питання формування спільних переконань як основи згуртованого колективу в педагогіці. У педагогічній літературі широко цитується їхнє одностайне твердження про те, що навчально-виховний процес не може відбуватися, якщо педагоги не мають спільних підходів, поглядів і переконань, єдиного тону чи плану дій, єдиних вимог до організації шкільного життя та оцінювання знань учнів. Саме педагогічний колектив відповідає за традиції, духовність і культуру освітньої спільноти, і чим сильніша його згуртованість, тим сильнішим і активнішим буде організаційне середовище.

Організаційне середовище цінне для управління освітою ще й тим, що, як показує практика, виконує кілька функцій одночасно. Аналіз спеціальної літератури та результати власних спостережень за розвитком цього явища в різних навчальних закладах (школах, ліцеях, дитячих закладах додаткової освіти, закладах вищої освіти) дозволили нам виділити основні функції організаційного середовища в освітній спільноті:

- функція внутрішньої інтеграції зміцнює організаційну згуртованість, стає своєрідним «соціальним клеєм», створює узгодженість у поведінці педагогів, сприяє взаєморозумінню, почуттю спільності, усвідомленню кожного педагога як члена однієї команди і так званої «спільної особистості»;
- функція зовнішньої адаптації формує певний імідж, який відрізняє заклад від будь-якого іншого та формує певний стиль взаємодії з представниками зовнішнього середовища (соціальними партнерами, батьками, випускниками, іншими навчальними закладами тощо).
- аксіологічна функція сприяє виробленню та закріпленню корпоративних цінностей (ставлення до школи, учнів, їхніх

батьків, випускників тощо), які, у свою чергу, впливають на погляди та переконання педагогів;

- стимулююча функція посилює процес залучення до роботи закладу, лояльність та відчуття приналежності до колективу;
- регулятивна функція формує єдиний нормативний простір та сприяє створенню і підтримці певних моделей поведінки, які є доцільними з огляду на традиції навчального закладу;
- інформаційна функція сприяє швидкій інтеграції нових педагогів у життя закладу, особливо на етапі адаптації. інформаційна функція є ключовим елементом життєдіяльності закладу, оскільки вона об'єднує інформацію про норми, правила та положення, стандарти діяльності, прийняті в даному колективі, його традиції, звичаї та ритуали;
- комунікативна функція забезпечує взаєморозуміння та взаємодію між педагогами [4, с. 75-76].

Деякі дослідники вже ставлять питання про можливість розвитку самостійної наукової дисципліни з власною теорією та понятійним апаратом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Козлова О.Г. Болонський процес та зміни у реалізації вітчизняної вищої освіти. *Болонський процес: проблеми, пошуки, перспективи*: Матеріали конференції. Суми: Університетська книга, 2006. С. 20–22.
2. Корпоративна культура навчального закладу. Київ: Редакції газет з управління освітою, 2012. 115 с.
3. Корпоративне управління / Т. Л. Мостенська [та ін.]; МОН України; Нац. ун-т харчових технологій; Нац. авіаційний ун-т. Київ: Каравела, 2008. 383 с.
4. Корпоративне управління і фондовий ринок / О. М. Царенко [та ін.]. Суми: Університетська книга, 2005. 333 с.

УДК 352:9

Троян О.Л.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПОВНОВАЖЕНЬ В ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Система повноважень в освітніх організаціях являє собою комплексний механізм розподілу та реалізації управлінських функцій між суб'єктами освітнього процесу. М. Головатий розглядає

повноваження як сукупність прав та обов'язків, делегованих керівником освітньої організації підлеглим для виконання поставлених завдань та досягнення стратегічних цілей. Управлінські повноваження в освітніх організаціях набувають особливого значення в контексті модернізації системи освіти та впровадження інноваційних підходів до організації освітнього процесу. Розподіл повноважень між керівництвом та педагогічним колективом створює підґрунтя для ефективного функціонування закладу освіти та досягнення високих показників якості надання освітніх послуг.

Структурна організація системи повноважень базується на принципах ієрархічності, функціональності та відповідальності. За визначенням Л. Карамушки, структура повноважень включає лінійні та функціональні зв'язки між керівником закладу освіти, його заступниками, керівниками структурних підрозділів та педагогічними працівниками. Горизонтальний розподіл повноважень забезпечує координацію діяльності різних підрозділів та служб освітньої організації, тоді як вертикальний – встановлює чітку підпорядкованість та відповідальність за прийняття управлінських рішень. Н. Бутенко підкреслює необхідність збалансованого розподілу повноважень для уникнення дублювання функцій та забезпечення ефективної комунікації між усіма учасниками освітнього процесу [3, с. 45].

Управління системою повноважень передбачає врахування специфіки освітньої організації як соціально-педагогічної системи. М. Євтух наголошує на взаємозв'язку між характером розподілу повноважень та результативністю освітнього процесу. Делегування повноважень у закладах освіти має відбуватися з урахуванням професійної компетентності працівників, їх досвіду та готовності до виконання додаткових обов'язків. В. Нагаєв розглядає делегування як інструмент професійного розвитку педагогічних працівників та засіб підвищення їх відповідальності за результати діяльності. О. Коберник та М. Гагарін визначають систему повноважень як динамічну структуру, яка потребує постійного вдосконалення та адаптації до змін освітнього середовища. Розподіл повноважень має враховувати стратегічні цілі розвитку освітньої організації, забезпечувати можливості для професійного зростання працівників та створювати умови для реалізації інноваційних освітніх проектів. І. Дичківська акцентує увагу на необхідності впровадження

інноваційних підходів до управління системою повноважень, які б відповідали сучасним вимогам до організації освітнього процесу [2, с. 152].

Т. Мостенська розглядає систему повноважень як ключовий елемент організаційної структури закладу освіти, який визначає ефективність управлінських процесів та якість освітніх послуг. Раціональний розподіл повноважень створює передумови для формування сприятливого психологічного клімату в колективі, підвищення мотивації працівників та розвитку їх професійного потенціалу. В. Андросюк підкреслює значення психологічних аспектів у процесі делегування повноважень та необхідність врахування індивідуальних особливостей працівників при розподілі управлінських функцій.

Система освітнього управління характеризується різноманітністю типів повноважень, які забезпечують функціонування закладів освіти на різних рівнях організаційної структури. В. Гладуш розглядає лінійні повноваження як базову форму управлінського впливу, що передбачає пряму підпорядкованість підлеглих керівнику та забезпечує єдність управління освітньою організацією. Лінійні повноваження реалізуються через право керівника приймати рішення та віддавати розпорядження підлеглим у межах своєї компетенції, контролювати їх виконання та вимагати звітності. Функціональні повноваження в системі освітнього управління пов'язані з виконанням специфічних завдань та функцій окремими підрозділами або працівниками освітньої організації. М. Вієвська, Л. Красовська, Н. Шкіря зазначають, що функціональні повноваження передбачають право керівників структурних підрозділів давати вказівки та рекомендації з питань, що належать до їх професійної компетенції. Штабні повноваження реалізуються через діяльність консультативно-дорадчих органів, які надають допомогу керівництву у прийнятті управлінських рішень та розробці стратегічних планів розвитку освітньої організації.

Процес делегування повноважень в освітніх організаціях базується на принципах доцільності, відповідальності та контролю. А. Кузьмінський підкреслює необхідність чіткого визначення меж повноважень та відповідальності при їх делегуванні, що забезпечує ефективність управлінських процесів та досягнення поставлених цілей. Паралельні повноваження передбачають спільну відпові-

дальність кількох підрозділів або працівників за виконання певних завдань, що сприяє підвищенню якості освітніх послуг та розвитку командної взаємодії.

Таблиця 1.1

**Класифікація типів повноважень в системі
освітнього управління**

Тип повноважень	Характеристика	Сфера застосування
Лінійні	Передбачають пряму підпорядкованість та єдиноначальність	Загальне керівництво освітньою організацією
Функціональні	Пов'язані з виконанням специфічних професійних завдань	Управління окремими напрямками діяльності
Штабні	Реалізуються через консультативно-дорадчі органи	Стратегічне планування та експертна підтримка
Проектні	Діють в межах конкретних освітніх проектів	Реалізація інноваційних програм
Представницькі	Забезпечують зовнішні комунікації	Взаємодія з партнерами та стейкхолдерами

Адміністративні повноваження в системі освітнього управління охоплюють питання організації освітнього процесу, кадрового забезпечення, матеріально-технічного оснащення та фінансово-господарської діяльності. І. Найдьонов та А. Ігнатюк розкривають взаємозв'язок між характером адміністративних повноважень та ефективністю управління освітньою організацією. Операційні повноваження пов'язані з безпосередньою реалізацією освітніх програм, організацією навчально-виховного процесу та забезпеченням якості освітніх послуг. Стратегічні повноваження в системі освітнього управління спрямовані на розробку та реалізацію довгострокових планів розвитку освітньої організації. Л. Кондрашова обґрунтовує необхідність раціонального розподілу стратегічних повноважень між різними рівнями управління для забезпечення сталого розвитку закладу освіти. Проектні повноваження реалізуються в межах конкретних освітніх проектів та інноваційних програм, що дозволяє концентрувати ресурси та зусилля на досягненні визначених цілей [1, с. 34].

Координаційні повноваження забезпечують узгодженість дій різних підрозділів та працівників освітньої організації. О. Кучерявий наголошує на значенні координаційних повноважень у процесі формування єдиного освітнього простору та забезпечення

системності управлінських впливів. Представницькі повноваження пов'язані з реалізацією зовнішніх комунікацій освітньої організації, встановленням партнерських відносин з іншими закладами освіти, громадськими організаціями та органами управління освітою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева О. В. Формування громадянської позиції сучасної молоді. *Педагогіка і психологія*. 2022. № 3. С. 31-35.
2. Андросюк В. М. Педагогічний менеджмент і психодидактика : навч. посіб. Тернопіль : *Економічна думка*, 2018. 216 с.
3. Андросюк І. В., Андросюк І. П. Методика виховної роботи : навч. посіб. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2024. 320 с.

UDC 352/17

Liao Xiaojin, Kateryna Dudnyk

Sumy National Agrarian University

COST CONTROL IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs)

Small and medium-sized enterprises (SMEs) play a vital role in the global economy, contributing to job creation, innovation, and economic growth. However, SMEs often face financial constraints due to limited access to capital, high operational costs, and intense competition. In such an environment, cost control becomes a crucial management tool to ensure financial stability and long-term success.

Cost control refers to the process of managing and reducing expenses to improve profitability without compromising the quality of products or services. For SMEs, where profit margins are often narrow, cost control is essential for several reasons: (1)Enhancing Profitability: By minimizing unnecessary expenses, SMEs can improve their profit margins and reinvest in growth opportunities.(2)Ensuring Sustainability: Effective cost control helps SMEs maintain financial stability, enabling them to withstand economic downturns and market fluctuations. (3) Improving Competitiveness: By reducing costs, SMEs can offer competitive pricing, attract more customers, and gain a larger market share.

Key Strategies for Cost Control in SMEs: (1) Creating a detailed budget and financial plan is the foundation of cost control. SMEs should regularly monitor their income and expenses, identify areas of overspending, and adjust their budgets accordingly. This helps in

allocating resources more efficiently and avoiding unnecessary expenditures. (2) Inventory Management Effective inventory management is crucial for reducing costs related to overstocking, spoilage, and waste. SMEs can adopt practices such as just-in-time (JIT) inventory systems, which minimize storage costs and ensure timely availability of materials. (3) Outsourcing Non-Core Activities such as accounting, IT services, and marketing, can help SMEs reduce labor and operational costs. This allows businesses to focus on their core competencies while leveraging external expertise. (4) Implementing energy-efficient practices, such as using energy-saving equipment and reducing waste, can lead to significant cost savings. Additionally, adopting sustainable practices can enhance the brand's reputation and attract environmentally conscious customers. (5) Investing in technology, such as accounting software, inventory management systems, and automation tools, can streamline operations and reduce costs. For example, cloud-based solutions can lower IT infrastructure costs and improve data accessibility.

Despite the benefits, SMEs face several challenges in implementing cost control strategies. SMEs often lack the financial and human resources needed to implement advanced cost control measures. Employees and managers may resist new cost control practices due to a lack of understanding or fear of job displacement. Many SMEs lack the expertise needed to develop and implement effective cost control strategies. Fluctuating market conditions can make it difficult for SMEs to predict and manage costs effectively. To overcome these challenges and enhance cost control practices, SMEs should provide training to employees and managers on cost control techniques and the importance of financial management. Adopt cost-effective technological solutions to automate processes and improve efficiency. Regularly monitor expenses and evaluate the effectiveness of cost control measures to identify areas for improvement. Seek advice from financial consultants or industry experts to develop tailored cost control strategies and Focus on Sustainability to reduce costs and enhance brand value.

Cost control is a vital component of managing SMEs, as it directly impacts their profitability, sustainability, and competitiveness. By adopting effective cost control strategies, such as budgeting, inventory management, outsourcing, and technology adoption, SMEs can reduce expenses and improve their financial performance. While challenges

exist, SMEs can overcome them through training, technology, and collaboration with experts. Ultimately, cost control is not just about cutting expenses but about making strategic decisions that drive long-term success.

REFERENCES

1. Berry, A., & Jarvis, R. (2011). *Accounting in a Business Context*. Cengage Learning.
2. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.
3. Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting*. Cengage Learning.
4. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.
5. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

UDC 353/12

Ding Yuhong, Kateryna Dudnyk

Sumy National Agrarian University

THE RESEARCH ON SATISFACTION OF INCENTIVE MECHANISM OF NS UNIVERSITY ADMINISTRATORS BASED ON TWO-FACTOR THEORY

The Two-Factor Theory, also known as the Motivation-Hygiene Theory, was proposed by American psychologist Frederick Herzberg. This theory categorizes factors affecting job satisfaction into two groups: hygiene factors and motivators. Hygiene factors are typically related to the work environment, and their absence can lead to employee dissatisfaction; however, even when these factors are met, they do not necessarily inspire high satisfaction or motivation. On the other hand, motivators are associated with the work itself, such as achievement, recognition, the work itself, responsibility, and opportunities for growth. When these factors are fulfilled, they can stimulate employees' enthusiasm and high satisfaction.

The Two-Factor Theory can be applied in analyzing the satisfaction of managers in the incentive mechanisms at Nanshan College in Yantai. Firstly, it is necessary to evaluate hygiene factors, such as managers' compensation and benefits, work environment, and relationships with superiors and subordinates, to determine if they meet employees' basic expectations. Secondly, attention should be paid to motivators, such as

managers' career development opportunities, decision-making involvement, and sense of achievement, which are crucial for enhancing managers' satisfaction and motivation. Through surveys and analysis, one can understand the current satisfaction level of managers with the incentive mechanisms and then propose targeted improvement suggestions, such as optimizing compensation and benefits systems, providing more career development opportunities, enhancing managers' sense of involvement and achievement, in order to enhance overall manager satisfaction and work efficiency.

REFERENCES:

1. Dong Manxue. Research on the Incentive Mechanism for Management Groups in Colleges and Universities[J]. Educational Exploration, 2008(1): 46-47.
2. Liu Minji. Improving the Administrative Efficiency of Colleges and Universities from the Perspective of Institutional Construction [J]. Journal of Sun Yat-sen University Forum, 2007(7):127-130.
3. Bao Chuanyou, Mao Yqing, Zhao Desheng. The Construction of Performance Evaluation Indicator System for Administrative Personnel in Higher Education Institutions - A Case Study of University A[J]. Journal of the State Administration Institute of Education, 2006 (6) 67-72.
4. Huang Jianqing. An Analysis of Administrative Personnel Motivation in Higher Education Institutions: Challenges and Solutions [J]. Contemporary Education Forum, 2007(6):24-26.

UDC 354:2

Liao Xiaojin, Kateryna Dudnyk

Sumy National Agrarian University

RESEARCH ON MANAGEMENT MODE BASED ON TRANSFORMATION OF MODERN CATERING

The catering industry has evolved from traditional, labor-intensive operations to a dynamic sector driven by technology, innovation, and changing consumer demands. The rise of digital platforms, the emphasis on sustainability, and the need for personalized customer experiences have reshaped the way catering businesses operate. To adapt to these changes, modern catering enterprises must rethink their management modes, incorporating new strategies and tools to enhance efficiency, profitability, and customer satisfaction.

Technology has revolutionized the catering industry, enabling businesses to streamline operations, improve customer engagement, and

reduce costs. The adoption of digital tools such as online ordering systems, mobile payment platforms, and data analytics has become essential for modern catering enterprises. For example, data analytics allows businesses to track customer preferences, optimize menus, and forecast demand, leading to more informed decision-making. Today's consumers demand convenience, quality, and personalized experiences. The rise of food delivery apps, the popularity of healthy and sustainable food options, and the growing interest in ethnic cuisines have forced catering businesses to adapt their offerings. Management modes must now focus on flexibility, innovation, and customer-centric strategies to meet these evolving demands. Sustainability has become a key consideration for both consumers and businesses. Catering enterprises are increasingly adopting eco-friendly practices, such as reducing food waste, sourcing locally grown ingredients, and using biodegradable packaging. These practices not only align with consumer values but also contribute to cost savings and long-term sustainability.

Digital transformation is at the core of modern catering management. By leveraging technologies such as artificial intelligence (AI), the Internet of Things (IoT), and cloud computing, catering businesses can optimize operations and enhance customer experiences. For instance, AI-powered chatbot can handle customer inquiries, while IoT-enabled kitchen equipment can monitor food storage conditions in real time. Smart management systems also enable businesses to track inventory, manage staff schedules, and analyze financial performance more efficiently. Modern catering management must prioritize customer satisfaction by offering personalized experiences and engaging with customers through multiple channels. Loyalty programs, feedback systems, and social media engagement are effective tools for building strong customer relationships. Additionally, businesses can use customer data to tailor menus, promotions, and services to individual preferences. Sustainability should be integrated into every aspect of catering management. This includes adopting green procurement policies, minimizing food waste through better inventory management, and implementing energy-efficient practices. For example, some catering businesses have introduced «zero-waste» initiatives, where all food by-products are repurposed or recycled. Such practices not only reduce environmental impact but also enhance the brand's reputation. The ability to adapt quickly to changing market conditions is crucial for

modern catering enterprises. Agile management modes emphasize flexibility, innovation, and continuous improvement. For instance, businesses can adopt a modular menu system that allows for quick adjustments based on seasonal availability or customer demand. Similarly, cross-training staff to perform multiple roles enhances operational flexibility and reduces labor costs.

Despite the benefits, catering businesses face several challenges in adopting modern management modes. These include: Implementing advanced technologies and sustainable practices often requires significant investment, which may be a barrier for small and medium-sized enterprises (SMEs). Employees and managers may resist new management modes due to a lack of understanding or fear of job displacement. The increased reliance on digital tools raises concerns about data privacy and cybersecurity. Catering businesses must navigate complex regulations related to food safety, labor laws, and environmental standards.

To successfully implement modern management modes, catering enterprises should consider the following strategies: (1) Adopt digital tools that align with the business's needs and budget. (2) Start with scalable solutions that can grow with the business. (3) Provide training and support to help staff adapt to new technologies and management practices. (4) Integrate eco-friendly practices into daily operations and communicate these efforts to customers. (5) Use social media, loyalty programs, and feedback systems to build strong customer relationships. (6) Stay informed about industry trends and consumer preferences to remain competitive.

The transformation of the modern catering industry presents both challenges and opportunities for businesses. By adopting innovative management modes that leverage technology, prioritize customer satisfaction, and embrace sustainability, catering enterprises can enhance their competitiveness and ensure long-term success. While the transition may require significant effort and investment, the benefits of improved efficiency, profitability, and customer loyalty make it a worthwhile endeavor. As the industry continues to evolve, catering businesses must remain agile and proactive in their approach to management.

REFERENCES

1. Davis, B., Lockwood, A., & Alcott, P. (2018). Food and Beverage Management. Routledge.

2. Jones, P., & Comfort, D. (2020). «The Digital Transformation of the Catering Industry.» *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 123-135.
3. Smith, R., & Ong, B. (2019). «Sustainable Practices in the Catering Industry: Challenges and Opportunities.» *International Journal of Hospitality Management*, 78, 45-52.
4. Wang, Y., & Chen, L. (2021). «The Role of Artificial Intelligence in Modern Catering Management.» *Journal of Foodservice Business Research*, 24(3), 210-225.
5. Zhang, H., & Li, X. (2020). «Customer-Centric Approaches in the Catering Industry: A Case Study of Successful Practices.» *Journal of Consumer Marketing*, 37(4), 456-468.

UDC 354.12

Sun Jiahao, Kateryna Dudnyk

Sumy National Agrarian University

THE ROLE OF PERFORMANCE MANAGEMENT IN ENHANCING WORKFORCE PRODUCTIVITY: INSIGHTS FROM XIAOMI TECHNOLOGY CO., LTD.

Performance management is crucial for workforce productivity, especially in fast-paced e-commerce. Xiaomi Technology Co., Ltd. applies an innovative approach to enhance efficiency and motivation. This paper analyzes Xiaomi's strategies to highlight performance management's role in e-commerce success.

Performance management involves setting clear goals, monitoring employee progress, and providing continuous feedback to enhance productivity. Studies suggest that companies with well-structured performance management systems experience higher employee engagement, increased efficiency, and improved job satisfaction [1]. A well-defined performance management system not only enhances individual performance but also strengthens organizational effectiveness, making it a critical component of sustainable business growth.

One key element of performance management is performance appraisal, which allows companies to assess employees' contributions and align them with business objectives. Research from the University of Pennsylvania indicates that organizations implementing continuous feedback mechanisms witness a 12% increase in employee performance compared to those relying solely on annual evaluations [6]. Xiaomi has adopted a real-time performance evaluation system, ensuring that employees receive timely feedback and recognition for their work, which

fosters engagement and motivation.

Xiaomi employs an innovative human resource management model that significantly differs from traditional hierarchical structures. The company follows a flat organizational structure with three main levels—key founders, department heads, and employees. Unlike conventional management approaches, where decision-making authority is concentrated at the top, Xiaomi fosters a culture of autonomy and decentralization. This structure not only speeds up decision-making but also enhances employee accountability and innovation [3].

Another significant aspect of Xiaomi's performance management is its data-driven approach. The company leverages advanced business software and AI-driven analytics to monitor employee performance in real time. This allows managers to identify areas for improvement, allocate resources efficiently, and provide constructive feedback based on actual performance metrics [4]. By integrating technology into HR operations, Xiaomi has created a system that minimizes bias in performance evaluation and ensures objective assessments.

Apart from structured performance management, Xiaomi emphasizes employee motivation through equity incentive plans. The company provides stock options to key employees as part of its long-term incentive strategy, reinforcing commitment and motivation. In 2022, Xiaomi allocated 21 million yuan (\$3.2 million) in company shares to a selected group of core employees, recognizing their contributions to the company's growth and innovation [5]. Equity incentives have proven to be effective in reducing employee turnover and fostering loyalty, especially in tech-driven organizations where retaining talent is crucial.

In addition to financial incentives, Xiaomi implements a results-oriented workplace culture that encourages creativity and responsibility. Employees are evaluated based on their output rather than traditional metrics like working hours, allowing them greater flexibility in managing tasks while ensuring high performance standards. This system aligns with modern HR theories, which emphasize outcome-based performance measurement as a key driver of productivity and innovation [2].

While Xiaomi has adopted a progressive approach to performance management, it is essential to compare its practices with other e-commerce giants. Companies like Alibaba and Amazon implement similarly data-driven and results-focused performance strategies. For instance, Amazon's «rank and yank» system has been criticized for

fostering a high-pressure work environment, whereas Xiaomi's method focuses on a more balanced and employee-friendly approach. Studies show that companies integrating continuous learning opportunities, real-time feedback, and fair incentive structures experience higher levels of employee satisfaction and retention [3].

Moreover, e-commerce companies often face challenges in measuring employee performance due to the remote and fast-paced nature of the industry. Xiaomi overcomes this issue by using key performance indicators (KPIs) tailored to different job roles, ensuring that evaluations are aligned with actual contributions. By focusing on goal-oriented and data-backed assessments, Xiaomi sets an industry benchmark for performance management in e-commerce.

Xiaomi's performance management integrates autonomy, technology, and incentives, enhancing workforce productivity. Through real-time feedback, equity incentives, and flexible policies, the company fosters a performance-driven culture aligned with modern business needs. These strategies boost individual efficiency and overall organizational success.

This analysis suggests that data-driven evaluations, outcome-based rewards, and decentralized management can benefit other e-commerce firms. As the industry evolves, performance management remains vital for business growth and competitiveness. Future research could examine how Xiaomi adapts its model to market shifts and technological advancements to refine best practices.

REFERENCES

1. Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Handbook of Human Resource Management Practice* (15th ed.). Kogan Page.
2. Dessler, G. (2019). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.
3. Harvard Business Review. (2023). Effective performance management strategies. Kim, H., & Kang, J. (2021). Xiaomi's unique HR model: A decentralized approach to performance management. *Korea Science Journal*, 37(4), 112-125.
4. Multiable. (2024). Effective HR systems and business software: A case study on Xiaomi.
5. Sixth Tone. (2022). Xiaomi rewards key employees with stock options.
6. University of Pennsylvania HR Department. (2023). Effective performance management.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ЩОДО ЗАГАЛЬНОПРОФЕСІЙНИХ ДИСЦИПЛІН

Системо-утворюючий компонент системи управління якістю професійної підготовки фахівців – диференційована самостійна робота студентів – забезпечує цілісність та орієнтованість усієї системи на розвиток суб'єктності студента як його системної професійно-особистісної якості, що характеризує готовність до самореалізації у професійній сфері діяльності (компетентність).

Диференційована самостійна робота студентів – це самоврядна предметно-практична та пізнавальна діяльність з виконання системи різних за змістом, рівнем складності та видами завдань під опосередкованим керівництвом та контролем з боку викладача, що вимагає активності студента у подоланні суб'єктивної труднощі виконання завдання.

Диференційований характер змісту професійної підготовки спеціаліста, заснований на задоволенні вимог замовників (особистості, суспільства, роботодавця), дозволяє забезпечити модульну програму навчання спеціаліста, що включає модулі державного освітнього стандарту, модулі на вибір студента, модулі замовника та що дозволяє вибудувати індивідуальну траєкторію навчання для кожного студента.

Контекстна технологія управління навчальним процесом – це нормативний опис діяльності учасників моделювання (студентів, викладача, замовників) соціального та професійного контексту професійної діяльності щодо вирішення проблемних професійних ситуацій, що спонукає студента до виконання навчально-професійних дій та опосередковує їх реалізацію.

В даний час підвищення якості професійної підготовки спеціаліста відповідно до сучасних вимог є актуальною проблемою педагогічної науки. Якість професійної підготовки фахівців значною мірою зумовлена ефективністю керування процесом навчання. Під якістю професійної підготовки спеціаліста розуміється ступінь відповідності результату процесу навчання вимогам-цілям, які пред'являються споживачами освітніх послуг.

Будучи похідними від вимог, які пред'являються замовниками

до результату освіти, мети та зміст професійної підготовки студентів визначаються компетентною моделлю спеціаліста – сукупністю універсальних (ключових) та професійних, компетенцій, обумовлених особистісно-діяльнісним підходом до освіти та у процесі виконання комплексу професійних дій [2, с. 104].

Реалізації змін, що детермінуються компетентнісним підходом, на практиці сприятиме використання професійно-орієнтованої системи управління якістю професійної підготовки студентів, побудованої на основі інтеграції підходів: компетентнісного, контекстного, модульного, диференційованого та партисипативного.

Компетентнісна модель спеціаліста, будучи описовим аналогом, що відображає узагальнений образ компетентного спеціаліста, затребуваного сучасними споживачами освітніх послуг, являє собою сукупність універсальних та професійних (нормативно-правові, загально-предметні, предметно-профільні, організаційно-управлінські компетентні, проектувальні проектування).

Реалізації цілей забезпечення якості навчального процесу відповідно до вимог замовників сприяє система управління, що має у своїй структурі контекстну технологію управління, диференційовану самотійну діяльність студентів та модульну програму навчальної дисципліни як сукупність взаємопов'язаних елементів, що беруть участь у впливі на якість професійного навчання та забезпечують його рух у напрямі мети.

Системо-утворюючий компонент системи управління якістю професійної підготовки фахівців – диференційована самотійна робота студентів – забезпечує цілісність та орієнтованість усієї системи на розвиток суб'єктності студента як його системної професійно-особистісної якості, що характеризує готовність до самореалізації у професійній сфері діяльності (компетентність).

Диференційована самотійна робота студентів – це самоврядна предметно-практична та пізнавальна діяльність з виконання системи різних за змістом, рівнем складності та видами завдань під опосередкованим керівництвом та контролем з боку викладача, що вимагає активності студента у подоланні суб'єктивної труднощі виконання завдання

Диференційований характер змісту професійної підготовки спеціаліста, заснований на задоволенні вимог замовників (особистості, суспільства, роботодавця), дозволяє забезпечити

модульну програму навчання спеціаліста, що включає модулі державного освітнього стандарту, модулі на вибір студента, модулі замовника та що дозволяє вибудувати індивідуальну траєкторію навчання для кожного студента.

Контекстна технологія управління навчальним процесом - це нормативний опис діяльності учасників моделювання (студентів, викладача, замовників) соціального та професійного контексту професійної діяльності щодо вирішення проблемних професійних ситуацій, що спонукає студента до виконання навчально-професійних дій та опосередковує їх реалізацію. Безпеці якості професійної підготовки відповідно до компетентнісної моделі спеціаліста сприяє реалізація системи управління цією якістю на основі інтеграції компетентнісного, контекстного, модульного, диференційованого та партисипативного підходів, що виступають як теоретико-методологічна основа прийняття управлінського рішення в умовах задоволення вимог споживачів [1, с. 22]

Для досягнення високого ступеня відповідності освітнього результату вимогам-цілям, що пред'являються споживачами освітніх послуг до якості професійної підготовки, компетентна модель спеціаліста як описовий узагальненого образу компетентного спеціаліста, затребуваного споживачами, реалізується в навчальному процесі за допомогою трансформації професійних компетенцій (нормативно-правові, проектувальні, адаптивно-ситуаційні) у конкретні навчально-професійні дії з навчальної дисципліни, що здійснюються на основі комплексного професійних знань, умінь і професійно-особистісних якостей, що набуває в режимі контекстного навчання

Система управління якістю професійної підготовки фахівців включає підсистеми контекстної технології управління, диференційованої самостійної діяльності студентів та модульної програми навчальної дисципліни. Контекстна технологія управління як нормативний опис діяльності учасників передбачає організацію керуючого впливу на навколишнє середовище та ґрунтується на різноплановому моделюванні учасниками навчання студентами, викладачами, роботодавцями) ситуацій вирішення професійних завдань. Модульна програма навчальної дисципліни – гнучка освітня структура, що включає модулі державного стандарту, модулі на вибір студента, модулі замовника та орієнтована за своїм

змістом на гнучке реагування на зміну потреб споживачів.

Системо-утворюючим компонентом системи управління якістю професійної підготовки фахівців є диференційована самостійна робота студентів як самокерована предметно-практична і пізнавальна діяльність з виконання різних за змістом, рівнем складності та видів завдань під опосередкованим керівництвом і контролем з боку викладача, що вимагає активності студента в подоланні суб'єктивної його фахівця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Owens G. The Model in «Universities Quarterly»// Universities Quarterly. Higher education and society. Vol. 25. Nr. 1. 2022 P. 20-27.
2. Russel J.D. Modular Instruction // A. Guide to the Design, Selection, Utilization and Evaluation of Modular Materials. Minneapolis, Minnesota: Burgess Publishing Company. 2024. – 164 p.

УДК 372:004:1

Кун В.І., Геращенко Т.Г.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У СИСТЕМІ ОСВІТИ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Аналіз місця та ролі комунікаційного менеджменту в системі освіти висувається до ряду найважливіших теоретичних та практичних проблем сучасності. В освітньому середовищі сучасної соціальної реальності комунікаційний менеджмент виконує системо- та культуро-утворюючу роль, що сприяє стабілізації та впорядкуванню культурно-комунікативної ситуації в суспільстві в цілому та в галузі освіти та виховання зокрема.

Необхідність комунікаційного менеджменту як системи історично визначених норм регламентації процесів спілкування, а також способів передачі інформації з метою досягнення взаєморозуміння та згоди диктується потребами модернізації системи освіти в контексті нових тенденцій суспільного розвитку.

Відповідно до метою дослідження проведено аналіз змісту понять «комунікація», «спілкування», «взаєморозуміння» з точки зору їх місця та ролі в управлінні комунікативними процесами

комунікативного простору системи освіти; визначено основні підходи до феномену комунікації у контексті особливостей цивілізаційного розвитку суспільства з метою виявлення можливостей їх використання як методологічної бази дослідження управління комунікаційними процесами у системі освіти; проведено філософсько-культурологічний аналіз особливостей комунікативної ситуації XX століття, а також шляхів та способів впливу її складових на систему освіти та формування комунікативної особистості [2, с. 144].

У даних тезах розглядається співвіднесеність понять «комунікаційний менеджмент» та «зв'язки з громадськістю» з метою визначення їх місця та ролі у забезпеченні стабілізації комунікативної ситуації системи освіти, завдяки чому можливе здійснення наступності та поступального розвитку у культурно-комунікативному просторі системи освіти та виховання.

Вирішуючи завдання, які були поставлені в цій роботі, ми виходили з провідних ознак комунікативної ситуації XX століття, які визначили актуальність використання комунікаційного менеджменту в системі освіти: зростаючий розрив між культурою і освітою, пріоритет прагматичної спрямованості освіти на шкоду гуманітарній, поширення глобальної мережі Інтернет і фрагментарних процесів освітнього середовища сучасного етапу розвитку суспільства.

Здійснено комплексний аналіз сучасної комунікативної ситуації та соціальних механізмів адаптації людини до умов інформаційно-комунікативного середовища, що різко змінюється, обґрунтовується необхідність дослідження особливостей управління комунікаціями в контексті реалізації основних положень культуро-центристської парадигми системи освіти [1, с. 8].

Доводиться, що комунікаційний менеджмент у системі освіти виконує системо- і культуро-утворювальну роль, що забезпечує розвиток сучасної школи відповідно до потреб цивілізаційного розвитку суспільства в цілому, а системоутворювальними факторами комунікаційного менеджменту (і зв'язків з громадськістю в повному обсязі їх проявів), інституційну стійкість та цілісність системи освіти.

У теоретичному плані обґрунтовано необхідність дослідження комунікаційного менеджменту системи освіти у контексті

особливостей сучасного цивілізаційного розвитку суспільства. В результаті дослідження доводиться, що комунікаційний менеджмент виконує інформаційно-комунікативну функцію у процесі стабілізації комунікативних процесів сучасної системи освіти, виявляється культуро- та системо-утворююча роль комунікаційного менеджменту, що використовується у сфері освіти з метою підвищення ефективності інноваційних технологій управління навчально-виховним процесом; розглядаються основні підходи до проблеми комунікації з точки зору розробки концепції управління інформаційно-комунікативними процесами комунікаційного менеджменту в системі освіти [3, с. 402].

Упорядкування та стабілізація комунікативного простору системи освіти забезпечується використанням різноманіття комунікативних технологій управління комунікаціями, завдяки чому можливе здійснення наступності та поступального розвитку у культурно-комунікативному процесі функціонування аналізованої системи.

Провідними ознаками комунікативної ситуації ХХ – початку ХХІ ст., що визначили актуальність використання комунікаційного менеджменту в системі освіти, є зростаючий розрив між культурою і освітою, пріоритети прагматичної спрямованості освіти на шкоду людино-центристській, поширення глобальної мережі Інтернет, фрагментарність життєвого світу і культури сучасної людини та ін. розвитку суспільства.

Умовою здійснення соціалізації особистості, виховання необхідних комунікативних якостей, що забезпечують адаптацію людини до сучасного інформаційно-комунікативного середовища, є ефективно використовувані соціальні механізми закріплення і трансляції соціокультурного досвіду поколінь, як вироблені в ході історико-культурного розвитку народів (традиції, звичаї, обряди, ігри). зв'язки з громадянською, комунікаційний менеджмент, засоби масової комунікації, Інтернет тощо).

Комунікаційний менеджмент виконує культуро-утворюючу роль, що забезпечує функціонування сучасної школи в системі освіти відповідно до потреб цивілізаційного розвитку суспільства в цілому, а також є необхідним елементом створення умов для інтелектуального та духовно-морального розвитку особистості; системотворча роль комунікаційного менеджменту забезпечується

соціальними механізмами виховання, що створюють інституційну стійкість та цілісність системи освіти.

ЛІТЕРАТУРА

- 1) Bell, D. The Year 2022. The Trajectory of an Idea // Toward the Year 2022. Work in Progress / Ed. By D. Bell. - Boston, 2022. P. 5-12.
- 2) Black, S. Introduction to Public Relations / S. Black. Lnd.: Modino Press, 2023. 223 p.
- 3) Habermas, J. Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns / J. Habermas. Frankfurt am Main, 2024. 616 s.

УДК 372:27

Шарапова А.А.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

ПОВНОВАЖЕННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ОСВІТИ

Діяльність органів місцевого самоврядування з управління системою освіти на підвідомчій їм території та щодо забезпечення реалізації конституційного права людини і громадянина на освіту є одним із самостійних напрямків діяльності органів місцевого самоврядування.

Повноваження органів місцевого самоврядування галузі освіти похідні від завдань та функцій, які ставлять їх локальне законодавство і державне законодавство.

Функції та повноваження є самостійними елементами правового статусу будь-якого органу влади та управління. Тому об'єднання в єдиної правової формулі у межах однієї норми, як і робиться у нормативно-правових актах державного і регіонального значення, закріплюють повноваження органів місцевого самоврядування у сфері освіти, неприпустимо. Їх необхідно групувати у структурі нормативного акту таким чином, щоб вони не перетинали один одного.

При формулюванні повноважень органів місцевого самоврядування в галузі освіти у законодавстві необхідно використовувати як пряме закріплення за ними конкретних прав та обов'язків, так і можливість наявності дискреційних повноважень, коли органи місцевого самоврядування на власний розсуд беруть на себе

вирішення питань, не віднесених законодавством до керування освітою інших суб'єктів [1, с. 108].

Повноваження органів місцевого самоврядування у сфері освіти може бути визначено як державними законами і законодавством місцевих органів влади, а й муніципальним нормотворчістю, керуватися цими органами з власної ініціативи, у разі, якщо у законодавстві є прогалини і немає прямої заборони стосовно органів місцевого самоврядування.

Тенденції та закономірності розвитку системи публічної влади та управління в нашій державі багато в чому визначаються необхідністю забезпечення, з одного боку організаційно-правової єдності цієї системи, з іншого – розвитку в ній демократичних начал. Правовідносини, що виникають у зв'язку з управлінням муніципальними органами освітніми процесами, не можуть бути абсолютно незалежними від держави. Органи державної влади та місцевого самоврядування зобов'язані здійснювати узгоджену, взаємопов'язану діяльність з питань управління освітою та забезпечення конституційного права громадян на освіту [3, с. 6].

Більш чіткому поділу функцій та повноважень органів державної влади та органів місцевого самоврядування в галузі освіти може стати система угод щодо розмежування сфер діяльності та компетенції між ними. Тому ще одним важливим правовим джерелом повноважень органів місцевого самоврядування в галузі освіти є угоди про розмежування повноважень та предметів ведення між органами влади та муніципальними ланками.

Критерієм розмежування повноважень державних органів та органів місцевого самоврядування в галузі освіти повинні служити права та законні інтереси людини та громадянина при отриманні ними якогось виду освіти, передбаченого законодавством України. Якщо при цьому порушені інтереси особи як мешканця певної територіальної одиниці, і питання цілком вирішуємо на муніципальному рівні, то повноваження за його рішенням повинні належати органам місцевого самоврядування. Якщо порушені правничий та законні інтереси особи як громадянина України, чи муніципальні органи неспроможна вирішити проблеми, віднесені до їх компетенції, питання має вирішуватися органами структури державної влади.

У першу чергу, основним повноваженням органів місцевого

самоврядування є загальне керівництво муніципальною системою освіти, яка є сукупністю освітніх установ різних організаційно-правових форм та видів, які здійснюють державну політику в галузі освіти.

Діяльність органів місцевого самоврядування з керівництва муніципальної освітньої системи загалом має стосуватися вирішення загальних питань планування та організації навчального процесу у освітніх установах, розташованих біля муніципальної одиниці, і створення загально-соціальних умов їх функціонування [2].

У муніципальній системі освіти особливу увагу займають муніципальні освітні установи. По відношенню до них органи місцевого самоврядування наділяються додатковими повноваженнями: щодо ліцензування діяльності таких установ, здійснення кадрової політики, контролю за дотриманням державних освітніх стандартів, правами та обов'язками щодо фінансування їх роботи, утримання та розвитку їхньої матеріальної бази, соціального захисту їхніх співробітників та учнів. Все це передбачає зміну фінансової, бюджетної та податкової політики, перерозподіл фінансових коштів на користь муніципальних одиниць, встановлення нового місцевого податку на утримання муніципальних освітніх установ із урахуванням місцевих чинників.

У зв'язку з можливістю, а ряді випадків і необхідністю укладання угод про розмежування повноважень між органами державної влади України та органами місцевого самоврядування, обґрунтовується доцільність прийняття закону «Про порядок наділення органів місцевого самоврядування окремими державними повноваженнями», що містить відкритий перелік питань регулювання освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Силадій І. Якісна освіта в контексті управління впровадження інновацій. *Вища освіта України*. 2021. № 4. С. 105–112.
2. Системи управління навчанням: веб-сайт. URL: <https://studfile.net/preview/5484705/page:4/> (дата звернення: 21.04.2024)
3. Співаковський О.В. Інноваційні методи управління інформаційними активами вищого навчального закладу. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2023. № 3. С. 3–7.

Пашук В.О., Геращенко Т.Г.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

ІНСТИТУАЛІЗАЦІЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШЕНЗ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Паблік рілейшенз – це соціальний інститут, діяльність якого спрямована на побудову продуктивної комунікації між соціальною структурою та соціальним оточенням на основі довіри з метою встановлення взаєморозуміння. Актуалізуючись на рівні соціальних відносин, потреба у підвищенні суспільної довіри до соціальних структур піар стає фундаментальною передумовою інституціалізації сфери паблік рілейшенз.

Аналіз соціокультурних детермінант становлення інституту паблік рілейшенз показав, що розвиток масового виробництва та демократії, посилення ролі населення в політичному житті суспільства, розвиток ринкових принципів в організації соціального життя вплинули на характер соціальної активності людей, трансформуючи їх у активних соціальних суб'єктів, що впливають на економічний, політичний та соціальний. Внаслідок цього виникла потреба у створенні нових інформаційних каналів та структур паблік рілейшенз, що реалізують та координують соціальні інтереси різних груп та верств населення [2].

Сфера паблік рілейшенз полісуб'єктна та багатовимірна. Наявність розгалуженої суб'єктної структури, що включає нові елементи, що активно розвиваються, свідчить про реальний інституційний статус системи піар, що формується. Її суб'єктний простір формують три основні категорії суб'єктів: базисні (предметні та функціонально-стратегічні), технологічні (неінституційні, квазі-інституційні та інституційні) та аудиторія (зовнішнє оточення). Аналіз різних типів піар діяльності дозволяє виділити як основні такі моделі паблік рілейшенз, як паблісіті, де піар виконують функцію пропаганди; піар як канал поширення інформації у суспільстві; двостороння асиметрична модель, головним завданням якої є переконання; двостороння симетрична модель, орієнтована на досягнення взаєморозуміння між організацією та її соціальним оточенням.

Дослідження процесу становлення інституту піар дозволило виявити чотири типи соціальних зв'язків між організацією та соціальним оточенням, що реалізуються на практиці: дозвільні – зв'язки з організаціями та громадськими групами, які управляють та контролюють ресурси, необхідні для існування цієї організації; функціональні – зв'язки з організаціями чи громадськими групами, які забезпечують цю організацію та користуються її продукцією; нормативні – зв'язки з організаціями, які стикаються з такими ж проблемами та поділяють ті самі цінності; розпливчасті зв'язки з неформальними структурами.

Процес інституціоналізації піар в сучасному суспільстві, що характеризується обов'язковими соціальними індикаторами: масовим усвідомленням об'єктивної потреби у встановленні довірчих діалогічних відносин між соціальними структурами, мобілізацією сформованих у суспільстві засобів реалізації комунікації, виділенням необхідних суспільних ресурсів у фінансовій, інституційної комунікативної субкультури, показує, що це якісно новий феномен у соціальній практиці, який набуває самостійного суспільного статусу [1].

У сучасному суспільстві формується різнобічна і багаторівнева система піар, ведеться активний пошук нових форм його організації. Однак відсутність єдиних уявлень про феномен піар, брак піар-фахівців, слабкий розвиток паблік релейшенз на регіональному рівні, не розробленість етичних норм професійної піар діяльності – ці та інші деструктивні фактори формування інституту піар свідчать про те, що для повної реалізації потенціалу піар створені не всі соціально необхідні умови, що обумовлено.

Паблік рілейшенз – це складова частина будь-якої економічної системи з конкурентним середовищем. ПР також є необхідним елементом демократичної системи, оскільки використовується як інструмент проведення виборів. Тому коли в Україні відбулася зміна економічної та політичної формації у суспільстві виникла потреба у новому способі отримання, трансляції та реалізації інформації про ту чи іншу соціальну, політичну, економічну структуру [3].

Серед детермінант становлення та розвитку інституту ПР в Україні слід позначити процес демократизації соціального, економічного та політичного життя суспільства, побудова громадянсь-

кого суспільства, зростання впливу громадської думки у суспільстві, економічні та соціальні трансформації, поява багатопартійної політичної системи.

Але становлення інституту паблік рілейшенз в Україні, як і будь-якого іншого соціального інституту, стикається з деструктивними факторами, труднощами та протиріччями, що виникають у процесі розвитку, аналіз яких дозволить визначити найперспективніші напрями подальшого розвитку та вдосконалення інституту паблік рілейшенз.

Через призму проведеного аналізу ми виявили такі проблеми інституційного розвитку паблік рілейшенз у суспільстві.

По-перше – це молодий вік інституту паблік рілейшенз в Україні, що веде до недостатньо чіткого розуміння ролі, функцій та соціального значення піар не тільки потенційними клієнтами, а й найчастіше самими фахівцями.

По-друге – це активне використання у політичній боротьбі так званого «чорного піару», коли для досягнення результатів прийнятні усі засоби.

По-третє – це відсутність єдиних критеріїв оцінки ефективності діяльності PR-фахівців та низький рівень їхньої кваліфікації.

По-четверте, це слабкий розвиток регіональних паблік рілейшенз. Основні труднощі пов'язані з нестачею високопрофесійних PR-фахівців, відсутністю адекватних уявлень про PR у замовників, концентрацією фінансових капіталів у містах, головним чином у Києві та Львові.

По-п'яте – нерозробленість етичних норм, які могли б стати критерієм, визначальним підбір інформації, дає співвідносну оцінку корисності розміщення інформації для конкретної організації з одного боку, і корисності цієї інформації для соціуму, з іншого боку.

Але, незважаючи на всі перелічені вище труднощі та проблеми розвитку паблік рілейшенз в Україні, ринок паблік рілейшенз у нашій країні розвивається досить швидко. Ми вважаємо, що найбільш перспективні напрями розвитку паблік рілейшенз – це міжнародний, регіональний, бізнес-PR та внутрішньо-корпоративні комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Leon Festinger «The Theory of Cognitive Dissonance». Stanford University Press, 2022.

2. Milton J. Esman «The Elements of Institution Building» in Joseph W. Eaton (ed.) «Institution Building and Development». Beverly Hills: Sage, 2022.
3. William M. Evan «An Organization-Set Model of Interorganizational Relations» in William M. Evan (ed.) «Interorganizational Relations». New York: Penguin, 2023.

УДК 372:175

Кармазін Н.В., Дєнежніков С.С.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

ДИДАКТИЧНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СПЕЦІАЛІСТА У ГАЛУЗІ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ У СУЧАСНОМУ ВИЩІ

Методологічні засади побудови навчального процесу з формування професійної компетентності спеціаліста в галузі електронного документообігу в системі вищої освіти визначаються як сукупність принципів – інтеграції наукового знання в галузі документознавства, цілісності загально-професійних дисциплін та дисциплін спеціалізації щодо використовуваних інформаційних технологій, єдності методології навчання.

Професійна підготовка майбутнього спеціаліста в галузі електронного документообігу в змістовному аспекті передбачає освоєння студентами наступних компетенцій: науково-технічної компетенції (знання, вміння та навички в галузі документознавства); інформаційно-методологічної компетенції (володіння сучасною інформаційною картиною світу, знання в галузі інформаційної педагогіки, уявлення про інформаційні технології); інформаційно-технологічної компетенції (знання в галузі інформатики та вміння використання їх в електронному документообігу, навички ресурсного забезпечення системи електронного документообігу, здатність організувати супровід документів на всіх стадіях життєвого циклу); рефлексивно-оцінної компетенції (вміння та навички проводити експертизу якості документообігу, конфіденційного ведення електронної документації) [2].

Теоретичне обґрунтування дидактичної моделі формування професійної компетентності фахівців у галузі електронного документообігу передбачає реалізацію компетентнісного та інформацій-

ного підходів до організації навчального процесу, реалізацію різноманіття інтеграційних зв'язків компонентів (цілепокладання, змістовно-структурного, процесуально-діяльнісного та результативного).

Метою інформаційно-установочного етапу є усвідомлення студентами значущості інформаційних технологій у забезпеченні управління документами та освоєння базових понять у галузі сучасних інформаційних технологій. Навчальний етап передбачає оволодіння практичними навичками роботи із спеціалізованими прикладними програмами; формування компетентності спеціаліста-документознавця, необхідної для діяльності в умовах удосконалення технічних засобів. На професійному етапі здійснюється цілісна підготовка для вирішення практичних ситуацій у галузі електронного документообігу.

Нами сконструйовано дидактичну модель професійної підготовки майбутніх фахівців, що сприяє формуванню професійної компетентності в галузі електронного документообігу за рахунок створення інформаційно-практичного середовища, різноманіття внутрішніх інтеграційних зв'язків на діагностичному, змістовному, операційному рівнях та реалізації запитів потенційних роботодавців у змісті освітньої програми [1].

Нами розроблено поетапну систему навчання студентів електронного документообігу, засновану на взаємодії факторів наукового знання в галузі інформатики, інформаційних технологій, теорії та практики документознавства; теоретично обґрунтовано зміст та структуру професійної компетентності спеціаліста в галузі електронного документообігу як сукупності науково-технічної, інформаційно-методологічної, інформаційно-технологічної та рефлексивно-оцінної компетенцій; виявлено нову соціально-педагогічну функцію документообігу – методичний його супровід у різних сферах гуманітарної та технічної практики, розкрито умови застосування та обмеження.

Значущість такого роду дослідження полягає у визначенні методологічних підстав формування професійної компетентності спеціаліста щодо використання систем електронного документообігу (принципи, зміст, умови); розширення уявлень теорії та методики професійної освіти за рахунок розробки змісту та структури інформаційно-практичного середовища; обґрунту-

вання критеріїв та показників ефективності формування провідних компетенцій спеціаліста-документознавця.

Практична значущість дослідження зумовлена тим, що розроблено дидактичну модель формування професійної компетентності спеціаліста в галузі електронного документообігу в рамках дворівневої вищої освіти; сконструйовано програми підготовки спеціалістів-документознавців; підготовлено та впроваджено в освітній процес вишу навчально-методичні матеріали з супроводу процесу формування професійної компетентності спеціаліста з електронного документообігу.

Нами визначено методологічні засади побудови навчального процесу з формування професійної компетентності спеціаліста у галузі електронного документообігу у системі вищої освіти як комплекс принципів: інтеграції наукового знання у галузі документознавства; цілісності загально-професійних дисциплін та дисциплін спеціалізації щодо використовуваних інформаційних технологій; єдності методології навчання професійно орієнтованим дисциплінам; спрямованості інформаційних технологій на забезпечення студентам як можливості отримувати та використовувати інформацію необхідну для навчання та становлення їхньої професійної компетентності, так і служити універсальним засобом формування та розвитку професійно важливих якостей майбутнього спеціаліста-документознавця; випереджального характеру освіти, що дозволяє майбутнім документознавцям забезпечити базовий рівень знань, практичних умінь та навичок для подальшого самостійного професійного вдосконалення та швидкої адаптації до нових інформаційних технологій супроводу документообігу; занурення студентів до спеціально організованого інформаційно-практичного середовища вишу [3, с. 14].

У дослідженні обґрунтовано типологію та зміст професійно орієнтованих компетенцій майбутнього документознавця в галузі електронного супроводу документів: науково-технічна – знання, уміння та навички в галузі документознавства, інформаційно-методологічна – володіння сучасною інформаційною картиною світу, документообігу, навички ресурсного забезпечення системи електронного документообігу, здатність організувати супровід документів на всіх стадіях життєвого циклу, рефлексивно-оцінна – вміння та навички проводити експертизу якості документообігу,

конфіденційного ведення електронної документації.

Виявлено нову соціально-педагогічну функцію електронного документообігу - методичний супровід, що здійснюється в різних сферах гуманітарної та технічної практики, розкрито умови його застосування та обмеження.

Розроблено дидактичну модель формування професійної компетентності майбутнього документознавця в галузі електронного документообігу у виші, що реалізує компетентнісний та інформаційний підходи до організації навчального процесу та включає наступні компоненти: цілепокладання, змістовно-структурний, процесуально-діяльний, результативний.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державне агентство з питань електронного урядування України http://www.dknii.gov.ua/database?field_rozdil_doc_value=3
2. Документ та документаційне забезпечення управління в Україні. Сайт «Государство для общества» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.govforс.com/index.php?id=265>
3. Дубов Д.В. Основи електронного урядування: навч. посіб. / Д.В. Дубов, С.В. Дубова; Міністерство освіти і науки України, Київський Національний університет культури і мистецтва. – К.: Центр навчальної літератури, 2022. – 175 с.

УДК 372:004

Ванюшенко О.В., Денєжніков С.С.

*Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка*

СТАНОВЛЕННЯ АВТОРИТЕТУ КЕРІВНИКА ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТНЬОЇ УСТАНОВИ

Перетворення, які відбуваються у сучасному українському суспільстві, безпосередньо зачіпають систему освіти. Оновлення школи, зміцнення її соціалізуючої ролі у формуванні підростаючого покоління в першу чергу залежать від діяльності керівника, підвищення його професіоналізму та авторитету в управлінні сучасною школою.

Культура управління освітою сьогодні передбачає її демократизацію, гуманізацію, відмову від жорстких методів та технологій керівництва, вивільнення ініціативи, творчості педагогів, посилення інтеграційних процесів: зміцнення зв'язків із

педагогічною наукою, виробництвом, сім'єю, громадськістю. Ці процеси, обумовлені об'єктивними змінами у соціумі, водночас відбивають і потреби самої системи освіти, її прагнення саморозвитку, до випереджального впливу соціокультурну ситуацію загалом. Сучасний етап розвитку школи характеризується системними нововведеннями у галузі змісту освіти, педагогічних технологій та методик, організації освітнього процесу та його управління, системи підвищення кваліфікації та перепідготовки педагогічних кадрів [4, с. 173].

Сьогодні відбувається становлення різних типів навчальних закладів (ліцеїв, коледжів, гімназій тощо), відзначається зменшення частки типових освітніх закладів, багато з яких прагнуть змінити свій освітній статус, набути свого унікального місця в умовах появи ринку освітніх послуг. Ці та інші тенденції пов'язуються з переходом багатьох освітніх установ у режим розвитку, стан інноваційного пошуку. У умовах стає об'єктивною необхідністю оновлення теорії та практики керівництва сучасним освітнім установою.

По-новому оцінюється авторитет керівника навчального закладу. Його професійна діяльність все більше стає творчою, особливу цінність у ній знаходить здатність керівника діяти адекватно в ситуаціях з високим ступенем невизначеності, долати стереотипи управлінського світогляду та поведінки, приймати нестандартні управлінські рішення, переосмислювати свій особистий досвід взаємодії зі співробітниками, широко використовувати можливості та потенціал керівництва. Нові аспекти управлінської діяльності виявляють гостру потребу у застосуванні сучасних технологій та методів управління, використанні основ педагогічного менеджменту [2, с. 344].

Авторитет керівника інноваційної освітньої установи постає як складний феномен, що виникає на основі індивідуальної конфігурації та поєднання його професійно-педагогічних, особистісно-іміджевих та соціальних характеристик, що відповідають творчим устремлінням керованого ним педагогічного колективу, а також актуальним завданням сучасної освітньої політики.

Авторитет керівника інноваційного навчального закладу є сутнісною характеристикою його особистості з погляду його управлінсько-педагогічної ефективності і в цілому полягає в здатності керівника переводити освітній простір установи в стан

системи, що динамічно розвивається, що відповідає сучасним вимогам до якості та змісту освіти [3, с. 48].

Специфіка авторитету керівника інноваційної освітньої установи полягає в його здатності виступати не тільки ефективним організатором, не тільки провідником, а й творцем об'єднуючої новаторської ідеї, що виражає освітню місію керованого ним установи, що надихає педагогічний колектив до творчої діяльності, а також виступати в якості;

В умовах інноваційної діяльності освітньої установи найбільш адекватним виступає партисипативний стиль керівництва, що дозволяє активізувати творчий потенціал педагогічного колективу, здійснювати ефективну взаємодію, стимулювати зусилля педагогів до генерування нових ідей та прийняття рішень щодо їх реалізації [1, с. 120].

Конструктивний авторитет, являючи собою органічну єдність авторитету влади та авторитету визнання, досягається керівником інноваційної освітньої установи за допомогою гнучкого демократичного використання владних повноважень, з одного боку, та визнання їхньої правочинності основною частиною педагогічного колективу, з іншого;

Особистісним показником авторитету керівника виступає його здатність бути прикладом творчої, самореалізованої в професії особистості, що вносить суб'єктивно-значущий внесок у підвищення рівня та престижу освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Власова О. І., Николенко Ю. В. Соціальна психологія організацій та управління: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 398 с.
2. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 502 с.
3. Кайлюк Є. М. Психологія управління: Навчальний посібник. Х.: ХНАМГ, 2022. 202 с.
4. Скрипник М. Теоретико-психологічна модель толерантності як багаторівневої характеристики особистості / Скрипник М. // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2021. № 46. С. 171 – 174.

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT STRATEGY OF ELDERLY TOURISM MARKET

Abstract. *With the deepening of global aging, the senior tourism market has gradually become a promising market segment in the tourism industry. Many elderly people have certain savings and stable pension income, and after their children are economically independent, the family economic burden is reduced, disposable income is increased, and they have strong travel consumption ability. For example, in some economically developed areas, the monthly pension of the elderly can reach thousands of yuan, enough to cover the cost of short - and medium-distance domestic travel. After retirement, the elderly say goodbye to the busy work, have a lot of discretionary time, can flexibly arrange the travel itinerary, can choose to travel in the peak season, but also can avoid the peak to enjoy a more comfortable travel experience. This paper analyzes the existing problems in the development of the senior tourism market, such as serious product homogeneity, insufficient targeted services, and security to be strengthened. Based on these analyses, a series of development strategies for the elderly tourism market are proposed, including precise positioning and differentiated product design, improving service quality and specialization, strengthening security and risk management, and innovating marketing channels and strategies, aiming to provide useful references for tourism enterprises to explore the elderly tourism market and promote the healthy and sustainable development of the elderly tourism market.*

Key words: *elderly tourism market; Market development; Tourism strategy*

Research background. In today's society, population aging has become a global population development trend. According to the relevant data and forecasts of the United Nations, the proportion of the elderly population in the world is continuing to rise, and many countries and regions have entered the aging society. For example, in some developed countries, the proportion of elderly people has already exceeded 20%, and in a populous country like China, the number of elderly people is growing with a huge base. In 2022, the population of China aged 60 and above will reach 280.04 million, accounting for 19.8% of the total population, of which 209.78 million are aged 65 and above. That's 14.9 percent. The increasing proportion of the elderly population has spawned a huge elderly tourism market. With the strengthening of the economic base and ample time, the senior tourism market has become an important growth engine for the tourism industry. The senior tourism market includes not only traditional group Tours, but also customized Tours and private groups. For example, Ctrip platform data show that since 2023, the number of people over the age of 55 has increased by

nearly 2 times compared with the same period in 2022, and is expected to reach hundreds of millions in the next few decades. After retirement, the elderly must have more leisure time, and with the development of social economy, their income level and consumption power are constantly improving. On the basis of fully satisfying their material life, the elderly must have an increasingly strong pursuit for spiritual and cultural aspects. As a kind of activity that can enrich life experience, broaden horizons, promote physical and mental health and meet social needs, tourism has naturally become a popular choice for many elderly people. Among them, 55-60 years old age group is the main consumer group, and the number of tourists accounts for the highest.

Research Significance. It is of great value to explore the development strategy of senior tourism market. For tourism enterprises, the elderly tourism market contains huge commercial potential and profit space. By accurately grasping the characteristics of the tourism needs of the elderly group, developing and designing tourism products and services that match them, and formulating effective marketing strategies, tourism enterprises can effectively expand their business fields, expand their market share and improve their economic benefits. For example, the successful development of a special tourist route that is popular with elderly tourists may attract a large number of elderly tourists and bring a stable income stream to the enterprise. The senior tourism market not only brings new development opportunities for the tourism industry, but also helps to enrich the life of the elderly and improve their quality of life. Therefore, it is of great practical significance to study the development strategy of the elderly tourism market.

Analysis of the current situation of the elderly tourism market

The scale of the elderly tourism market continues to expand, and the potential is huge. Travel intention is strong, with the group tour is still favored and customized demand is growing, consumption differentiation, part of the pursuit of quality and cultural experience, while health and safety attention. The product supply is gradually diversified, covering health, vacation, cultural experience, etc., and the service quality and online service are constantly improved. The main body of competition is diversified, and the brand competition is intensified. At the policy level, the state has introduced relevant policies to develop the silver economy, such as increasing the opening of special trains, carriage transformation, etc., and local governments have also supported, given preferential

treatment and financial support to tourism enterprises, and promoted the prosperity of the market.

Problems existing in the development of elderly tourism market

•*Product homogenization is serious*

From the current point of view, the elderly tourism products on the market are much the same, the types are relatively single, most of them are concentrated on the traditional tourism routes, there is no practical starting from the standpoint of the needs of the elderly, lack of innovation and differentiation. The elderly tourism products launched by different travel agencies have high similarity in itinerary selection, scenic spot selection and other aspects, which is difficult to meet the diversified needs of elderly tourists.

•*Lack of targeted service*

Some tourism enterprises fail to fully consider the special needs of elderly tourists, and there are many shortcomings in the process of tourism service. For example, accommodation arrangements do not take into account the special needs of the elderly, such as barrier-free access, non-slip facilities, etc.; The catering service does not pay attention to the dietary characteristics of the elderly, and the food provided may not meet the tastes and health needs of the elderly; Tour guide services lack patience and care for elderly tourists, explaining too fast, itinerary too tight and so on.

•*Security needs to be strengthened*

The elderly must have relatively weak physical functions and face more health and safety risks during travel. However, some tourism enterprises do not pay enough attention to security measures in the design and operation of elderly tourism products. For example, the safety inspection of tourist vehicles is not strict, the medical emergency facilities in the tourist trip are insufficient, and the health status assessment and tracking of elderly tourists are not in place, and it may not be possible to deal with the accident in a timely and effective manner.

Development strategy of elderly tourism market

•*Precise positioning and differentiated product design*

Tourism enterprises should deeply understand the different needs and preferences of elderly tourists, and carry out accurate market segmentation and positioning. According to the age, health, interests and other factors of the elderly tourists, design diversified tourism products.

In terms of travel preference, they tend to prefer tourist destinations with cultural deposits and historical sites, such as the Forbidden City, terracotta Warriors, etc., to satisfy their desire for historical and cultural exploration; Prefer a slow paced, relaxed itinerary to avoid too compact and high-intensity itinerary; High attention to health care tourism projects, such as hot spring recuperation, ecological health tourism. For example, for the elderly tourists who are in good health and like outdoor activities, they can develop tourism products such as hiking and mountaineering expeditions; For elderly tourists with high cultural accomplishment and interest in history and culture, products such as cultural experience Tours and folk customs Tours will be launched; For the elderly tourists who have health and wellness needs, we will create hot springs and traditional Chinese medicine health tourism routes. Through differentiated product design, the attractiveness and competitiveness of tourism products for the elderly can be improved.

- *Improve service quality and professionalism*

Strengthen the training of tourism practitioners to improve their professional quality and skills in serving elderly tourists. Tour guides should have rich knowledge of elderly care and communication skills, be able to patiently and carefully provide services for elderly tourists, reasonably arrange the itinerary, and timely adjust the pace of travel according to the physical condition of the elderly. In terms of accommodation, tourism companies should choose hotels or resorts with perfect facilities and good service, and ensure that the room is equipped with the necessary safety facilities and conveniences, such as handrails, emergency call buttons, etc. Catering services should pay attention to balanced nutrition, light and easy to digest, to meet the dietary needs of the elderly. At the same time, tourism enterprises can also provide some personalized services, such as providing free health consultation for elderly tourists, ordering drugs and other services to improve the travel experience of elderly tourists.

- *Strengthen security and risk management*

Tourism enterprises should attach great importance to the security of elderly tourism. In the stage of tourism product design, the physical condition of elderly tourists and the safety risk of tourism activities should be fully considered, and the itinerary and activity content should be reasonably arranged. Carry out strict safety inspection and maintenance on tourist vehicles to ensure their safety and comfort. In the

travel itinerary, professional medical emergency personnel and equipment are equipped to establish health files for elderly tourists and track the health status of tourists in real time. In addition, tourism enterprises should also purchase adequate travel insurance to provide protection for accidents and diseases that may occur during the travel of elderly tourists. At the same time, the development of a sound emergency plan, once the occurrence of safety accidents or emergencies, can be quickly and effectively handled to reduce losses and impact.

- *Innovative marketing channels and strategies*

In view of the relatively limited information access channels of elderly tourists, tourism enterprises should innovate marketing channels and strategies. In addition to traditional advertising, travel agency store promotion and other ways, you can also use Internet platforms, social media and other emerging channels for marketing. For example, the establishment of a special website for elderly tourism and WeChat public account, the release of tourism product information, tourism strategies, health knowledge and other content, to attract the attention of elderly tourists. Cooperate with communities and senior citizen activity centers to carry out tourism product promotion activities, hold tourism knowledge lectures, tourism photography competitions, etc., to improve the popularity and reputation of senior tourism products. At the same time, pay attention to word-of-mouth marketing, by providing high-quality tourism products and services, so that elderly tourists become loyal promoters of enterprises, and drive more elderly tourists to choose tourism products of enterprises.

Specific innovative marketing promotion methods can be made use of online marketing: the use of Internet platforms, such as social media, tourism websites, etc., to promote the elderly tourism products. Make lively and interesting short videos, graphic introductions and other content to attract the attention of elderly tourists. At the same time, online booking, consulting and other services are carried out to facilitate the elderly to buy tourism products. Offline marketing: Cooperate with communities, senior activity centers, senior universities and other institutions to hold tourism promotion meetings, lectures and other activities to promote tourism products to the elderly face to face. Distribute promotional materials, coupons, etc., to improve the purchase willingness of elderly tourists. Word-of-mouth marketing: focus on improving the quality of tourism services, and win the word-of-mouth of

elderly tourists through high-quality services. Encourage elderly tourists to share their travel experiences and attract more elderly people to join the ranks of tourism.

Conclusion. As an important market segment of tourism, the elderly tourism market has a broad development prospect. However, there are still many problems in the development of the senior tourism market. Tourism enterprises need to deeply understand the status quo and characteristics of the senior tourism market and adopt effective development strategies in view of the existing problems. Through measures such as precise positioning and differentiated product design, improving service quality and specialization, strengthening security and risk management, and innovating marketing channels and strategies, tourism enterprises can better meet the needs of elderly tourists, explore the elderly tourism market, and achieve a win-win situation of economic and social benefits. At the same time, it also adds more color to the happy life of the elderly, and promotes the healthy and sustainable development of the elderly tourism market. In the future development process, tourism enterprises should also continue to pay attention to the changes in the needs of elderly tourists and market dynamics, and continue to optimize elderly tourism products and services to adapt to the changing market environment.

REFERENCES

1. Liu Deqian. Research on the development strategy of China's elderly tourism market [J]. Tourism Tribune, 2005 (05):83-86.
2. Wang Chenguang, Cui Ying, WANG Xuemei. Analysis of market characteristics and development strategies for elderly tourism [J]. Population Journal, 2006 (06): 59-62.
3. Li Songbai. Tourism market development strategy based on the characteristics of elderly groups [J]. Economic Issues Exploration, 2008 (01):130-133.
4. Xiong Wenjie. Research on the Development of elderly Tourism market -- A case study of Wuhan [D]. Central China Normal University, 2010.
5. Liu Ying. Research on Marketing Strategy of senior tourism in China [D]. Dongbei University of Finance and Economics, 2011.
6. Li Xi. Senior Tourism Services and Management [M]. Tsinghua University Press, 2015.
7. Tian Li. Tourism Marketing [M]. Higher Education Press, 2019.
8. Feng Xuegang, Lai Kun. Comparative study on international competitiveness of China's tourism development environment [J]. Journal of World Economic Research, 2003, (7). 40-45.
9. Zhang Danyu. New exploration of market development strategies for elderly tourism [J]. Ideological Front, 2013,39 (S1):161-163. (in Chinese) This paper discusses the new ideas and strategies for the development of the elderly tourism market under the new market environment.

10. Sun Mengyang, Ji Shaojun. The development strategy of elderly tourism market based on consumer behavior characteristics [J]. Jiangsu Business Review, 2014 (03):44-46. Based on the research on the characteristics of elderly tourism consumption behavior, the corresponding market development strategies are put forward.
11. Chu X C. Research on the development of elderly tourism market in Xinzhou [C]. 2015.
12. Hu Juan. Research on the development of tourism products for the elderly based on consumer behavior characteristics -- A case study of Xiangtan City. 2017.
13. CAI Qixian. Research on the development of Xiangtan Elderly Tourism market [D]. 2015.
14. Ma Huifang. Research on development strategies of China's senior tourism Market under the background of aging [D]. Northwest Normal University, 2014. Aiming at the background of aging society in China, this paper analyzes the development strategy of the aged tourism market.
15. Sun Caixia. Research on senior tourism product development Strategy based on Market segmentation [D]. Liaoning Normal University, 2015. Using the market segmentation theory, this paper studies the development strategy of tourism products for the aged.

UDC 352:376

Shi Yuhan

Sumy National Agrarian University

STUDY ON GREEN CONSUMPTION STATUS OF COLLEGE STUDENTS AND EDUCATIONAL COUNTERMEASURES

Abstract. *This paper focuses on green consumption of college students. Through investigation and analysis of the current situation of green consumption of college students, the existing problems are revealed and corresponding educational countermeasures are proposed. At present, college students' cognition of green consumption has been improved, but their behavior practice is insufficient, and the factors such as economy, concept and market environment are obvious constraints. In terms of education, the school curriculum system is not perfect, the teaching method is single, the family education guidance is lacking, and the social publicity and policy support are insufficient. Based on this, the study puts forward countermeasures from many aspects: schools should improve the curriculum system, innovate teaching methods, strengthen campus publicity; Families need parents to lead by example, strengthen communication and guidance, and promote home-school cooperation; At the social level, it is necessary to strengthen publicity and guidance, improve policy support and supervision, and promote enterprises to fulfill their responsibilities. The purpose of this study is to enhance college students' awareness and behavior of green consumption, promote college students to form green consumption concepts, practice green consumption behaviors, and promote the spread of green consumption concepts in campus and society. It provides reference for building a sustainable society, helps college students become promoters and practitioners of green consumption, and leads the new trend of green consumption in society.*

Key words: *college students; Green consumption; Educational countermeasure*

Research background. In the context of the deepening of the concept of global sustainable development, green consumption has become a key element of the coordinated progress of social and economic development and environmental protection. With the acceleration of industrialization, the problem of resource shortage and environmental pollution has become increasingly prominent, and the negative impact of traditional consumption mode on the environment has become more and more significant. Green consumption, as a sustainable development-oriented consumption mode that takes into account environmental protection and rational utilization of resources, has gradually attracted attention from all walks of life. It not only helps to ease the pressure on resources and reduce environmental pollution, but also promotes the green upgrading of industrial structure and promotes sustainable economic growth. As the future pillar of the society and the new consumer group, college students' consumption concept and behavior are unique and leading. On the one hand, college students are in a critical period of value formation, with high acceptance of new things and easy to be influenced by new concepts, which makes them have great potential in the dissemination and practice of green consumption concepts. On the other hand, the consumption market of college students is large and growing, and their consumption choices have a non-negligible impact on market supply and demand and industrial development. Their consumption behavior not only reflects the current lifestyle, but also predicts the future consumption trend of society.

Research Significance. The current situation of green consumption of college students is not optimistic. Although some college students have a certain cognition of green consumption, the practice degree of green consumption behavior is low in the actual consumption process due to various factors. For example, some college students, due to their lack of economic independence, tend to choose more affordable traditional products when facing green products with relatively high prices. At the same time, the asymmetric information and uneven quality of green products in the market also make college students face a lot of confusion when choosing green products. Therefore, in-depth research on the current situation of green consumption of college students, analysis of the influencing factors behind it, and put forward targeted education countermeasures are of great practical significance for cultivating the correct consumption concept of college students, promoting the

formation of green consumption behavior, and promoting the sustainable development of society.

Analysis of green consumption status of college students

The survey found that in terms of green consumption cognition, although 76.5% of college students said they had heard of green consumption, only 32.8% of them could accurately describe the environmental requirements of green consumption in the whole process of product production, use and waste disposal. In terms of cognition of green product certification marks, more than 60% of students said that they only knew some common marks, and for some relatively small or new green product certification standards, the awareness rate was less than 20%. This indicates that the depth and breadth of college students' cognition of green consumption need to be improved, and most of them only stay in basic concepts and lack in-depth understanding of key details. In the field of food consumption, a survey conducted by a university on the consumption habits of its students found that 58.6% of students occasionally buy green food, mainly for food safety and their own health. However, as the price of green food is generally 15%-30% higher than that of ordinary food, the proportion of students who insist on buying green food for a long time is only 18.2%. In terms of electronic product consumption, a survey covering several universities shows that only 13.5 percent of students will focus on energy efficiency and environmentally friendly materials when purchasing electronic products, while up to 85.3 percent of students will list product performance and price as the first consideration. In the use of disposable products, through the observation and statistics of individual college dormitory areas, although 72.4% of students clearly recognize the harm of disposable tableware, plastic bags and other environmental hazards, but because of convenient use, there are still 45.7% of students use disposable products at least 3 times a week.

Problems in green consumption and educational countermeasures of college students

•*Lack of green consumption awareness and education*

Although most college students have some understanding of green consumption, there are obvious shortcomings in green consumption education in colleges and universities. In terms of curriculum setting, there are few relevant professional courses involving green consumption, and there are few courses systematically explaining green consumption

in public electives, which makes it difficult for students to acquire comprehensive and in-depth knowledge of green consumption. Take a comprehensive university as an example, among its nearly 100 public elective courses, only 2 courses involve green consumption content, and the teaching time accounts for less than 10% of the total course time. This makes students' understanding of green consumption only stay on the surface, and it is difficult to form a systematic green consumption value. At the same time, the form of campus publicity activities is simple, mostly Posting posters, handing out leaflets and other traditional ways, lack of innovation and attractiveness, and cannot effectively stimulate students' interest in and attention to green consumption.

- *Green consumption behavior guidance and practice lack*

Some college students lack effective guidance and practice opportunities in green consumption behavior. Although there are some environmental protection associations in the school, the activities of the associations are not systematic and sustainable, and they fail to form a normal green consumption practice mechanism. For example, in the "Green consumption Week" activity organized by a university environmental protection association, students' green consumption behavior increased only during the activity, and students quickly returned to their original consumption habits after the activity. In addition, there is insufficient support for green consumption in the construction and management of campus facilities. The supply channels of green products on campus are limited, and the types and quantities of green food and environmental protection products in vending machines and supermarkets are small, which cannot meet the green consumption needs of students. At the same time, the school's implementation of the system in energy management, garbage classification and other aspects is not strict enough to create a good green consumption practice environment for students.

- *The implementation and coordination of educational countermeasures are difficult*

In the green consumption education of college students, there is a lack of effective coordination mechanism among school, family and society. It is difficult for schools to form educational synergy with families and society when they carry out educational activities unilaterally. Families do not pay enough attention to college students' green consumption education, and parents' own green consumption awareness

and behavior are insufficient, and they cannot effectively teach their children by word and example. According to the survey, about 60% of parents pay less attention to green consumption in daily life, pay more attention to price and practicality when purchasing goods, and ignore environmental protection factors. At the social level, the government's policy support and capital investment in green consumption education are insufficient, enterprises are not enthusiastic in the research and development, production and promotion of green products, and the media is not enough to publicize green consumption, resulting in the failure to form a strong atmosphere of green consumption in society, which affects the effect of green consumption education for college students.

Research strategy of green consumption education for college students

•*School education optimization strategy*

Improve the curriculum system: Colleges and universities should incorporate green consumption education into the talent training system, and integrate the concept of green consumption into various professional courses. For example, economic management majors can set up a green marketing chapter in the marketing course to explain the marketing strategy of green products; The major of environmental science can deeply analyze the significance of green consumption to environmental protection and the realization path. At the same time, we will increase public electives related to green consumption, such as "green consumption and sustainable development", "green product certification and purchase", etc., to enrich students' green consumption knowledge reserve.

Innovative education forms: Use diverse teaching methods and means to enhance the attractiveness of green consumption education. In addition to traditional classroom teaching, case teaching, group discussion, field research and other methods are introduced. Organize students to investigate the local green product market, analyze the market demand and supply status of green products, write research reports and share and discuss in class. Make use of multimedia resources to produce vivid and interesting green consumer education videos, animations, etc., and spread them widely on campus network platforms, social media and other channels to broaden students' learning channels.

• *Practice guides reinforcement strategies*

Establish a long-term practice mechanism: the school should support environmental protection associations to carry out regular green consumption practice activities, such as setting up a "green consumption month", determining a green consumption theme each month, such as "non-plastic life week" and "energy-saving appliances promotion week", and organizing students to participate in green consumption publicity, practical experience and other activities. At the same time, establish a green consumption practice base, cooperate with local green enterprises and environmental protection organizations, provide students with visits, internships, volunteer services and other practical opportunities, so that students can deepen their understanding and knowledge of green consumption in practice.

Optimize the campus consumption environment: strengthen the construction of campus green facilities, increase the supply type and quantity of green products in campus supermarkets, canteens and other places, set up special areas for green products, and give certain price concessions or subsidies. Improve campus energy management and garbage sorting system, install smart electricity meters and water meters, monitor energy consumption in real time, and commend and reward energy-saving behaviors; Strengthen the publicity and supervision of garbage classification, improve the accuracy of garbage classification, and create a good green consumption practice environment.

• *Collaborative education promotion strategy*

Strengthen communication and cooperation between home and school: schools should regularly organize parent training activities, invite experts to explain green consumption knowledge and concepts to parents, and improve parents' green consumption awareness and ability. At the same time, through parents' meetings, parents' wechat groups and other channels, maintain close communication with parents, timely feedback on students' green consumption performance at school, and jointly guide students to develop good green consumption habits. Parents should lead by example in their daily lives and practice green consumption behaviors, such as buying green food and using environmentally friendly bags, to set an example for their children.

Strengthen social support and cooperation: the government should increase policy support and capital investment for green consumption education, formulate relevant laws and regulations, encourage

enterprises to research and develop, produce and promote green products, and give green enterprises tax incentives, financial subsidies and other policy support. Enterprises should actively fulfill their social responsibilities, strengthen research and development and innovation of green products, improve the quality and market competitiveness of green products, and carry out green consumption publicity activities to guide consumers to choose green products. The media should play the role of public opinion guidance, through television, radio, Internet and other media platforms, widely publicize the concept and knowledge of green consumption, report advanced examples of green consumption, and create a good atmosphere for the whole society to support green consumption.

Conclusion. In view of the existing problems, educational countermeasures should be put forward from the three levels of school, family and society, aiming at building an all-round education system. By improving the curriculum system, innovating the educational form, and starting from the two aspects of theoretical knowledge imparting and teaching method innovation, the university has improved the green consumption knowledge level of college students. By establishing a long-term practice mechanism and optimizing the campus consumption environment, we can provide more practice opportunities for college students and create a good green consumption campus atmosphere. At the family level, parents should set an example and strengthen communication and cooperation with schools, so as to play the basic role of family education in the inheritance of green consumption concepts. At the social level, the government, enterprises and the media each perform their duties, the government increases policy support and capital investment, enterprises strengthen the research and development and publicity of green products, and the media plays a guiding role in public opinion, and jointly create a good atmosphere for the whole society to support green consumption.

Green consumption education for college students is a long-term and systematic project, which needs the concerted efforts of school, family and society. Through the continuous promotion of the implementation of educational countermeasures, college students' green consumption awareness and behavior will gradually improve, thus contributing to the sustainable development of society. In the future, with the further popularization of the concept of green consumption and the

continuous optimization of the market environment, college students, as the main force of the future society, should actively participate in leading the development of green consumption, forming a new trend of green consumption, so as to promote the whole society towards the direction of sustainable development.

REFERENCES:

1. Zhang Lina, Zhang Jianqiu. Research on problems and countermeasures of green consumption view of contemporary college students [J]. Rural Economy and Science and Technology, 2019, 30 (14): 261-262. (in Chinese)
2. Zhang Ying. Analysis on promoting green consumption concept and behavior of college students under new environment [J]. China Business Theory, 2019 (15): 221-222. (in Chinese)
3. Sun Yao. Current Situation and Countermeasures of college students' low-carbon consumption behavior under the background of low-carbon economy [J]. Economist, 2021 (10): 187-188. (in Chinese)
4. Yang Jianneng. Analysis on the existing problems and countermeasures of college students' green consumption [J]. Management and Management, 2016 (10): 101.
5. Wang Xue, Li Cuixia. Research on Influencing Factors of College students' green Consumption Behavior: Based on the expansion of Planned behavior Theory [J]. Journal of Harbin University of Commerce (Social Science Edition), 2020 (02): 107-116.
6. Liu Bing, Zhang Hongxia. Study on the impact of social media on green consumption behavior of college students [J]. Contemporary Youth Research, 2021 (03): 107-113.
7. Zhao Chunyan, Chen Haiying. Research on green consumption education model of college students based on collaborative innovation [J]. Heilongjiang Education (Higher Education Research and Evaluation), 2022 (09): 71-73.
8. Li Yang, Wang Fang. Research on the deviation and correction path of college students' green consumption intention and behavior [J]. Education and Occupation, 2023 (04): 68-74. (in Chinese)
9. Zhang Meng, Li Ming. Research on the path of College students' green Consumption to promote Rural Green Development under the background of Rural revitalization [J]. Journal of Agricultural Economics, 2023 (11): 129-131.
10. Liu Yue, Wang Qiang. A study on the psychological characteristics and marketing strategies of college students' green consumption [J]. Consumer Economics, 2022 (03): 54-61.
11. Chen Chen, Zhou Ming. Research on green consumption education strategies of college students based on life cycle Theory [J]. Educational Theory and Practice, 2021 (27): 36-39. (in Chinese)
12. Wu Hao, Li Lin. Research on the interactive relationship between green consumption of college students and green transformation of regional economy [J]. Economic Issues Exploration, 2023 (08): 56-65.
13. Zheng Xin, Sun Xiaolin. The Influence of Cultural Values on green Consumption behavior of College students: A Case study of Confucian culture [J]. Cultural Research, 2022 (04): 45-56.

14. Wang Hui, Zhao Yu. Research on accurate guidance of college students' green consumption Behavior in the era of Big Data [J]. Modern Educational Technology, 2021 (09): 105-111.

УДК 352.11

Гусейнов Канан

Сумський національний аграрний університет

СПЕЦИФІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ

Мета управління інтелектуальною власністю – це насамперед підтримання рівня конкурентоспроможності підприємства, адаптація до умов навколишнього середовища. Управління інтелектуальною власністю розглядається як єдиний підхід з усіма фазами та етапами з моменту появи ідеї та до оформлення прав на неї та її практичної реалізації з метою отримання максимального економічного ефекту; управління як вид професійної діяльності потребує нового підходу до відбору та навчання фахівців у галузі управління інтелектуальною власністю.

На рівні підприємства основне завдання управління інтелектуальною власністю полягає у збереженні, розвитку інтелектуального потенціалу як стратегічного ресурсу підприємства та підвищенні його конкурентоспроможності та економічної безпеки за рахунок задоволення потреб ринку у сфері охорони та комерціалізації інтелектуальної власності. Стратегія підприємства у сфері інтелектуальної власності має реалізовуватись у наступних трьох напрямках: активізації винахідницької діяльності на підприємстві; комерціалізації послуг у галузі інтелектуальної власності; формуванні нематеріальних активів як стратегічного ресурсу підвищення конкурентоспроможності організації.

Виділені напрямки використання об'єктів інтелектуальної власності орієнтовані на досягнення основної мети управління - отримання максимального прибутку від реалізації об'єктів інтелектуальної власності в процесі їх комерціалізації, при формуванні та використанні конкурентних переваг та зміцнення ринкових позицій підприємства.

Управління інтелектуальною власністю є сукупність дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку та використання інтелектуальної власності підприємства, а також мотивації процесів накопичення та множення цих активів.

Управління має забезпечити досягнення максимального результату від їх використання за мінімізації витрат на ці активи.

Система управління інтелектуальною власністю на підприємстві є сукупністю керуючої, керованої, цільової та забезпечує підсистем, які взаємодіють між собою на основі використання наукових підходів, методів та принципів.

Цільова підсистема – це сукупність обґрунтованих цілей, що виконуються функціональними підсистемами. Цільова підсистема включає розвиток, створення та використання інтелектуальної власності, адаптацію організації до зовнішнього середовища.

Підсистема, що забезпечує, є повним комплексом інструментів, який дозволяє отримати необхідний результат відповідно до певних вихідних даних на основі перетворення інформації. Підсистема, що забезпечує, включає науково-методичне забезпечення, інформаційне забезпечення, правове забезпечення, фінансове забезпечення, кадровий потенціал, організаційно-технологічне забезпечення.

Керована (функціональна) підсистема - підсистема, що реалізує одну або кілька взаємопов'язаних функцій. Вона включає маркетингові дослідження, створення інтелектуальних продуктів і товарів, об'єктів інтелектуальної власності та форми їх використання.

Керуюча підсистема включає керування кадровим потенціалом; розробку та прийняття управлінських рішень щодо створення та використання інтелектуальної власності; координування заходів щодо реалізації механізму управління інтелектуальною власністю.

Функції управління інтелектуальною власністю на підприємстві:

- планування – розробка та визначення стратегії та тактики щодо придбання та створення об'єктів інтелектуальної власності. Планування здійснюється на підставі зіставлення внутрішніх можливостей та ресурсів підприємства – інтелектуального потенціалу з результатами дослідження його зовнішнього організаційного оточення;

- організація – створення та/або придбання об'єктів інтелектуальної власності, їх юридична реєстрація, проведення повної інвентаризації та постановка на облік. Важливою складовою організаційною функцією є добір та укомплектування персоналу підприємства, здатного виконувати всі операції з розробки, створення та використання інтелектуального продукту;
- розпорядництво – отримання найбільшої користі та вигоди для підприємства з володіння об'єктами інтелектуальної власності за рахунок розробки економічно обґрунтованих цін на інтелектуальну власність та комерційної реалізації прав на продукти інтелектуальної діяльності;
- координація – підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок забезпечення узгодженості робіт з управління інтелектуальною власністю на всіх етапах її життєвого циклу; забезпечення правового захисту всіх створених комерційно цінних технічних, організаційних та економічних рішень та їх страхування;
- мотивація – формування мотивації та стимулів для підвищення ефективності роботи співробітників організації у сфері створення, правового захисту та використання інтелектуальної власності; проведення постійних патентних досліджень у напрямках, пов'язаних із номенклатурою основної товарної продукції;
- контроль – визначення відповідності отриманих результатів від використання об'єкта інтелектуальної власності запланованим, забезпечує можливість внесення коректив до планів діяльності підприємства щодо управління інтелектуальною власністю;
- моніторинг – циклічний процес системного обстеження діяльності підприємства щодо управління інтелектуальною власністю.

У ефективному управлінні інтелектуальною власністю підприємства криється секрет тривалої прибутковості бізнесу.

Таким чином, для сучасного підприємства, що динамічно розвивається виділення процесу управління інтелектуальними активами як самостійної функціональної підсистеми (поряд з маркетингом, фінансовим, виробничим управлінням, управлінням

персоналом тощо) стає нагальною необхідністю.

Необхідність і актуальність організації управління інтелектуальною власністю пояснюються тим, що будь-яку економічну стратегію, вибудовану без урахування інтелектуальної власності, не можна вважати оптимальною, оскільки використання інтелектуальної власності у сфері виробництва дає істотний додатковий прибуток. і цивільно-правовий оборот має велике значення для підвищення технічного рівня та конкурентоспроможності продукції, що випускається. Навіть при недостатній насиченості вітчизняних підприємств об'єктами інтелектуальної власності, неоптимальній їх структурі та неповному використанні прибутковості цих об'єктів досить висока – вона в два, чотири рази перевищує середню дохідність матеріальних активів. Під управлінням інтелектуальною власністю розуміється сукупність дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку та використання інтелектуальної власності підприємства з метою досягнення максимального результату від їх використання при мінімізації витрат за ці активи.

Основне завдання управління інтелектуальною власністю підприємства полягає у збереженні, розвитку інтелектуального потенціалу як стратегічного ресурсу в умовах прийняття та підвищення його конкурентоспроможності та економічної безпеки за рахунок задоволення потреб ринку у сфері охорони та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Серед ключових питань здійснення політики підприємства з управління інтелектуальними ресурсами необхідно виділити такі:

- визначення стратегії і тактики з придбання та створення об'єктів інтелектуальної власності.
- проведення їх повної інвентаризації та постановка на облік.
- забезпечення правового захисту всіх створених комерційно цінних технічних, організаційних та економічних рішень та їх страхування.
- розробка економічно обґрунтованих цін на об'єкти інтелектуальної власності.
- комерційне використання прав на продукти інтелектуальної діяльності.
- формування мотивації і стимулів підвищення ефективності роботи співробітників організації у сфері створення, право-

вого захисту та використання інтелектуальної власності.

Проведення постійних патентних досліджень у напрямках, пов'язаних з номенклатурою основної товарної продукції, з метою безперервного відстеження меж володіння, придбання та передачі прав на об'єкт інтелектуальної власності, задіяних у своєму виробництві та у конкурентів.

Визначення стратегії та тактики з придбання та створення об'єктів інтелектуальної власності полягає в орієнтації бізнесу (спеціалізації), планах та цілях розвитку фірми, стратегічному плануванні. У загальному вигляді політика в галузі інтелектуальної власності спрямована на досягнення стратегічних цілей організації, головним чином захист інвестицій і не може існувати у відриві від загальної стратегії поведінки підприємства на ринку.

Перш ніж приступати до розробки або впровадження будь-якої новинки, необхідно виявити всі відомі аналоги, визначити тенденції розвитку в даній галузі техніки, переконатися, чи не підпадає об'єкт, що розробляється під дію виняткових прав так званих третіх осіб. Слід виділити такі основні фактори, що визначають стратегію управління та інтелектуальною власністю фірми:

- маркетингова стратегія;
- обсяги виробництва;
- ємністю ринків збуту, як існуючого, так і потенційного;
- наявність чи відсутність конкурентів;
- галузь діяльності.

Проведення повної інвентаризації та постановка на облік об'єктів інтелектуальної власності здійснюється згідно з Міжнародним стандартом фінансової звітності власності на облік підприємства:

- покращуються показники ліквідності та кредитоспроможності;
- нематеріальні активи амортизуються, списуються у витрати, тим самим зменшуючи прибуток, а отже, і податок на прибуток;
- облік об'єктів інтелектуальної власності також допомагає оптимізувати податкову базу щодо податку на майно. Набула чинності нова частина Податкового кодексу, в якій з бази оподаткування з податку на майно виключено інтелектуальну власність. Раніше одним із бар'єрів для створення

капіталізаційної інтелектуальної власності була ціна питання, оскільки при постановці на баланс інтелектуальної власності за реальною ринковою вартістю платник податків повинен був сплатити 2% податку від вартості, навіть якщо вона не використовується в господарському обороті. Нині цієї проблеми немає – збільшується статутний капітал, випускаються додаткові акції, від продажу яких підприємство отримує додаткові оборотні кошти; - згідно із законодавством дозволено вносити права на об'єкти інтелектуальної власності як заставу.

Забезпечення правового захисту та страхування всіх створених комерційно цінних технічних, організаційних та економічних рішень необхідне, оскільки залишений без охорони корисний винахід може бути втрачено на користь більших конкурентів, які мають кращі можливості для комерціалізації продукту або послуги за більш доступну ціну, залишаючи справжнього винахідника або автора без фінансової вигоди або про винагороду. Охорона інтелектуальної власності будь-якої компанії є важливим кроком для перетворення ідей у ділові активи з реальної ринкової вартості.

UDC 352:7

Kateryna Dudnyk, Xiao Yaxi

Sumy National Agrarian University

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF ENTERPRISES FROM THE PERSPECTIVE OF PUBLIC RELATIONS LENOVO AS AN EXAMPLE

Abstract: With the continuous advancement of reform and opening up and the wave of globalization, human resource management and public relations, as two new disciplines, have a vigorous vitality. The research on human resource management and public relations as two new disciplines has a strong vitality, and there is a rising trend of research on both of them and their relationship in the academic circles. In this paper, from the perspective of public relations, we apply some concepts and theories of public relations to the human resource management of enterprises. It then analyzes the important role of public relations in corporate human resource management. In the analysis, the public relations crisis of Lenovo is taken as an example and combined with the practice of public relations and human resources management, and puts forward a new idea of public relations in human resources management.

Key-words: public relations; human resource management; Lenovo; value

1. Definition of the concept of public relations and human resource management

Public relations are an emerging cross-cutting science, which is based on the three major disciplines of communication, management and behavioral sciences, and reveals the state of public relations of organizations and the laws of public relations activities. It is a science that mainly studies the basic laws and general methods of the public relations status and activities of social organizations. Public relations are a highly applied subject, applicable to individuals and any organization. However, due to its short development time and strong intersectionality, the academic community has not yet reached a unified opinion on the definition of its concept.

However, due to its short development time and cross-cutting characteristics, the academic community has not yet reached a unified view on the definition of its concept. However, despite the many different definitions of public relations in the academic community, we can still find some common features. First, the subject of public relations is the organization, the object is the public, and the intermediary is effective communication. Its essence is the behavior of social organizations. Second, public relations are a two-way information exchange activity. It achieves a link between social organizations and the public through communication. Thirdly, public relations are a management activity. Like human resource management and financial management, public relations are a management activity that serves the objectives of the company.

So, what is human resource management? As the name suggests, it is the management of a resource called people. What are human resources? According to Prof. Yu Kaicheng, human resources are the sum of people with intellectual and physical labor that can promote the development of national economy and society; while Prof. Li Baoyuan's understanding of human resources is the spiritual stock of physical strength, knowledge and skills as well as values possessed by the employees of an enterprise. Both highlight the importance of human knowledge and ability. What is management? The famous professor Robbins defines management as Robbins defined management as “the coordination and supervision of the work activities of others so that they do their work efficiently and effectively.” Integrating the above definitions, human resource management can be defined as: “The organization develops personnel needs through human resource planning, and conducts reasonable and

fair profit distribution and performance appraisal for employees, coordinates and supervises employees by strengthening internal training and creating good employee relations, and fully stimulates the potential of each employee to achieve the maximum development of both the organization and the individual. activities of the organization and individuals”.

2. Reasonableness Analysis of Introducing Public Relations Perspective into Human Resource Management

2.1. Both public relations and human resource management have the same or similar subjects and objects. The subjects of public relations and human resource management are mainly organizations. In order to achieve common organizational strategic goals, public relations and human resource management will cooperate with each other and transfer their working methods to human resource management. In addition, the object of public relations is the public, which can be divided into internal and external publics according to the affiliation between the public and the organization, of which the main component of the internal public is the employees, which is compatible with the object of human resource management. Therefore, there is inevitably a certain correlation between public relations activities and human resources management activities, and they also have the common purpose of serving the development of the organization and stabilizing the employees, which makes it possible to analyze human resources management from the perspective of public relations.

2.2. Both public relations and human resources departments are important functional departments of an organization. As two interrelated and collaborative departments, public relations and human resources mean that changes in one department will affect the adjustment of the other. Therefore, we can use public relations thinking to analyze human resource management practices, and we can also observe the adjustments and changes in human resource management through the dissimilarity of public relations activities. In Lenovo, the internal hierarchical system includes a clear division of labor between the public relations department and the human resources department.

2.3. Theoretical research on public relations and human resource management is cross-complementary. Good interpersonal skills play an increasingly important role in determining whether or not a person is hired, gets a long contract or even gets promoted. Therefore, more and

more research on interpersonal skills is being conducted in public relations and human resource management. Moreover, both public relations and human resource management emphasize communication, but they have their own emphasis on the content and target of communication, so by comparing them, we can not only find out the shortcomings of communication in human resource management, but also apply the theories of public relations communication skills and obstacles to human resource management.

3. Analysis of the role of public relations in human resource management

According to economist Cai Huajin, public relations can create benefits because it is a kind of human resource. Interpersonal and public relations are part of human resources. Public relations, by its very nature, is still a kind of human work. Scholar Ge Zhongxia believes that “how to improve the core competitiveness of employee skills has always been a difficult problem in human resource management, people are a complex individual, dealing with people is the most important communication and coordination, and public relations is to solve the problem of coordination and communication between the enterprise and its public”. The thorough analysis of communication problems by public relations provides an opportunity for human resource managers to improve the skills of their employees. For the role of public relations in human resource management, the author starts from the six modules of public relations crisis management and human resource management in Lenovo.

3.1. Public relations provide a channel for contacting and tapping high-caliber talents. The biggest competition in the 21st century is the competition of talents. Talent, to a certain extent, determines the development of a company. To a certain extent, public relations activities provide a platform for recognizing and tapping talents. Public relations planning is an important part of public relations activities. First of all, planning should be centered around a certain purpose, and every public relations campaign can't avoid communicating and coordinating with people from various industries. This is a challenge and an opportunity for public relations practitioners. Every communication is a training of ability. In the process of communication, public relations practitioners also have a process of recognizing their communication targets. If this recognition process is regarded as an interview, then the public relations personnel act as the role of human resources interviewer, and if our

communication object is good enough, the public relations personnel, with its wonderful eloquence and sincere commitment, can reduce the burden for the human resources department of the recruitment work, and even become a new channel to help the human resources department to identify and tap the talent. In addition, public relations emphasize two-way information exchange, so enterprises should not only tell the external public about the situation of the enterprise and talent demand information, but also grasp the relevant situation of the external public, and grasp the distribution of talent, flow tendency, the requirements of the enterprise, and the competition in the talent market. Lenovo's Human Resources Department will analyze the overall talents in each area and each campus while formulating and releasing the recruitment plan, which is an embodiment of two-way information exchange.

3.2. Public relations can guide the management of company training and employee relations. The human nature of public relations informs us that when dealing with problems, we should pay attention to the human touch and emotional commitment, which is a fundamental attribute of human beings; the two-way nature of public relations informs us that before making any decisions or issuing policies, we should pay attention to listening to others and not be subjective; the wide-ranging nature of public relations reminds us that “the staff members of any company are the de facto public relations personnel “ and they represent the image of the company [2]. Therefore, when human resource management carries out training and employee relations management, it is important to do a good psychological survey of employees. Before writing a training program must be carried out to analyze the needs of training, and when arranging training courses must fully consider the length of time and degree of difficulty of training. Fixed leisure days and activities as well as psychological counseling will become the lubricant in employee relationship management. In Lenovo, in addition to the basic salary and various subsidies, employees also have benefits such as free coffee, free Internet cafe, free cinema, etc. Therefore, we see that after the layoff fiasco, Lenovo has basically recovered its employee relations with its favorable environment.

4. New Ideas for PR in Human Resource Management: Organizational Behavioral Practices of Value Rationality

In the last century, the school of human relations represented by Mayo put forward the doctrine of human relations, emphasizing that

people in the organization are “social beings”, and that a major factor affecting their efficiency is “morale”, and that the new leadership lies in the improvement of workers' satisfaction. Management emphasizes high efficiency, and human resource management, as a refined and standardized management activity, is no exception. In human resource management practice, employees are judged by various data and indicators, such as performance appraisal ratings, workload, and working hours. As a for-profit organization, it is only natural to emphasize efficiency, but in human resource management practice, public relations teaches us that the use of human relations doctrine is also important. We need to give more consideration to the feelings of our employees under the condition of ensuring a certain degree of efficiency, and pay attention to the analysis of employee psychology in the practice of the major modules of human resources. In the work, to carry out the value of rationality of the practice of organizational behavior, so that all people feel fair and respected, only in this way, can form the overall cohesion of the company to cope with the crisis.

UDC 352.14/6

Kateryna Dudnyk, Xiao Yaxi

Sumy National Agrarian University

RESEARCH ON STRATEGIC MANAGEMENT ISSUES OF LENOVO HOLDINGS LIMITED

Abstract: With the continuous penetration of the Internet, more and more companies are using computers, tablets and other electronic products. Those promoting the birth of a number of very good computer enterprises in China, such as Lenovo, Shenzhou and so on. This paper takes Lenovo Holdings Ltd. as an example, studies the strategic development of Lenovo Holdings Ltd. and analyzes the internal and external environment of Lenovo Holdings Ltd. through the analysis of the strategic implementation environment and SWOT analysis, and draws the problems existing in the strategic development of Lenovo Holdings Ltd. from it, and finally puts forward the appropriate suggestions to improve the strategy of Lenovo Holdings Ltd. and promote the development of Lenovo Holdings Ltd. Ltd. to promote the development of Legend Holdings Ltd.

Key-words: *Legend Holdings Limited; Strategic Management; Problems*

With the continuous penetration of the Internet, more and more enterprises began to use computers, tablets and other electronic products. Those promoting the birth of a number of very good computer

companies in China, such as Lenovo, Shenzhou and so on. The development of these enterprises has provided a very strong impetus for China's economic development. However, with Dell, Asus and other international brands in China. The competition in the computer industry is getting more and more intense, in order to be able to take the lead in the market in the future, the computer companies led by Lenovo must optimize the business strategy, so that the business strategy is in line with the law of the market and its own characteristics. This paper takes Lenovo Holdings Ltd. as an example, studies the strategy development of Lenovo Holdings Ltd. and analyzes the internal and external environments of Lenovo Holdings Ltd. through the analysis of the strategy implementation environment and SWOT analysis, and draws out the problems existing in the strategy development of Lenovo Holdings Ltd. and finally puts forward the appropriate suggestions to improve the strategy of Lenovo Holdings Ltd. and promote the development of Lenovo Ltd.

I. Strategic development history of Legend Holdings Limited

Lenovo's globalization strategy: to spread the form of diversified business model to the whole world and develop the consumer market of electronic products in Europe, America and other developed countries. Lenovo used the acquisition of IBM's electronic computer business and the acquisition of high-tech companies such as SWITCHBOX as a springboard for the globalization process. In this process, the research and development of technology is certainly the most important, but how to carry out the integration of culture and business within the enterprise is also the Lenovo Group needs to urgently solve the problem.

(I) The initial stage of Lenovo's development

At this stage, Lenovo mainly implemented the strategy of diversification and multi-channel, with a view to realizing the purpose of diversifying business risks and developing in multiple industries at the same time. At that time, Lenovo had not yet established a firm footing in the PC business, and the diversification strategy such as investing in real estate, Internet and communication business not only made the company fail to seize the main business, but also put the company into a state of financial constraints, such as Lenovo's entry into the Internet business, which was poorly operated, resulting in Lenovo's failure to establish a firm foothold in the Internet market. At that time, Lenovo's diversified business was no longer qualified and attractive for core competitiveness,

but in the process, Lenovo established marketing channels all over the country, which laid a certain foundation for future development.

(II) IBM acquisition stage

This stage mainly implements the dual-brand strategy, along with the implementation of low-cost and differentiation strategies. Lenovo's merger of IBM's PC business was a historic event in the development of Lenovo. At the beginning of Lenovo's merger of IBM's PC business, the company implemented a dual-brand strategy. Lenovo first maintained IBM's consistent products and services, including IBM's "think" brand, to give customers a continuity buffer stage, so that they have to slowly adapt to the process. From the point of view of publicity, the new Lenovo advertising position highlights innovation as the core of the corporate brand, aims to drive the product brand with the corporate brand, and the Olympic marketing as a channel to increase publicity, which is undoubtedly a successful idea. Maintaining the trust of old customers in the company and its products and continuing to develop new customers to further capitalize on the momentum to expand the market, which is the purpose of Lenovo's acquisition of IBM PC to achieve.

In the Lenovo brand is gradually recognized at the same time, the first low-cost strategy, Lenovo adopted the strategy to bear the cost of declining profits, but harvested a large number of suppliers and consumers, to obtain a better development. The second differentiation strategy, Lenovo already has the leading technology advantage brought by IBM, coupled with its own technology research and development department, relative to other enterprises, in the technology research has a certain advantage, but also through direct price competition to avoid bearing the price pressure.

From the practical point of view, this strategy was suitable for Lenovo at that time. Lenovo made a profit two months after the acquisition of IBM PC, and its turnover rose by 234% in the first quarter, and realized three consecutive quarterly profits in 2005. Brand awareness, sales continue to improve, only half a year, Lenovo to the original loss-making IBM PC business to profitability, Lenovo's brand awareness has also risen, jumped to become a strong competitor in the PC industry.

(II) Current Stage

This stage is mainly after the economic crisis in 2008 until now. After the acquisition of IBM, Lenovo's brand awareness and sales volume have

increased dramatically, and in recent years, the market growth of the PC business has slowed down and become saturated. At this stage, the Group has implemented the “protection and offense” strategy to protect the original mature market and core business, and to develop emerging markets and new types of business, in order to promote the continuous growth of sales and protect the mature market and core business. Protecting mature markets is one of Lenovo's initial strategies, which seeks to maintain its core PC business in China by expanding its leading position in the PC market to improve profitability, as well as expanding its commercial businesses such as servers and workstations. At the same time, the Group will further develop emerging markets to increase its market share, and actively develop its mobile and digital home businesses.

At the same time, Lenovo continued to benefit from the continued strong growth momentum in emerging markets (excluding China) to increase market share through an offensive strategy. Lenovo is also accelerating the growth of its sales business by developing the retail market, while seeking breakthroughs in the small and medium-sized enterprise (SME) sector and promoting new business models.

II. Lenovo Holdings Limited strategy implementation environment analysis

(I) Lenovo Holdings Limited strategy implementation environment analysis

1. Political and legal factors

At present, China is a “manufacturing power” rather than “manufacturing power”, in order to change the status quo, China advocates technology-driven development. Lenovo's strong political background: Lenovo Group was founded by the Institute of Computing Technology of the Chinese Academy of Sciences, and Hong Kong Lenovo is a joint venture between Lenovo Group and Hong Kong enterprises by the Chinese Academy of Science and Technology.

2. Economic factors

The economic crisis has brought a huge impact on all enterprises around the world, and China's economy, although impacted to a certain extent, has maintained a steady state of development. What's more, the computer chain industry still maintains a good growth trend.

3. Social and cultural factors

Entering the 21st century, along with the exchange and collision of various cultures, the national demand for information technology will have a great deal of room for growth, information technology industry in China there is a large number of potential customer base, and Lenovo in its merger and acquisition of IBM's global PC business, but also to expand the market to the world.

4. Technical factors

Domestic IT enterprises in the core technology capabilities show two characteristics: First, the production of computers is basically OEM production, the domestic IT enterprises lack of research and development of computer products and design capabilities; the second is in the key technologies, patents and standards are subject to the U.S., Japan, the European Union and other developed countries of the large enterprises, the degree of dependence on the global IT industry giants is very high. All these restrictions are not conducive to China's scientific and technological progress. In order to encourage the development of this industry in the country, the government has formulated relevant preferential policies in favor of technological innovation and market expansion of enterprises, and such a background is bound to be favorable to the development of Lenovo.

(II) Lenovo SWOT analysis

1. Advantages

(1) PC market advantage. Lenovo brand leadership in the Chinese market has surpassed many competitors and is in the position of industry leader. After the acquisition of IBM, Lenovo formed a dual-brand strategic advantage is increasingly apparent. Lenovo's advantage in the local Chinese market is outstanding, both in the notebook market and desktop market, Lenovo is the PC market share ranked No. 1 vendor.

(2) Lenovo Group has three production bases, located in Shangdi, Beijing, Pudong, Shanghai and Huiyang, Guangdong, with an annual production scale of 5 million computers, which is currently unattainable by any other computer company in China, thus ensuring a sufficient number of win-win situations in the market.

(3) Strictly according to the high standards and technical parameters of the normal temperature test, high temperature test and other testing procedures. And for which the unqualified products to take the decision not to allow the factory, so as to ensure that each factory computer

product quality and excellent quality.

(4) Acquisition of IBM's ThinkPad brand notebook computers to successfully develop the domestic market, not only to seize the high-end market, but also to drive the sales of low-end PC.

2. Disadvantages

(1) The global PC market share is small, market share is a comprehensive reflection of product competitiveness. From the point of view of the global PC market share, Lenovo ranked third, and HP is far away. In the U.S. market, Lenovo and Dell is a larger gap. Lenovo wants to catch up with HP, Dell, is by no means easy.

(2) Although the merger and acquisition of IBM's personal PC business, but not fully integrated, not much change, the overall development of Lenovo is not much promotion.

(3) Lack of internationalization experience, especially the ability to cope with the international complex economic situation, the control of risk is not very strong.

(4) Lack of innovative products, at present, Lenovo Holdings Ltd. still produces more of the old products, the new product launch speed is slow, and does not get the attention of consumers.

3. Opportunities

(1) Opportunities for the development of the PC consumer market. Along with the rise of the notebook market and the popularization of PC, the personal consumption market will grow geometrically every year. After the continuous development of the computer industry, the consumer maturity is high, there is a great demand for computers, and some business people have already taken computers as a necessity, and at the same time, people have a very full understanding of computers, and Lenovo has a greater opportunity for development.

(2) The domestic computer market is developing rapidly, and more and more consumers are buying computers. With the improvement of people's living standards and accelerated growth, brand-name computers will become a consumer fashion, gradually replace the assembled machine, and have the ability to consume some high-end products, which is a good opportunity for the computer industry.

4. Threats

(1) A large number of foreign companies to build factories in China, the entry of internationally renowned brands, Lenovo has caused considerable competitive pressure.

(2) Advantageous products are too single, and there is no competitiveness in products other than PCs. At the same time, it is not willing to develop new products in other market segments.

(3) Frequent price wars among domestic manufacturers have led to a decline in the average profit margin of the computer industry and a chaotic market price system. Large foreign vendors such as Dell, HP, etc. are now also joining the ranks of price cuts, has been close to the offer of domestic manufacturers, the market competition has further intensified.

(4) A large number of new brand-name computer manufacturers to join the market confusion. These vendors will adopt a low price policy in order to gain a certain market share, thus reducing the frequency of consumers buying Lenovo computers.

III. Problems in the strategy of Legend Holdings Ltd.

(I) did not adopt the strategy of horizontal integration

Although at present Lenovo Holdings Limited mainly from the adoption of globalization strategy. But at present the domestic computer market competition has become more and more intense. At the same time the current domestic PC market is close to saturation. This means that Lenovo Holdings Ltd. is not able to get more profits from the computer market. Therefore, for the long-term development of the enterprise in the future, the enterprise needs to adopt the strategy of horizontal integration to lengthen its own production line and use its own technological advantages to occupy a certain market share in the relevant market. However, looking at the current strategy of Lenovo Holdings Limited, the company still puts its business center on the PC market, and does not see Lenovo Holdings Limited in other related markets have new products or services launched, which is undoubtedly not conducive to the company's long-term development in the future.

(II) Weak bargaining power with suppliers

In addition, Lenovo acquired IBM's PC business, but its bargaining power with suppliers in the supply chain remains weak. The main reason is that it lacks the core technology and resources in the computer industry. Therefore, it is easy to be influenced by suppliers in the production process and production fluctuations. For example, the core of the computer CPU, Lenovo Holdings Limited has not mastered the ability to independently produce CPU, only to choose to Intel, AMD and other

high-tech companies to buy. In addition to the computer system, because there is no self-developed system or the system does not meet the requirements of consumers, so in the assembly of computers can only be purchased from Microsoft. The same is true for hard disks and chips. All of these companies are absolutely dominant in their respective market segments and are at the center of the supply chain. Therefore, when Lenovo negotiates with these companies, it is usually in a weaker position, and it is difficult to obtain lower prices than those of other computer companies, thus failing to reflect the price advantage in its products, which undoubtedly has a great impact on the strategic development of the enterprise.

(III) not timely corresponding to the needs of consumers

Although Lenovo Holdings Ltd. is currently the first sales volume in the Chinese market, but after careful analysis found. In the sale of computers in a large part of the government departments to buy. Government departments in the purchase of computer needs often do not have too many requirements. At the same time, often the demand for the same product, which makes Lenovo Holdings Limited does not have to produce personalized products can be very profitable. There is also no incentive to carry out personalized products. But with the current PC market penetration rate is rising, the PC market competition is becoming more and more intense. At the same time with the current consumer per capita income continues to increase, consumer disposable income continues to rise, consumer demand for products more and more tends to be personalized, and are willing to pay enough price for personalized products. Therefore, the current PC market has changed from a seller's market to a seller's market, which means that consumer demand is a factor that must be taken into account in future business strategies. However, at present, since Lenovo's main customers are government departments, it does not pay enough attention to individual consumers. This has led to consumers not choosing Lenovo branded computers and thus opting for other brands of computers. This makes the number of consumers of Lenovo Holdings Ltd. less and less, which is not conducive to the future development of the company.

IV. Strategic solutions for Lenovo Holdings Ltd.

(I) the implementation of horizontalization strategy

For the future long-term development of Lenovo Holdings Limited, Lenovo Holdings Limited and its need to adopt a horizontal strategy.

Horizontalization strategy can start from the following aspects, first of all, Lenovo Holdings Limited needs to have a clear understanding of their own advantages, to understand their current mastery of the core technology and resources in which specific market segments to occupy a certain advantage. After the selection of market segments, you can invest in a small scale to see the consumer recognition of the project. The advantage of this is the possibility of experimenting with a horizontal strategy using the company's name recognition as well as a small amount of capital. If the company can be successful in the market segment, then Lenovo Holdings Limited can increase the investment in the market segment, so as to successfully realize the horizontalization strategy.

(II) Strengthening the bargaining power of suppliers

In order to strengthen the bargaining power of suppliers, so as to better ensure the implementation of the company's strategy. Lenovo Holding Co., Ltd. can start from the following three aspects, first Lenovo Holding Co., Ltd. can improve their own science and technology, by vigorously research and development of computer-related technology, when Lenovo Holding Co., Ltd. can make a certain technological breakthroughs, other core suppliers will know that its hardware is not irreplaceable, and therefore in the subsequent bargaining process may make a certain amount of concessions. Secondly, to strengthen their market share in the market, when Lenovo Holdings Limited can be in the market sales volume is much higher than other companies, then in the process of supplying these core companies, will take into account the Lenovo Holdings Limited purchase volume is much larger than other computer companies, then there may be some concessions in the purchase price. Finally is to strengthen cooperation with suppliers, through the establishment of a win-win relationship with the core suppliers, to help suppliers in the amount of inventory, related scientific and technological research and development, so as to be able to realize the supply chain cost minimization, when Lenovo Holdings Limited to help core suppliers to reduce the cost of the core suppliers in the spirit of win-win management, the core suppliers will choose to a certain amount of concessions to strengthen the bargaining power for the supplier.

(III) Strengthening the response to consumers

As mentioned above, Lenovo Holdings Ltd. has not responded well to the needs of consumers, which may lead to problems in its future strategy. Therefore, it is necessary to strengthen the response to

consumers. First of all, the company can set up a corresponding department to collect consumers' opinions. By conducting regular surveys with the community to collect consumer opinions on products, the company can take consumer opinions into consideration when designing products in the future. For example, if consumers say that the cooling system of Lenovo computers has some problems, then the company can consider using different cooling modules in the process of mass production in the future, so that the cooling system can play a better effect. Secondly, the company should also make certain adjustments to the production line, part of the production line into a flexible production, so as to realize the production of personalized products. For the production line transformation can minimize the use of funds, so that more funds can be used in other areas, so as to achieve the company's strategic development.

V. Summary

Through the strategic development of Lenovo Holdings Ltd. and the environmental analysis of Lenovo Holdings Ltd., this paper understands that Lenovo Holdings Ltd. currently exists in the strategic aspects of the strategy does not use the strategy of horizontal integration, and the bargaining power of the suppliers is weak, not timely corresponding to the needs of the consumer and the direct mode of sale does not pay enough attention to other problems, in order to be able to solve these problems, the paper In order to solve these problems, this paper suggests that Lenovo Holdings Ltd. needs to implement a horizontal integration strategy, strengthen the bargaining power of suppliers, strengthen the response to consumers and strengthen the proportion of direct sales mode. This will ensure the efficient implementation of the company's strategy and realize the company's long-term development.

OPTIMIZING EMPLOYEE PERFORMANCE IN THE DIGITAL ERA: A CASE STUDY OF XIAOMI'S PERFORMANCE MANAGEMENT STRATEGIES IN E-COMMERCE

In the fast-paced digital economy, e-commerce companies face significant challenges in managing employee performance effectively. Unlike traditional industries, e-commerce businesses operate in highly dynamic environments where technological advancements, changing consumer behavior, and intense market competition continuously reshape organizational structures and human resource strategies. Employee performance management (EPM) plays a critical role in ensuring operational efficiency, sustaining business growth, and fostering a productive workforce.

Xiaomi Technology Co., Ltd., a leading global technology and e-commerce firm, has developed a structured and innovative approach to performance management. The company integrates digital tools, data-driven assessments, and incentive programs to enhance employee efficiency and motivation. This paper explores Xiaomi's performance management strategies, their effectiveness in an e-commerce context, and the broader implications for workforce management in the digital era.

Xiaomi's human resource management model is based on flexibility, autonomy, and a strong performance-driven culture. Unlike conventional corporate structures that rely on rigid hierarchies, Xiaomi encourages employees to take ownership of their work and actively contribute to innovation. The company's flat organizational structure allows for greater collaboration and efficiency, aligning employee efforts with strategic business goals [3].

To foster continuous professional growth, Xiaomi has implemented structured training programs, particularly for first-time managers. These programs focus on essential leadership skills such as delivering constructive feedback, effective delegation, and handling complex employee interactions. By equipping managers with these competencies, Xiaomi ensures that performance expectations are clear, employees receive meaningful guidance, and workplace engagement remains high [2].

Another key feature of Xiaomi's performance management strategy is its equity incentive plan, which aims to retain high-performing employees and foster a long-term commitment to the company. In one instance, Xiaomi allocated approximately \$3.2 million in stock shares to its core employees as a reward for their contributions to company growth. Such incentive structures have been shown to significantly improve employee motivation, reduce turnover, and align individual performance with corporate success [4].

Xiaomi's EPM system is heavily data-driven, leveraging key performance indicators (KPIs) to assess employee contributions. These KPIs include:

- Productivity Metrics: Measuring output in relation to assigned tasks and responsibilities.
- Customer Satisfaction Scores: Evaluating employee interactions with customers to enhance service quality.
- Innovation Contributions: Recognizing employees who introduce new ideas or process improvements.
- Collaboration and Teamwork: Assessing teamwork effectiveness through peer evaluations.

This results-driven approach has helped the company maintain a high-performance culture, where employees are continuously encouraged to improve their skills and contribute effectively to organizational goals [1].

While Xiaomi's performance management strategies have yielded positive results, certain challenges remain. One concern is the potential for burnout due to high-performance expectations and an intense work culture. Studies indicate that employees in fast-growing e-commerce firms often experience stress due to demanding workloads and rapid organizational changes. Xiaomi must continuously refine its approach by incorporating employee well-being initiatives, flexible work arrangements, and mental health support programs.

Another challenge lies in scaling performance management strategies as the company expands globally. Xiaomi's rapid international growth necessitates adapting its HR strategies to different cultural and regulatory environments. Ensuring consistency in performance management across diverse markets requires localized policies while maintaining the core principles of efficiency, motivation, and data-driven decision-making.

Xiaomi's performance management strategies demonstrate how e-commerce companies can optimize workforce productivity in the digital age. By leveraging data-driven KPIs, offering targeted incentives, and fostering a culture of continuous improvement, Xiaomi has successfully built a high-performing workforce. As e-commerce continues to evolve, companies that prioritize effective performance management will gain a competitive edge in attracting, retaining, and motivating top talent. Future research could further explore how AI-powered HR tools and automation can enhance performance management processes in digital enterprises.

REFERENCES

1. Amazing Workplaces. (2023). Performance Management in E-commerce: Setting Goals and Measuring Success.
2. HR Katha. (2022). How Xiaomi is Driving a Culture of Engagement and Learning for its Employees.
3. Korea Science. (2021). Human Resource Management in the Digital Age: A Study on Employee Performance in E-Commerce.
4. Sixth Tone. (2023). Xiaomi Allocates \$3.2M in Shares to Retain Key Employees.

UDC 352/11

Liao Xiaojin

Sumy National Agrarian University

CATERING ENTERPRISE COST CONTROL RESEARCH

Abstract. In recent years, the development of domestic food and beverage industry is very fast, all kinds of restaurants have a better development, and want to be in an impregnable position in the competitive restaurant industry environment, the key is to create their own characteristics in the process of operation. The innovation of the products and services, update the development of the concept of management, cost control is particularly important to the catering industry. Facing the current increasingly fierce market competition environment, catering enterprises in order to get rapid development and the high benefit, must be based on the actual operation and management activities, strengthen the intensity of cost control, reduce the cost and improve service quality, cost control management system and occupy a larger domestic market.

Key-words: *The restaurant industry; Cost control; Cost difference; Standard cost.*

Introduction

The development speed of the domestic catering industry has begun to slow down. On the one hand, competition within the catering industry is intensifying, and on the other hand, the emergence of numerous catering entrepreneurs has made the previously high-profit

characteristics of the catering industry no longer exist. Under the pressure of these two aspects, if catering enterprises want to survive and achieve better development in this environment, their managers must choose to improve and perfect the cost control system. The overall catering industry currently exhibits deficiencies in systems such as incomplete management systems, weak cost control awareness, severe waste and damage of raw materials, and loose supervision and regulatory mechanisms. Managers not only need to make correct strategic decisions regarding enterprise development but also need to be more diligent in studying, exploring, and applying internal cost control within the enterprise. This article begins with concepts, discusses the significance of cost control, and finally proposes solutions through an analysis of the current status of cost control in the catering industry. In summary, cost control in catering enterprises is currently of utmost importance.

1. The Significance of Cost Control in Catering Enterprises

1.1. The Concept of Catering Costs

Catering costs in the catering industry can be divided into costs from production, sales, and service stages based on the business process. The cost composition is as follows: Because these three stages of costs are difficult to fully reflect in the selling price, after excluding raw material costs and fuel costs, other expenses such as store rent, taxes, utilities, employee salaries, operating and management expenses, etc., are difficult to clearly express in the selling price. Therefore, traditionally in the catering industry, product costs only include raw material costs and fuel expenses, while operating and management expenses are often expressed as a percentage.

Classification of catering costs: The classification methods of catering product costs are mainly divided into the following methods according to different perspectives on different issues: divided into total cost and unit cost based on the cost calculation object; divided into fixed costs and variable costs based on whether they are related to business volume; divided into direct costs and indirect costs based on their relationship with product formation; divided into controllable costs and uncontrollable costs based on the degree of cost controllability.

Characteristics of catering costs: (1) A large proportion of controllable costs: Controllable costs refer to costs and expenses that managers can control, excluding some fixed consumption costs in operating costs, as well as raw material costs. The amount of controllable

costs is directly related to the quality of management by managers and accounts for a significant proportion of operating revenue. (2) A considerable proportion of variable costs: Variable costs refer to a portion of variable costs other than raw materials for catering products, such as material consumption. Variable costs increase as sales volume increases, which makes large discounts on catering prices unfeasible. (3) Cost leakage points: Cost leakage points refer to various links in the operation and production process of catering enterprises where costs may be leaked. The size of catering costs is more related to the management level and effectiveness of managers towards the enterprise. In all aspects of catering enterprise operations, there are opportunities for cost leakage, i.e., they can all become cost leakage points. This is specifically manifested in: menu planning and dish pricing, which affect customers' choices of dishes and determine the cost ratio of dishes; lax sales control, where the quantity of sold catering products does not match standard revenue, increasing the cost ratio; if catering enterprises do not strengthen cost accounting and analysis, they will relax cost control in various links, etc.

1.2. Specific Processes of Cost Control in Catering Enterprises

Establish and improve the standard cost system to provide a solid basis for managers to execute: The establishment of a standard cost system is the starting point for cost control in catering enterprises, providing a solid basis for catering cost control and making it possible to control and even reduce costs. At the same time, it is necessary to leverage the advantages of the standard cost system in combination with specific actual business activities to truly do a good job of cost control.

Start from the source and pay attention to and strictly control the procurement management of raw materials: The most fundamental aspect of cost control in catering enterprises is the procurement management of raw materials. Catering enterprises should set up specialized procurement departments, where the kitchen leader proposes procurement applications based on the actual daily kitchen usage and estimated demand. After the application is approved by superiors, the procurement department notifies suppliers to supply goods, and then strictly controls and supervises the goods during the acceptance and inspection process. The control of food raw material procurement prices also requires strict supervision, as these processes directly affect the consumption costs of the catering department. Only by achieving healthy execution and supervision of all procurement

processes can successfully cost control be achieved, starting with procurement costs.

Analyze the amount of cost differences in detail, evaluate the control results, and propose improvement opinions: During the operation of catering enterprises, there are inevitably more or less differences in daily business activities, so there are also inevitable differences in daily costs. These differences cannot be ignored, and corresponding improvement measures should be made for different influencing factors. Only by accurately analyzing the causes of differences, understanding the fundamental issues causing the differences, and making adjustments can managers be prevented from making wrong decisions due to their lack of understanding of the differences. Evaluating the actual control effect and proposing improvement measures will contribute to the improvement and development of the enterprise's cost control mechanism.

Propose and implement corresponding improvement measures for specific actual business activities: The analysis of cost differences evaluates the cost control results and proposes improvement opinions, but different effective response plans and strategies should still be adopted for different actual situations. Only by scientifically and reasonably treating specific issues on a case-by-case basis can the true meaning of cost control be truly understood, promoting the long-term development of cost control in catering enterprises.

1.3. The Importance of Cost Control in Catering Enterprises

1.3.1. Effective Control of Core Costs in Catering Enterprises is an Effective Strategy to Improve Market Competitiveness

Effective control of core costs in catering enterprises is a powerful method to improve profitability. When sales volume is constant, the size of core costs directly affects the profit level of enterprises. Using the advantage of reduced costs to attract more consumers, while at the same time, the reduction in costs leads to larger net profits.

1.3.2. Effective Cost Control in Catering Enterprises is an Important Path for Their Seeking Development

In the currently equally competitive environment, merely relying on product quality and service quality is far from sufficient to satisfy consumers. It is also necessary to attract more consumers through the advantage of effective cost control utilizing cost differences on this basis.

1.3.3. To Survive in a Competitive Market Environment, Cost Control Must Be Strengthened

With the continuous development and improvement of the socio-economic level, the improvement of the entrepreneurial service industry, and the support of national policies, the catering industry has grown rapidly. However, this has also been accompanied by the disappearance of high-profit characteristics. Today's catering enterprise managers must not only maintain correct development strategies and make correct strategic decisions but also pay attention to internal cost control within the enterprise, because only in this way can enterprises truly survive and develop.

2. Current Status and Analysis of Catering Cost Control

In today's increasingly competitive environment, many catering enterprises are no longer profitable or even losing money, making the analysis of the current status of catering enterprise cost control particularly important. After examining and analyzing the current situation, the following conclusions are drawn: The internal management system and cost control system of catering enterprises are imperfect, managers lack sufficient awareness of the importance of cost control, and the phenomenon of wasted and damaged raw materials is countless. Therefore, effective control of catering costs has become the primary issue to be solved by catering enterprises.

2.1. The Quality of Cost Control in Catering Enterprises is Generally Low

All aspects of catering cost control will be affected by the effectiveness of corporate management. Therefore, some hotels under international management groups have relatively standardized management systems and their staff have relatively high quality. The cost control process and cost information are relatively detailed and comprehensive, coupled with careful analysis of cost information, so cost control is relatively well done. However, lower-end hotels are obviously insufficient in the above aspects, coupled with poor execution, leading to low efficiency in catering business.

2.2. The Management Method of Catering Business Costs is Single

At present, most of the domestic catering industry chooses the gross margin cost control method. This simple management method mainly has the following deficiencies: Firstly, the gross margin level cannot truly reflect the utilization rate of raw materials. Secondly, it easily conceals the

cost management situation of categories with lower gross margin levels. Thirdly, this method may mislead the head of the catering department, misleading them to pursue high gross margins while neglecting the rationality of selling prices.

3. Solutions to Problems Existing in Catering Cost Control

1) To address the issue of generally low quality in cost control, implement quantitative procurement and approval, establish a sound and healthy management system and management system, deepen the quality, accuracy, and depth of analysis of catering cost control, continuously improve staff quality, and finally implement them effectively in various execution processes.

Implement a quantitative procurement and approval system. The head of the catering department must make a budget and submit a procurement application based on the usage and remaining quantity of raw materials before purchasing. After approval, it can be issued to suppliers for timely supply according to the budget, and a series of procedures are required to ensure the formal and orderly progress of the purchasing process during the purchase.

2) Strictly implement the use of raw materials to address the issue of a single cost management method for catering operations. At the same time, change the current operating cost management method that only implements the gross profit margin control method. It is used as a reference to ensure the rationality and scientific city of operating cost management in catering enterprises.

(3) Scientific understanding and application of the weak link in cost difference analysis to address the issue of 'cost optimization. 'Low cost "strategy, continue to increase the importance of cost variance analysis, and strengthen the understanding of cost variances. Carefully analyze and reasonably improve the problems caused by cost differences. In addition, managers should also consider their own. Continuous learning helps catering enterprises make optimal solutions and decisions.

4. Summary

Controlling catering costs requires the active participation and cooperation of everyone, with a focus on cost-conscious decision-making. It starts with building awareness and understanding that cost control is not just about a company's profitability – it is closely tied to each individual's professional integrity and interests. Only by fostering this

mindset can we fully engage both employees and managers, encouraging them to genuinely care about and prioritize cost control in the catering industry. If everyone is personally invested in the cost control process, the organization will naturally thrive. When a culture of cost-consciousness is established, how can such a company not grow?

The primary goal of cost control in the catering industry is not just to prevent costs from rising, but, more importantly, to find the optimal business strategies through the efficient allocation of resources. This is a key approach to ensuring the sustained profitability and long-term success of catering enterprises. However, costs will eventually reach a limit, and at that point, more effective cost-reduction methods, such as technological innovation, must be explored. By continually improving cost control systems and embracing technological advancements, catering businesses can navigate the challenges of a slowing growth rate and low efficiency, ultimately securing a competitive edge in the industry.

REFERENCES

1. Zhang Yi. A Brief Analysis on the Establishment of Hotel Catering Cost Control System [J]. Commercial Accounting, 2006.11: 32-33.
2. Zheng Lili. A Brief Discussion on the Control and Management Strategies of Hotel Catering Costs [J]. Modern Business, 2013.29: 162.
3. Ji Qingqing. A Brief Analysis on Cost Control in Budget Hotels [J]. Market Modernization, 2014(17).
4. Hao Shuying. A Brief Analysis on Cost Control in Catering Enterprises [J]. Finance and Economics (Academic Edition), 2013(17).
5. Liu Li. On the Methods of Raw Material Cost Control in Catering Enterprises [J]. Journal of Taiyuan Urban Vocational College, 2012 (12)

UDC 352:2

Liao Xiaojin

Sumy National Agrarian University

RESEARCH ON MANAGEMENT MODE BASED ON TRANSFORMATION OF MODERN CATERING

Abstract: In recent years, with the rapid development of information technology and the popularity of the Internet, people's lives have entered the digital age. More and more customers are spending money through digital channels such as takeaway platforms and restaurant apps. Coupled with the emergence of new catering formats, such as unmanned restaurants and smart kitchens, the application of these new technologies makes traditional catering face severe challenges and crises, and the need for enterprise transformation is imminent. By combining the current catering situation

and analyzing the problems existing in the catering industry, this study discusses effective coping strategies to promote enterprises to better realize digital transformation.

Key-words: catering industry; digital transformation; management mode; customer experience

1. Background and Current Situation Analysis of Digital Transformation in the Catering Industry

1.1. Changes in Consumption Patterns

Changes in consumption patterns are one of the important factors driving the digital transformation of the catering industry. ① The consumption behavior of consumers has undergone a digital transformation, with online meal ordering and mobile payments replacing traditional dining-in and cash payments, bringing great convenience to people's lives. ② The application of digital technology has greatly optimized ordering, production, delivery, and promotion processes, making work more efficient while reducing order errors and significantly improving customer satisfaction.

1.2. Changes in the Market Environment

(1) With the rapid development of the digital age, market competition has become increasingly fierce, causing the traditional business models and operational mechanisms of the catering industry to fall into difficulty. Only by leveraging digital transformation to enhance competitiveness can the catering industry seek a turnaround. Digital transformation can strengthen the connection between enterprises and customers, which can avoid enterprises losing their ability to sustain their operations to a certain extent.

(2) The digital model can enhance enterprises' ability to resist risks. When enterprises encounter crises, the digital model can help operators quickly adjust their business models to minimize losses, while better predicting market changes, allowing operators to adopt coping strategies in advance and reduce business risks.

2. Application Strategies for Digital Transformation Management Modes in the Catering Industry

2.1. Innovating Talent Cultivation Modes

Innovating talent cultivation modes plays an important role in the digital transformation of the catering industry. Employees in the traditional catering industry often have relatively single skills and lack the awareness to self-improve. The use of digital technology requires employees to master and proficiently use related skills. Therefore,

operators should focus on cultivating employees' cross-border thinking and innovation abilities, improving employees' skills and awareness through regular internal training activities.

Operators should also encourage employees to participate in externally cooperative training courses and provide opportunities for them to actively try out, allowing employees to personally experience and adapt to the digital culture, thereby stimulating their learning initiative and improving their digital capabilities and literacy.

2.2. Leveraging Technical Support and Keeping Close Watch on Technological Trends

2.2.1. Leveraging Technical Support

(1) Enterprises should build comprehensive digital infrastructure and regularly perform maintenance and inspections on equipment to ensure stable network connections, efficient order management, and payment systems, avoiding operational issues due to cost savings in this area.

(2) Enterprises can use equipment to monitor food storage environments and realize intelligent inventory management. This not only allows for real-time understanding of food inventory but also saves labor costs and avoids food quality and safety issues.

(3) Operators should pay attention to collecting data through various digital touchpoints (such as online meal ordering platforms, social media, customer feedback, etc.), regularly analyzing and discussing it with employees, thereby gaining a more intuitive and accurate understanding of customer consumption patterns and market changes, and promptly making adjustments and improving related business decisions.

(4) Operators should planned by use social media platforms to build brand images, post valuable content to enhance interactions with potential customers, such as food blogs, video likes, and user-generated content, to increase customer engagement and loyalty, and can simultaneously formulate menu recommendations and promotional activities based on customer comments or suggestions.

2.2.2. Continuously Tracking and Adapting to Digital Development Trends

① Operators themselves should have a learning mindset, regularly attend industry conferences, exchange information with peers, and subscribe to relevant books or journals for employees to better learn

relevant knowledge. Only by turning this learning into a corporate culture can enterprises grasp the latest digital technologies and developments, thereby continuously exploring new methods to improve business models and service methods.

② Operators should establish good cooperative relationships with technology providers and other enterprises to achieve resource sharing and diverse knowledge exchanges. Jointly developing new solutions with both parties can not only improve efficiency but also achieve win-win cooperation through brainstorming.

2.3. Making Targeted Adjustments Based on Enterprise Characteristics

Making adjustments based on one's own situation is the key to successfully implementing transformation strategies. Enterprises need to proceed from multiple aspects such as their own scale, target market, resources, and customer needs to make effective adjustments.

2.3.1. Assessing Existing Resources and Capabilities

① Comprehensively assessing existing resources and capabilities. Only by having a clear understanding of existing resources can enterprises determine which areas require upgrades or the introduction of new technologies, in order to avoid increasing business costs. ② Budget assessment is the foundation. Operators should develop a digital transformation plan that aligns with their financial situation and execute it based on actual conditions. ③ Assessing team skills and experience is crucial. Determining whether to train existing employees or recruit new employees with specific skills is not only related to the labor costs of the enterprise but also to the responsibility for the work of employees.

2.3.2. Clarifying Target Markets and Customer Needs

① Enterprises should regularly conduct market surveys. Only by clarifying market positioning and target customer groups can enterprises determine the key areas for their digital transformation, such as enhancing customer service, optimizing internal operations, or enhancing marketing activities. ② Enterprises should collect and analyze customer data to understand their preferences and needs, guiding the development of digital services and products.

2.3.3. Formulating Flexible Transformation Plans

Operators cannot act hastily when implementing transformations and should decompose the plan into small goals to achieve. Decomposing the digital transformation into multiple stages not only allows operators

to discover the enterprise's deficiencies and problems in a timely manner during the transformation period but also allows adjustments to be made based on actual conditions, achieving a multiplier effect. Blindly seeking speed will only be counterproductive.

Operators should prioritize in the overall transformation strategy and make relevant plans beforehand. Based on the current business goals and resource status, determine the priority of various digital projects, starting with projects with the greatest impact and lowest cost to avoid causing a financial crisis from the outset, ensuring that subsequent transformation plans can be advanced in an orderly manner.

2.3.4. Enhancing Customer Participation and Feedback Mechanisms

In the service industry, customer opinions are crucial. They are not only the service objects of catering enterprises but also the most direct supervisors. Operators need to establish effective customer feedback mechanisms to facilitate customers in reflecting problems and making suggestions, while collecting customers' opinions on digital services and products for enterprises to improve, ensuring that digital transformation can meet or exceed customer expectations, thereby optimizing customers' consumption experiences.

2.3.5. Continuous Monitoring and Evaluation

Operators should not only pay close attention to market monitoring results and changes in a timely manner to avoid severe losses due to information delays but also communicate with employees in a timely manner to adjust strategies and plans in a timely manner, ensuring that the transformation direction and speed are aligned with enterprise goals.

2.4. Formulating Reasonable Risk Management Strategies

In a rapidly changing society, operators should have a sense of vigilance. Especially in the process of digital transformation in the catering industry, formulating reasonable risk management strategies is crucial for ensuring a smooth transition and achieving long-term success. This involves identifying potential risks, assessing risk impacts, and formulating mitigation measures.

2.4.1. Risk Identification

While digital technology brings convenience to catering enterprises, it also poses certain hidden dangers, such as system incompatibility, data loss, security vulnerabilities, or hacker intrusions, which can have a serious impact on the daily operations of enterprises. Therefore,

operators should regularly maintain and manage equipment while strengthening their understanding of laws and regulations related to digital technology, especially legal requirements regarding data protection and privacy, to avoid adverse consequences during the business process.

2.4.2. Formulating Coping Strategies

To prevent problems before they occur, enterprises should take relevant protective measures to avoid risks brought by digitization. ① Operators can provide skill training to employees to let them deeply understand the operating methods and security measures of the new system, thereby reducing operational risks. ② Operators can use technical tools to continuously monitor risk indicators and formulate emergency response plans based on possible security incidents, technical failures, or other risk events.

2.4.3. Strengthening the Cultivation of Corporate Culture

Corporate culture plays a vital role in the operation of enterprises.

① Managers should cultivate employees' risk awareness culture within the enterprise and enhance their sense of identity with corporate culture. They can encourage employees to report potential risks and safety issues through performance appraisal or bonuses. ② Managers themselves should support and cooperate with risk management strategies, providing necessary resources and authority for risk management. Only by paying attention to and effectively managing risks during the digital transformation process can catering enterprises ensure the smooth progress of their transformation and secure long-term business success and competitiveness.

2.5. Focusing on Establishing Good Relationships with Partners

From a long-term perspective, establishing good relationships with partners is essential during the digital transformation of the catering industry. These partners may include technology suppliers, delivery service providers, third-party platforms, and other key stakeholders. Building a friendly cooperation platform can promote resource sharing, risk sharing, and innovation between both parties, thereby increasing the success rate and efficiency of the transformation.

2.5.1. Clarifying Goals and Expectations

Having common interests and goals is crucial for achieving long-term cooperation. When establishing cooperative relationships, managers should prioritize defining both long-term and short-term goals

for cooperation to ensure mutual benefits and expectations. At the same time, both parties should maintain open and transparent communication channels, which can not only avoid unnecessary misunderstandings but also ensure timely information sharing and feedback.

2.5.2. Establishing Mutually Beneficial Relationships

Mutual benefit is a prerequisite for cooperation between enterprises.

① Firstly, it is necessary to ensure that the cooperative relationship has obvious value, and both parties can create more business value and opportunities through cooperation. ② Secondly, during the cooperation process, both parties should maintain flexibility and a spirit of sharing weal or woe, actively adapting to changes in the market and technology and jointly addressing challenges and crises.

2.5.3. Strengthening Cooperation Management and Execution

Based on the rigor of cooperation, both parties should fulfill the following three points. ① Firstly, clarify the specific terms of cooperation, including responsibilities, rights, profit-sharing models, and dispute resolution mechanisms, to avoid misunderstandings and conflicts in these areas in the future. ② Secondly, agree on professional project management methods and tools in advance to ensure that the cooperation project is executed as planned. ③ Thirdly, regularly assess the cooperation effects and satisfaction, and if there are disagreements, make adjustments through active dialogue and communication.

3. Conclusion

For the catering industry, digital technology represents both an opportunity and a challenge. Revolutionary changes in the market have made digital transformation in the catering industry imperative. By integrating digital technology with innovative management models, enterprises can not only improve operational efficiency and reduce costs but also achieve significant results in enhancing customer satisfaction and loyalty. In the future, the success of the catering industry will increasingly depend on digital technology to innovate services and management models. To maintain a leading position in an increasingly competitive market, the catering industry needs to continuously focus on the development trends of digital technology while establishing good cooperative relationships to achieve mutual benefit and win-win results.

REFERENCES

1. Wang Xiaohua. Research on Management Mode Innovation and Application of Enterprise Digital Transformation [J]. Modern Management Science, 2022(6): 128-135.
2. Xiao Rongmei, Huo Peng. Accelerating Industrial Digital Transformation to Promote High-Quality Economic Development [J]. Information and Communication Technology and Planning, 2019(9): 27-30.
3. Guo Kaitian, Si Xiao. Digital Economy [M]. Beijing: CITIC Press, 2017.
4. Zhu Hongren. Promoting Enterprise Digital Transformation through Convergent Innovation [J]. China Information World, 2019(1): 38-40.
5. Xu Yang. Research on the Digital Operation Mode Transformation of Traditional Catering Enterprises [J]. Business Exhibition Economy, 2024(8): 108-111.

Наукове видання

МАГІСТР

збірник наукових праць молодих учених

До 100-річчя

*Сумського державного педагогічного університету
імені А.С. Макаренка*

Головний редактор:

ДЕНЕЖНИКОВ Сергій Сергійович

Комп'ютерна верстка *С.П. Цьома*

Підписано до друку 16.12.2024 р.

Формат 60×84/16. Гарнітура Cambria.

Папір офсетний. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 12,09.

Ум. фарб.-відб. 12,09. Обл.-вид. арк. 11,13.

Тираж 100 пр. Вид №103.

Видавець і виготовлювач:

ФОП Цьома С.П. 40002, м. Суми, вул. Роменська, 100.

Тел.: 066-293-34-29.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

Серія ДК, № 5050 від 23.02.2016 р.