ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

На правах рукопису

Добровольська Наталія Вікторівна

УДК 378.147.091.313 (043.5)

ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ ЗАСОБАМИ ДІЛОВИХ ІГОР

13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

Дисертація на здобуття наукового ступеня

кандидата педагогічних наук

Науковий керівник:

Шевченко Людмила Станіславівна,

кандидат педагогічних наук, доцент

Вінниця – 2015

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ 11
1.1 Креативність як психолого-педагогічне поняття 11
1.2 Сутність та структура креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери 29
1.3 Роль ділових ігор у розвитку креативності майбутніх менеджерів 48
Висновки до першого розділу 70
РОЗДІЛ 2. ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ТА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ ЗАСОБАМИ ДІЛОВИХ ІГОР 73
2.1 Обґрунтування організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів 73
2.2 Розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища 85
2.3 Розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів 106
2.4 Педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор 130
Висновки до другого розділу 146
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ 148
3.1 Організація і методика проведення педагогічного експерименту 148
3.2 Аналіз результатів експерименту 169
Висновки до третього розділу 181
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ 183
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 187
ДОДАТКИ 215

ВСТУП

Актуальність дослідження. Динамічні перетворення, що відбуваються в економічному житті нашої країни, посилюють потребу в діяльнісних, творчих фахівцях із високим рівнем інтелектуального розвитку, здатних до продуктивної праці, спроможних швидко реагувати на зміни, пропонувати нові, нестандартні рішення, генерувати оригінальні ідеї та пропозиції, розробляти унікальні стратегії їх втілення. Збільшення кількості організацій, що спеціалізуються на розробленні інноваційних стратегій управління, нове бачення адміністративних проблем та впровадження концепцій креативного менеджменту зумовлюють підвищення вимог до підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Зміна парадигми освіти в напрямку формування креативності неможлива без проведення теоретичних і прикладних досліджень, спрямованих на виявлення особливостей креативності як важливої особистісної якості майбутніх фахівців невиробничої сфери, чинників, принципів та ефективних методів розвитку означеної якості в майбутніх управлінців.

Аналіз досліджень у галузі професійної освіти, а саме: методологічних основ неперервної професійної освіти (С. Гончаренко, Р. Гуревич, І. Зязюн, В. Кремень, Н. Ничкало, С. Сисоєва, Г. Тарасенко та ін.); досліджень із проблем розвитку творчих здібностей, креативності (О. Антонова, О. Акімова, С. Дмитрук, В. Дружинін, Є. Ільїн, О. Куцевол, Л. Мацепура, О. Медведєва, В. Моляко, Т. Розова, В. Роменець, С. Сисоєва, З. Слєпкань, Д. Харрингтон та ін.); різних аспектів підготовки менеджерів (Н. Андрущенко, К. Богатирьова, Л. Влодарська-Зола, Є. Воробйова, В. Ісаєв, Т. Качеровська, Т. Коваль, В. Лівенцова, В. Локшин, Л. Максименко, О. Самохвал, І. Сенча, Л. Стуколова, О. Фастовець та ін.) показав, що у вищих навчальних закладах (ВНЗ) нині пріоритетним є творчий характер підготовки випускників, розвиток творчого потенціалу та формування потреби в подальшому самопізнанні, саморозвитку й самовдосконаленні, впровадження інноваційних та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) навчання.

У роботах К. Батовріна, О. Харцій, Г. Чередніченко, Г. Хусаінової досліджуються системоутворюючі характеристики креативності та творчої особистості майбутніх менеджерів. Проведений аналіз літератури свідчить, що нині збільшилася кількість досліджень із проблем формування креативності майбутніх фахівців невиробничої сфери, чинників, принципів та ефективних методів її розвитку.

Також у останні роки спостерігається підвищення інтересу дидактів і методистів до використання ігрових технологій у навчальному процесі. Накопичено значний досвід використання ділових ігор у різних ланках системи підготовки кадрів (Н. Андрущенко, М. Бірштейн, А. Вербицький, О. Дубинчук, Н. Захарченко, В. Ісаєв, В. Коваленко, В. Петрук, І. Полєщук, В. Рибальський, І. Сироєжин, В. Трайнєв, П. Щербань, Л. Якубовська та ін.); упровадження ігрових методів із використанням ІКТ (В. Биков, А. Верлань, М. Головань, В. Заболотний, А. Єршов, М. Жалдак, М. Кадемія, В. Клочко, А. Коломієць, Ю. Машбиць, Є. Полат, І. Теплицький, Л. Шевченко та ін.); розвитку творчих здібностей, креативності засобами ділових ігор (О. Гаврилова, Л. Мацепура, Н. Слюсаренко). На думку вчених, ділова гра інтенсифікує процес навчання й тісно пов’язує його з практичною діяльністю, надає навчанню предметного та соціального контекстів і тим самим дозволяє змоделювати більш адекватні (порівняно з традиційним навчанням) умови формування особистості фахівця, розвитку творчого мислення, креативності.

Не применшуючи цінності названих вище досліджень, доречно констатувати, що проблема формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор допоки не дістала належного висвітлення. Теорія і практика професійної освіти окреслила низку суперечностей, що підлягають розв’язанню дослідно-експериментальним шляхом між: необхідним рівнем сформованості креативності майбутніх управлінців та реальним рівнем підготовки випускників економічних ВНЗ; прагненням студентів продукувати оригінальні економічні ідеї, розв’язувати

нестандартні завдання та обмеженими можливостями їх реалізації шляхом використання традиційних методів навчання в звичній системі університетської підготовки; значними потенційними можливостями використання ділових ігор у формуванні креативності майбутніх менеджерів і недостатністю науково-методичного забезпечення цього процесу; необхідністю в креативних викладачах, готових до освоєння методик формування креативності та низькою мотивацією педагогів до використання та впровадження інновацій.

Отже, актуальність визначеної проблеми, недостатня розробленість її в науковій і методичній літературі, а також нагальна потреба в подоланні означених суперечностей зумовили вибір теми дисертаційного дослідження: *«Формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор».*

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами. Дисертаційне дослідження виконане відповідно до плану наукових досліджень Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету за темою: «Методика використання ділових ігор для розвитку творчих здібностей майбутніх фахівців економічного профілю» (реєстраційний номер 0110U006353). У дослідженні враховано вимоги Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Положення про організацію навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах», Постанов Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах», інших нормативних актів МОН України, що регламентують діяльність ВНЗ України.

Тему дисертаційної роботи затверджено вченою радою Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (02.04.2005 р., протокол № 5) та узгоджено в Міжвідомчій Раді з координації

наукових досліджень у галузі педагогіки та психології в Україні (27.06.2006 р., протокол № 6).

Мета дослідження полягає у визначенні, теоретичному обґрунтуванні й експериментальній перевірці педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання:**

1. На основі аналізу психологічної та педагогічної літератури з'ясувати сутність поняття «креативність майбутніх менеджерів невиробничої сфери» та можливості використання ділових ігор для формування креативності особистості.

2. Визначити компоненти, критерії, показники та рівні сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

3. Обґрунтувати педагогічні умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор, розробити організаційно-педагогічну модель їх реалізації та здійснити експериментальну перевірку.

4. Розробити методику формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

Об'єкт дослідження – професійна підготовка майбутніх менеджерів невиробничої сфери у ВНЗ України.

Предмет дослідження – педагогічні умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

Гіпотеза дослідження полягає в припущенні, що формування креативності менеджерів невиробничої сфери буде більш ефективним на основі впровадження таких педагогічних умов:

– розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища;

– розроблення та впровадження в навчальний процес ділових ігор із використанням веб-ресурсів;

– педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації та проведення ділових ігор.

Для розв'язання поставлених завдань і перевірки гіпотези було використано комплекс **методів дослідження**: *теоретичні* (аналіз педагогічної, соціально-психологічної, науково-методичної та спеціальної літератури для порівняння, зіставлення різних поглядів на досліджувану проблему, моделювання, з'ясування сутності та структури креативності майбутніх управлінців); *емпіричні* (спостереження, бесіда, інтерв'ювання, анкетування, тестування, аналіз продуктів творчої діяльності, що використовувалися для визначення рівня креативності студентів; формувальний експеримент застосовувався з метою перевірки ефективності педагогічних умов та організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор); *статистичні* методи застосовувалися для опрацювання одержаних емпіричних даних, кількісного аналізу результатів і забезпечення їх вірогідності.

Організація та експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальна робота проводилася головним чином на базі Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету (ВТЕІ КНТЕУ), а також у Вінницькому національному технічному університеті, Вінницькому національному аграрному університеті, Українському державному університеті фінансів та міжнародної торгівлі (м. Київ), Дрогобицькому державному педагогічному університеті імені Івана Франка. Дослідження проводилося поетапно – з 2006 по 2014 рік. У ньому взяли участь 634 особи (614 студентів та 20 науково-педагогічних працівників).

Наукова новизна і теоретичне значення дослідження полягає в тому, що:

– *вперше* визначено, обґрунтовано й експериментально перевірено педагогічні умови (розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом

створення творчого навчального середовища; розроблення та впровадження в навчальний процес ділових ігор із використанням веб-ресурсів; педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації та проведення ділових ігор) та організаційно-педагогічну модель формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор; схарактеризовано зміст і структуру креативності; визначено компоненти (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, поведінковий) та відповідні критерії (спонукально-аксіологічний, інформаційно-пізнавальний, дієво-практичний), показники та рівні (високий, середній, низький) сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери;

– *уточнено* поняття «креативність менеджера невиробничої сфери», «творче навчальне середовище», «ділова гра з використанням веб-ресурсів»; методики діагностики креативності майбутніх менеджерів;

– *подальшого розвитку* набули положення, що стосуються поняття креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери; форми та методи професійної підготовки студентів засобами ділових ігор.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що в процесі роботи *розроблено та впроваджено* низку ділових ігор («Виробнича нарада», «Вирішення конфліктної ситуації», «Атестація працівників», «Шість капелюхів», «Віртуальне підприємство» та ін.); веб-квестів «Креативний менеджер», «Економічний спецназ» для формування креативності; програму школи педагогічної майстерності для професорсько-викладацького складу «Формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор»; *укладено* методичні рекомендації «Методика формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор» для викладачів і студентів ОКР «бакалавр», галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» напряму підготовки 030601 «Менеджмент». Матеріали дисертаційної роботи можуть бути використані в подальших дослідженнях із проблем професійної підготовки майбутніх менеджерів та з питань застосування ділових ігор із метою розвитку креативності майбутніх фахівців.

Основні положення дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету (довідка № 0127/1319 від 26.04.2013 р.), Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі (м. Київ) (довідка № 321 від 24.04.2013 р.), Республіканського вищого навчального закладу «Кримський гуманітарний університет (довідка № 63 від 30.04.2013 р.), Вінницького національного технічного університету (довідка № 248 від 17.04.2013 р.), Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка (довідка № 801 від 27.05.2013 р.), Вінницького національного аграрного університету (довідка № 12-48-2806 від 14.11.2014 р.)

Особистий внесок здобувача. Основні наукові результати одержані особисто дисертантом. У статті, написаній у співавторстві з Р. Гуревичем, дисертантом окреслено шляхи формування креативності майбутніх менеджерів; у статті написаній у співавторстві з Г. Рудоміним, проаналізовано значення ділової гри у підготовці менеджерів; у методичних рекомендаціях, укладених спільно з Г. Рудоміним, розроблено загальну структуру та зміст практичного заняття з теми «Транспортна задача» у формі ділової гри.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні, методичні та практичні результати і загальні висновки наукових пошуків доповідалися й обговорювалися на *міжнародних* науково-практичних конференціях: «The science: theory and practice: materials of final international scientifically» (Praha, 2005), «Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми» (Вінниця, 2006, 2012), «Наукові дослідження – теорія і експеримент’ 2007» (Полтава, 2007), «Сучасний стан і тенденції розвитку економіки регіонів в контексті євроінтеграційних процесів» (Ялта, 2007), «Ринки товарів та послуг України в умовах економічного зростання» (Вінниця, 2008), «Розвиток наукових досліджень – 2010» (Полтава, 2010), «Актуальные проблемы современной науки и пути их решения» (Красноярск, 2010), «Вища освіта України у

контексті інтеграції до європейського освітнього простору» (Київ, 2011), «Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи» (Львів, 2012), «Проблемы и перспективы развития образования в России» (Новосибирск, 2013); на *всеукраїнських* науково-методичних конференціях «Інноваційний розвиток вищої освіти» (Київ, 2010), «Реформування економічної системи України в контексті міжнародного співробітництва VIII» (Вінниця, 2011), «Теоретико-методологічні та практичні проблеми підготовки фахівців за ступеневою системою освіти» (Харків, 2010), «Проблема інтеграції національних закладів вищої освіти до Європейського освітнього середовища» (Харків, 2012); «Новітні інформаційно-комунікаційні технології в освіті (ІІСТЕ-2012)» (Полтава, 2012), «Актуальні проблеми математики, фізики і технологічної освіти» (Вінниця, 2012); другій регіональній конференції студентів магістратури, аспірантів, здобувачів і докторантів «Актуальні проблеми сучасної науки та наукових досліджень» (Вінниця, 2012); науково-методичних семінарах у ВТЕІ КНТЕУ.

Основні положення і висновки дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем ВТЕІ КНТЕУ, кафедр педагогіки й інноваційних та інформаційних технологій в освіті Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Публікації. Основні результати дослідження висвітлено в 25 публікаціях (із них – 22 одноосібних), 8 – у провідних наукових фахових виданнях, затверджених ВАК України, 4 – у закордонних виданнях, 5 – статей у збірниках наукових праць, 8 – тез у матеріалах конференцій.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків на 108 сторінках і списку використаних джерел (що містить 251 найменування, із яких 10 – іноземними мовами). Загальний обсяг роботи становить 297 сторінок, з яких основного тексту – 189 сторінок, 13 таблиць на 4 сторінках та 9 рисунків на 4 сторінках.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

1.1 Креативність як психолого-педагогічне поняття

Проблема формування креативності особистості вже давно привертає увагу педагогів і психологів. Нині, коли відбуваються докорінні соціально-економічні перетворення в Україні, вона набуває виняткової актуальності. Від сучасних фахівців, особливо менеджерів невиробничої сфери, вимагається не тільки високий рівень фахової компетентності, постійне професійне самовдосконалення, але й високий рівень креативності. Розвиток креативності можна розглядати як важливу складову формування професіоналізму майбутніх менеджерів невиробничої сфери, оскільки саме креативність дозволить їм ефективно й творчо управляти діяльністю певної організації.

Для визначення особливостей процесу формування креативності майбутніх менеджерів важливе значення має урахування різних психолого-педагогічних підходів до розуміння сутності креативності.

Водночас слід зазначити, що серед педагогів і психологів відсутня єдність у трактуванні змісту поняття креативності, що ускладнює обґрунтування педагогічних умов формування креативності майбутніх фахівців, зокрема, менеджерів. Аналіз змісту поняття «креативність майбутніх менеджерів невиробничої сфери» доцільно розпочати зі з’ясування сутності базового поняття «креативність».

Терміном «креативність» («creativity») позначають те, що має безпосереднє відношення до створення чогось нового, чого не існувало раніше: сам процес такого створення, продукт цього процесу, його суб’єкт (або суб’єкти), обставини, в яких творчий процес здійснюється, фактори, що його детермінують, та ін. [1, с. 37]. Тому не випадковим є той факт, що коли

мова йде про креативність людини, у першу чергу розуміють творчу особистість, яка нестандартно та оригінально мислить.

Існує думка, що вперше термін було вжито психологом Д. Симпсоном у 1922 р., який вважав, що «креативність» – це «здатність людини відмовитись від стереотипних способів мислення» [2, с. 632]. До наукового дискурсу поняття «креативність» уведене в другій половині XX ст. Дж. Гілфордом, який охарактеризував ним «здатність індивіда створювати нові знання й формувати нові навички» [3, с. 444]. Поштовхом до виокремлення креативності як окремого психологічного феномена стали дані про відсутність кореляції між традиційними тестами інтелекту й успішністю розв'язання проблемних ситуацій.

Варто зазначити, що поняття «креативність» трактується у сучасній психолого-педагогічній літературі не однозначно. Відмінності у вихідних методологічних позиціях авторів, складність і багатоплановість досліджуваного феномена зумовлюють наявність у науковій літературі різних підходів до визначення його сутності.

З 60-х рр. XX ст. почалося інтенсивне вивчення креативності, яке стимулювалось політичними й економічними процесами у світі, стрімким розвитком науки, космічними й іншими дослідженнями. Дане поняття використовувалося в теорії творчості для позначення творчих здібностей людини загалом.

Нині поняття «креативність» активно вживається в психологічних та педагогічних працях вітчизняних та зарубіжних учених, однак досі не існує його загальноприйнятого визначення. Загалом нараховується понад сотні дефініцій, що можна пояснити складністю даного феномена. Спектр визначень креативності дуже різноманітний – від метафоричних, як у П. Торренса: «Креативність – це означає копати глибше, дивитись пильніше, виправляти помилки, розмовляти з кішкою, будувати замки на піску, вітати майбутнє» [4, с. 28]; до наукових, де стверджується, що креативність суб'єкта – творчий потенціал і здібності індивіда, які проявляються в ментальних

актах, почуттєво-емотивних актопроцесах, у його комунікації з іншими індивідами, а також у різноманітних формах-видах діяльності, ініціативності, активності, пов’язаних зі створенням – репродукуванням – продукуванням тих чи інших предметів, продуктивній діяльності, активності.

У загальному значенні «креативність» розглядається як «універсальна категорія, що визначає здатність людини привносити щось нове в існуючий досвід, спроможність висувати оригінальні ідеї в умовах вирішення або окреслення актуальних проблем, можливість усвідомлювати недоліки, протиріччя, робити висновки, здійснювати аналіз та оцінку, а також формулювати гіпотези й перевіряти їх відносно складових елементів дослідження, що є прихованими чи непізнаними в певній проблемній, або невизначеній, ситуації» [5].

У психологічних словниках креативність трактується, як «творчі можливості (здібності) людини, що можуть проявлятися у мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, що характеризують особистість у цілому або її окремі сторони, продукти діяльності, процес їх створення» [6, с. 165], як «рівень творчої обдарованості, здібності до творчості, що складає відносно усталену характеристику особистості» [7, с. 173].

Психологічна енциклопедія термін «креативність» трактує як «рівень творчої обдарованості, здібностей до творчості, що проявляються у мисленні, спілкуванні, окремих видах діяльності і становлять відносно стійку характеристику особистості» [8, с. 181].

Спільним у цих визначеннях є той факт, що креативність – це здібності до творчості. Проте слід зауважити, що творчість і креативність це різні поняття. Поняття «креативність» розглядається нами як здатність до творчої діяльності, у той час, як творчість виступає сама по собі як діяльність.

Дж. Гілфорд уважав, що креативність як природний творчий потенціал людини визначена генетично. Його теорія креативності базувалась на розмежуванні конвергенції та дивергенції мислення. На думку вченого,

дивергентне мислення становить основний стержень креативності. До структури креативності, крім цього виду мислення, були віднесені: «здатність до перетворень, точність рішення та інші інтелектуальні параметри». Також ним прослідковувався позитивний зв'язок між інтелектом та креативністю [9, с. 440].

Дж. Гілфордом було виділено наступні параметри креативності: здібність до постановки проблем; здібність до генерування великої кількості ідей; гнучкість – здібність продукувати різноманітні ідеї; оригінальність – здібність відповідати на подразники нестандартно; здібність удосконалювати об'єкти, додаючи деталі; здібність вирішувати проблеми, тобто здатність до аналізу та синтезу [9, с. 456].

Подальший розвиток проблема одержала в дослідженнях Е. Торренса. Американський психолог розумів креативність як здібність до абстрактного сприйняття недоліків. Творчий акт, на його думку, поділяється на сприйняття проблеми, пошук рішень, виникнення і формулювання гіпотез, їх модифікацію й знаходження результату. Вчений виділив такі основні параметри креативності: творчу продуктивність (здатність до висування великої кількості ідей за одиницю часу); оригінальність (здатність придумати унікальні, нові ідеї, які можуть здивувати); гнучкість (здатність до всебічного розгляду предмету, здібність ураховувати при прийнятті рішень різні обставини: економічні, географічні, політичні, особистісні, медичні, національні); деталізацію (здатність працювати над ідеєю – «шліфувати» ідею стільки, скільки потрібно для надання їй лоску, закінченості форми (або незакінченості та нескінченності) [4, с. 450].

М. Волах і Н. Коган, послідовники Дж. Гілфорда й Е. Торренса, відкинули один із критеріїв креативності – точність. Вони відмовилися від жорстких обмежень часу, середовища конкуренції та єдиного критерію правильної відповіді. Завдяки працям М. Волаха та Н. Когана проблема зв'язку між креативністю та інтелектом набула нового розвитку. За їхньою

теорією, креативність та інтелект взаємопов’язані не тільки на рівні якостей особистості, але й на рівні цілісного пізнавального процесу [10, с. 190].

У концепції креативності Дж. Гілфорда [3], Е. Торренса [4] зазначено, що креативність є загальною властивістю особистості (здібністю, диспозицією, рисою – в термінології автори розходяться), яка впливає на її творчу продуктивність незалежно від сфери прояву особистісної активності.

У ракурсі нашого дослідження цікавою є позиція Я. Пономарьова, який розглядає креативність як психологічну властивість, інтелектуальну активність і чутливість (сензитивність) до побічних продуктів власної діяльності. Творча людина бачить побічні результати, що є творінням нового, а нетворча бачить лише результати щодо досягнення мети, проходячи мимо новизни [11, с. 120]. Учений виділяє різні рівні і типи творчого мислення, а саме: 1-й рівень – свідома робота (підготовка інтуїтивного проблиску нової ідеї); 2-й рівень – несвідома робота (інкубація спрямовуючої ідеї); 3-й рівень – перехід несвідомого у свідомість (перехід ідеї рішення у сферу свідомості); 4-й рівень – свідома робота (розвиток ідеї, її остаточне оформлення і перевірка). Сутність креативності як якості особистості дослідник зводить до інтелектуальної активності та чуттєвості до побічних продуктів своєї діяльності. Із креативністю пов’язані дві особистісні якості, а саме: інтенсивність пошукової мотивації та чуттєвість до побічних утворень, що виникають під час мовленнєвого процесу [11, с. 250].

Цілком погоджуємося з узагальненнями стосовно креативності Ф. Баррона і Д. Харрінгтона:

1. Креативність – це здатність адаптивно реагувати на необхідність у нових підходах і нових продуктах. Ця здатність дозволяє також усвідомлювати нове в бутті, хоча сам процес може носити як свідомий, так і несвідомий характер.

2. Створення нового творчого продукту багато в чому залежить від особистості творця і сили його внутрішньої мотивації.

3. Специфічними властивостями креативного процесу, продукту й особистості є їх оригінальність, спроможність, валідність, адекватність задачі та ще одна властивість, яка може бути названа придатністю, – естетичною, екологічною, оптимальною формою, правильною й оригінальною на даний момент.

4. Креативні продукти можуть бути дуже різні за природою: нове вирішення проблеми в математиці, відкриття хімічного процесу, створення музики, картини або поеми, нової філософської або релігійної системи, інновація в юриспруденції, свіже вирішення соціальних проблем та ін. [12].

Об'єднують і узагальнюють дані попередніх досліджень і підходів теорії креативності Т. Амабайла [13]. Р. Стернберга [14], Т. Любарта [15], і К. Урбана [16], Дж.Хейса [17].

Р. Стернберг [14] і Т. Любарт [15] у своїй теорії стверджують, що три головні компоненти інтелекту є важливими для креативності: синтетична здібність виділяти та представляти проблеми по-новому, аналітична здібність розпізнавати гідні розробки ідеї та практична здібність переконувати інших у цінності своєї роботи. На думку К. Урбана, «критичною стартовою точкою креативного процесу в компонентній моделі є чутливість до проблем або вміння знаходити проблеми. Всі теоретики підкреслюють взаємодію когнітивних і некогнітивних факторів, так само, як і здібність і готовність генерувати багаточисельні альтернативи рішення проблем, як важливу складову креативного процесу» [18, с. 15].

Згідно «теорії інвестування» Р. Стернберга, креативною є така людина, яка прагне та здатна «купувати ідеї за низькою ціною та продавати за високою» [14]. Тобто потрібно оцінити потенціал розвитку невизнаних, малопопулярних ідей і можливий попит на них. «Креативна особистість всупереч опору, нерозумінню та неприйнятності наполягає на певних ідеях. Людина може не реалізувати свій творчий потенціал в 2-х випадках: 1) якщо ідея виголошується завчасно; 2) якщо ідея досить довго не виноситься на обговорення, вона стає очевидною та «застарілою». Р. Стернберг виділяє 6

основних факторів креативності: інтелект, знання, стиль мислення, індивідуальні риси, мотивацію та зовнішнє середовище. При цьому для творчості найбільш важливими є наступні складові інтелекту: синтетичні здібності (тобто уміння по-новому бачити проблему, подолати межі буденної свідомості); аналітичні здібності (виявлення ідей, гідних для подальшої розробки); практичні здібності (уміння переконувати інших у цінності ідеї). Тільки при наявності всіх трьох здібностей гарантується успішне висування нових ідей, що є корисними та в підґрунті своєму містять дослідження. Р. Стернберг також вказує на позитивний та негативний вплив знань. Досить часто знання заважають по-новому подивитись на проблему. На думку Р. Стернберга, для творчості необхідна незалежність мислення від стереотипів та зовнішнього впливу, вміння та сміливість самостійно ставити проблеми та автономно їх вирішувати. Креативність передбачає можливість йти на розумний ризик, долати перепони, внутрішню мотивацію, толерантність до невизначеності, готовність протистояти думці оточуючих. Крім того, автор зазначає, що важливим є і творче середовище, хоча мотивація може компенсувати його відсутність», вважає науковець Антонова О. Є. [19, с. 22].

Отже, креативність, за висновками Р. Стернберга, є етапом натхненної творчості, процесом деталізації творчого продукту та надання йому конкретної предметної форми [18].

Т. Тардиф і Р. Стернберг, дотримуючись точки зору щодо самостійності процесу креативності, виділяють два основні підходи до процесу креативності: як до процесу, який протікає в окремій особистості в окремо взятий момент часу, або до процесу, який залежить від системи соціальних зв’язків, проблемних сфер, критеріїв оцінок креативного продукту тощо, тобто в широкому соціальному та історичному контексті; при цьому процес креативності не втрачає свого зв’язку з індивідуальністю творця, але вимагає іншого підходу до аналізу процесу та його дозрівання [20, с. 448].

Більшість дослідників вважає, що креативний процес – це форма активності в проблемному пошуці, свідома і цілеспрямована спроба розширити наявні межі знань, знищити обмеження (Ф. Баррон, Д. Харрінгтон, М. Чіксентміхайі, Х. Гарднер, Х. Грубер, С. Девіс, Д. Перкінс).

Цілком слушною, на наш погляд, є позиція Є. Гергеля. Науковець вважає, що «креативні здібності – це сукупність індивідуально-психологічних особливостей особистості, що забезпечують успішність виконання творчої діяльності. Інтелект виступає своєрідною базою, що визначає прояв і розвиток креативних здібностей. Подальший їх розвиток не корелює прямо з розвитком інтелекту, а характеризується зростаючим впливом соціальних факторів, активності самого індивіда, його життєвого досвіду» [21, с. 69].

На думку І. Свидрук, креативність є вродженою рисою людини. Завдяки їй особа проявляє себе, реалізує соціальні потреби, а з часом – у досягненнях, успіху, самовираженні. Протягом життя, завдяки розвитку трудових навичок, збільшенню досвіду, проблем, з якими вона зустрічається, і безліччю інших ситуативних, об’єктивних і суб’єктивних чинників, креативність розвивається та проявляється по-різному. Можна сказати, що існує взаємозв’язок поведінки і креативності. Завдяки творчості, людина виражає власний внутрішній світ та змінює зовнішній, а продукти творчості спонукають її розвиватися далі [22, с .18].

Із позицією І. Свидрук ми не зовсім погоджуємося. Натомість нам близький підхід Є. Алфєєвої та А. Матюшкіна, які вважають, що креативність формується за допомогою розвитку особистих рис, таланту, здібностей [23, с. 20].

Близькими до наших дослідницьких позицій є наукові ідеї В. Дружиніна. Він визначає креативність як загальну здібність до творчості, що характеризує особистість у цілому, яка проявляється в різних сферах активності та розглядається як відносно незалежний фактор обдарованості.

Дослідник уважає, що «креативність – це властивість, яка реалізується лише при сприятливих умовах середовища» [10, с. 51].

Аналізуючи сутність креативності, Е. де Боно вважає, що креативність з одного боку є «природною властивістю людини, а з іншого – найвищою формою активності особистості, що втілюється в продуктах творчості» [24, с. 21].

Цілком погоджуємося з Н. Хазратовою, яка вважає, що креативність спочатку формується на внутрішньому мотиваційно-особистісному рівні, а пізніше – на зовнішньому поведінковому і продуктивному рівнях [22, с. 20]. Як бачимо, дослідники здебільшого розглядають креативність як якість, яку можна розвивати.

О. Кульчицька розглядає креативність як здібність, що виявляється у здатності створювати незвичні і нестандартні ідеї, відходити у мисленні від традиційних схем, швидко вирішувати проблеми і ситуації. Креативність охоплює певну сукупність процесів мислення і якостей особистості [25, с. 167].

О. Яковлева визначає креативність «як особистісну характеристику, але не як певний набір особистісних рис, а як реалізацію людиною власної індивідуальності» [26, с. 147]. Кожна людина неповторна, унікальна, вона вносить у світ щось нове, таке, чого раніше не було. Тому прояв індивідуальності є творчим процесом. О. Яковлева виокремлює такі процесуальні характеристики креативності: а) креативність розкривається в процесі суб’єкт-суб’єктної взаємодії; б) креативність у певній формі завжди адресується іншій людині. На думку вченої, з якою ми не зовсім погоджуємося, характеристики креативності непредметні, тобто не передбачають наявність продукту (матеріального чи ідеального), а процесуальні, оскільки креативність розглядається як процес прояву власної індивідуальності [27, с. 40].

У широкому і вузькому сенсі розглядає креативність Г. Глотова. Науковець вважає, що поняття «креативність» у широкому сенсі – це

загальна креативність, здатність до безмежної зміни форм і механізмів життєдіяльності людини у світі. З точки зору нескінченного історичного часу, кожна людина характеризується безмежною креативністю; в проміжному сенсі – це потенційна креативність, яка себе ще не виявила, не актуалізувалася в певних нових оригінальних творчих продуктах; у вузькому сенсі – актуальна креативність, що стала такою, яка явно з'являється в реальній діяльності людини у вигляді продуктів особливого рівня якості, що виходять за раніше встановлені стандарти. Актуальна креативність може бути глобальною і порційною, ранньою і пізньою, первинною і вторинною, з різними перехідними між ними формами [28, с. 83].

На думку Т. Баришевої та Ю. Жигалова, «креативність – це системне (багаторівневе, багатомірне) психічне утворення, яке не тільки включає й інтелектуальний потенціал, але й пов'язане з мотивацією, емоціями, рівнем естетичного розвитку, екзистенційними, комунікативними параметрами, компетентністю і т.д.» [29, с. 3].

О. Тунік виділила характеристики креативності та відзначила, що креативна особистість здатна:

– відчувати невизначені, складні особливості навколишнього світу (чутливість до проблеми, перевага надається складнощам);

– висувати та виражати велику кількість різноманітних ідей у даних умовах (швидкість);

– пропонувати різні види, типи, категорії ідей (гнучкість);

– пропонувати додаткові деталі, ідеї, варіанти та рішення (винахідливість);

– проявляти уяву, почуття гумору та розвивати гіпотетичні можливості (здібності до структурування);

– демонструвати поведінку, яка є несподіваною, оригінальною, проте отримана для вирішення проблеми (оригінальність, винахідливість, продуктивність);

– утримання від прийняття першої, що спала на думку, типової, загальноприйнятої позиції, висувати різні ідеї та вибирати особисту (незалежність);

– проявляти впевненість у своєму рішенні, незважаючи на труднощі, що виникли, брати на себе відповідальність за нестандартну позицію, думку, що відповідає рішенню проблеми (впевнений стиль поведінки з опорою на себе, самодостатня поведінка) [30, с. 38].

М. Чіксентміхайі, досліджуючи креативність десятки років, прийшов до висновку, що креативність – це середовище + отриманий навик. Дослідник зазначає, що це не якість особистості, а лише здібність входити в потокові стани, яка на 90 % залежить від середовища, в якому людина працює [31, с. 250].

У своїх дослідженнях, аналізуючи креативну особистість, М. Чіксентміхайі зазначає, що в таких людях поєднуються грайливість і дисципліна, відповідальність і безвідповідальність. Дослідник також стверджує, що креативним особистостям притаманний досить високий рівень інтелекту, проте згідно з даними деяких досліджень, після досягнення певного рівня IQ, інтелект перестає взаємодіяти з рівнем творчості [31, с. 301].

Отже, підходи науковців стосовно феномену креативності відрізняються. В одних концепціях вона розглядається через призму дивергентного мислення, латерального мислення, інтелектуальної ініціативи, в інших – через широту асоціацій, що формуються в ході створення креативних продуктів, ще в інших – через уміння побачити новизну та перспективність цих продуктів.

У педагогічних словниках поняття «креативності» визначається як «творчі можливості (здібності) людини, що можуть виявитись у мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, характеризувати особистість в цілому чи її окремі сторони, продукти діяльності, процес їх створення. Креативність розглядається як найважливіший і відносно

незалежний фактор обдарованості, що рідко відображається в тестах інтелекту й академічних досягненнях. Креативність визначається не стільки критичним ставленням до нового з точки зору існуючого досвіду, скільки сприйнятливістю нових ідей» [32, с. 269].

В енциклопедії освіти поняття креативності розглядається як «творчий дух, творчий потенціал індивіда, його творчі здібності, що виявляються не тільки в оригінальних продуктах діяльності, а й у мисленні, почуттях, спілкуванні з іншими людьми. Креативного індивіда, зазвичай, відрізняє інтерес і підвищена чутливість до всього складного, незвичного, відкритість до нового досвіду, вміння вбачати проблеми в тому, що іноді здається тривіальним і зрозумілим, самостійність поглядів та оцінок, непідпорядкованість стереотипам, відкритість до різних ідей (у т.ч. і взаємовиключних), а також здатність дивуватись і захоплюватись» [33, с. 432]; як особистісна характеристика; а саме, як «здатність висловлювати незвичайні ідеї, нетрадиційно мислити, швидко розв’язувати проблемні ситуації» [34, с. 102].

В. Сластьонін креативністю називає здібність, що відображає глибинну властивість індивідів створювати оригінальні цінності, приймати нестандартні рішення [35, с. 18].

Погоджуємося з Н. Вишняковою, яка трактує креативність як: «процес та комплекс інтелектуальних та особистісних особливостей індивіда, що сприяє самостійному висуванню проблем, генеруванню великої кількості оригінальних ідей та нешаблонному їх вирішенню, який притаманний багатьом особистостям» [36, с. 45] .

Близькими до наших дослідницьких позицій є наукові ідеї Н. Булки. Науковець виділяє наступні характерні особливості креативності: креативність близька до поняття «творчі здібності», але розглядається більшістю дослідників як здатність до творчості, а тому не може бути замінена поняттям «творчі здібності»; прояви креативності стосуються будь-якої сфери людської діяльності; креативність розглядається як певний

специфічний стиль діяльності, в той час як творчість сама по собі виступає як діяльність; креативність розглядається як природна й притаманна кожній людині здатність. Креативність розглядається як деяка гіпотетична здатність до створення чогось принципово нового, що сягає корінням у несвідомі процеси, може проявитися у будь-якій галузі людської діяльності та описується в термінах нестандартності, гнучкості, спонтанності. Креативність, на думку Н. Булки, як психічний феномен може позначатися такими поняттями, як дивергентність, творче мислення, продуктивне мислення, творча інтуїція. Як властивість особистості включається до структури інтелекту, творчості, різних видів обдарованості та сфери несвідомого [37, с. 6].

О. Кононко, досліджуючи тему креативності дітей дошкільного віку, зазначає, що креативність – це «загальна здібність дитини, її здатність до творчості, комплекс інтелектуальних та особистісних особливостей, який сприяє становленню і прояву творчості» [38, с. 6].

О. Дунаєва розглядає креативність, як «здатність особистості сприйняти проблему та, використовуючи найоптимальніші для цього можливості, створити новий, оригінальний продукт соціальної важливості» [39, с. 85].

А. Курочкіна [2, с. 635] вважає, що дослідження структури та механізмів формування і зміни економіки, в якій креативні процеси і креативна діяльність починає домінувати (креативної економіки), а також вивчення методів управління в цих умовах, відноситься до самостійного напрямку, що знаходиться на дотику макроекономіки та соціології.

С. Дмитрук [5, с. 7] визначальною сутнісною характеристикою креативності вважає готовність і здатність особистості до самостійної пошукової діяльності, до прийняття самостійних рішень у невизначених чи складних ситуаціях. Оскільки креативність пов’язана з доланням шаблонів й стереотипів мислення, методично важливим є систематизація креативно-пізнавальних бар’єрів. В контексті досліджуваної проблеми науковцем

визначено чотири основні групи бар’єрів (когнітивних, виконавчих, емоційних, комунікативних), що зумовлюють специфіку, зміст, цільові установки педагогічної методики, а також критерії діагностування розвитку креативності студентів.

В. Антонішена [18, с. 14] виділила в структурі креативності особистості такі компоненти: когнітивний, емоційно-ціннісний, практично-діяльнісний. Кожен компонент визначається певними показниками: когнітивний включає знання способів вирішння завдань, знання алгоритму вирішення проблеми, розуміння сутності проблеми, бачення нового в звичайному, аналізу та синтезу); емоційно-ціннісний містить інтелектуальні і креативні здібності, творчий потенціал, інтерес до невідомого, відстоювання своєї думки; практично-діяльнісний визначається вмінням давати кілька правильних відповідей на одне запитання, приймати думку іншого, відстоювати свою думку, комбінувати, моделювати, удосконалювати, створювати нові об’єкти.

Погоджуємося з О. Антоновою, яка вважає, що креативність правильніше визначати не стільки як певну творчу здібність або їх сукупність, скільки як *здатність до творчості*. Дотепер багато вітчизняних учених не визнають факт існування креативності як автономної, універсальної здібності. Вони вважають, що творчість завжди безпосередньо пов'язана з певним видом діяльності. Тобто, на їхню думку, не можна говорити про творчість узагалі: є художня творчість, наукова творчість, технічна творчість і так далі. Однак більшість вчених у світі схиляються до того, що природа творчості єдина, а тому і здатність до творчості універсальна. Навчившись діяти у сфері мистецтва, техніки чи в інших видах діяльності, людина легко може перенести цей досвід у будь-яку іншу сферу. Саме тому здатність до творчості розглядається як відносно автономна, самостійна здібність [19, с. 28].

Особливо актуальним в контексті нашого дослідження є навчальний посібник І. Свидрука «Креативний менеджмент» [22], в якому автор системно розкриває питання: поняття креативного менеджменту, управління

розробкою креативних рішень на підприємстві, управлінське проектування креативного навчання та ін. Актуальність запровадження креативного менеджменту в діяльність підприємств та організацій є, на думку І. Свидрука, очевидною. Варто не лише виявляти та вимірювати креативність, а й створювати умови для її розвитку.

Л. Піщуліна визначає «креативність як процес самостійного рішення завдань, що стоять перед людиною, нестандартним, але головне, конструктивним способом, реалізації людиною власної індивідуальності. Це дозволяє оцінити результати (продукти) творчості, індивідуальні здібності до нього, сприятливі і несприятливі для нього особові особливості й умови оточення, тобто об'єднати в єдине ціле різні аспекти креативних проявів особистості, що виділяються багатьма психологами. Креативність розглядається як внутрішній ресурс людини, як творча активність, що проявляється у будь-якому вигляді діяльності і що дозволяє людині виходити за рамки загальноприйнятих уявлень про сутність речей, створюючи нове. Креативна особистість у даному контексті є суб'єктом діяльності, це особистість, що готова до самореалізації, перетворення навколишньої дійсності шляхом привнесення своєї індивідуальності» [40, с. 6].

Погоджуємося з Л. Байтімеровою, яка поняття «креативна особистість» характеризує, як систему особистих здібностей; високий рівень розвитку мислення; результат творчого мислення; соціально-психологічну установку на нетрадиційне розв'язання протиріч об'єктивної реальності; інтегративну особистісну якість, що виражається у відношенні особистості до творчості; характерна властивість індивіда, що визначає міру його можливостей у творчій самореалізації [41, с. 73].

В контексті нашого дослідження важливими виявилися наукові ідеї професора О. Акімової, яка досліджувала теоретико-методичні засади формування творчого мислення майбутнього вчителя в умовах університетської освіти. Значну увагу в дослідженні приділено проблемі креативності. Педагогічними умовами, що забезпечують ефективність

педагогічної системи формування творчого мислення майбутнього вчителя, є: 1) практично-професійна спрямованість процесу формування творчого мислення майбутнього вчителя на засадах компетентнісного підходу; 2) організація педагогічної рефлексії та мотиваційної спрямованості студентів до творчої самореалізації згідно з принципами особистісно орієнтованого та суб'єктного підходів; 3) забезпечення активно-творчого типу засвоєння знань засобами проблемного, евристичного та контекстного типів навчання [42, с. 15].

Заслуговують на увагу виокремлені О. Куцевол, яка досліджувала теоретико-методичні основи розвитку креативності майбутніх учителів літератури, етапи формування креативності майбутнього вчителя: діагностично-інформаційний, що передбачає підготовку до формування професійно-креативних якостей майбутніх освітян, надання їм знань про особливості методичної діяльності вчителя літератури, її нормативний і творчий компоненти, діагностування рівня потенційної креативності особистості; репродуктивно-творчий етап, метою якого є засвоєння студентами знань і способів діяльності, навчання їх комбінуванню, трансформації і відбору відповідно до реальних умов; моделювання навчально-виховного процесу з внесенням елементів новизни; на творчо-репродуктивному етапі студенти набувають уміння творчо моделювати процес викладання літератури в школі [43, с. 16].

Провідною ідеєю дослідження обрано положення про те, що креативність – це здатність особистості до нестандартного, нешаблонного, конструктивного мислення і поведінки; вміння приймати оригінальні та ефективні рішення; здатність творчо ставитися до своєї професійної діяльності. Тобто креативність – це здатність до творчості, її детермінанта, рушійна сила.

Аналіз психологічних і педагогічних досліджень із проблеми дозволив виділили декілька напрямів трактування науковцями поняття креативності, а саме: особистісний, когнітивний та синтезуючий.

Особистісний – зосереджений на особистісних, емоційних і мотиваційних якостях, що входять у креативність. Представники цього напряму В. Сластьонін [44], А. Маслоу [108], Н. Роджерс [45], О. Яковлева [26] та ін. досліджували явище креативності крізь призму особистісних якостей творчих людей. Перелік таких рис складає кількасот позицій, найчастіше називають незалежність, відкритість розуму, високу толерантність, розвинене естетичне почуття, прагнення до краси, впевненість у своїх здібностях, силу характеру, прагнення вирізнитись, схильність до суперництва та ін. На думку психологів, існує загальний тип креативної особистості на відміну від типу не креативної.

Когнітивний, зосереджений на дослідженні впливу на креативність інтелектуальних рис особистості. Представники цього напряму Ф. Баррон [12], Е. де Боне [24], Дж. Гілфорд [3], С. Меднік [46], Р. Стернберґ [14], П. Торренс [4] та ін. зводять проблему креативності до загальної розумової обдарованості, роблячи акцент на її різних складових, виділяючи одну з них як центральну або вибудовуючи складну систему взаємодіючих процесів. Так, Дж. Гілфорд [3] і П. Торренс [4] головною рисою називають здатність до творчого (дивергентного) мислення, а С. Меднік [46] – здатність виходити за межі стереотипних асоціацій.

Синтезуючий напрям поєднує наукові підходи двох попередніх. Представники цього напряму Д. Богоявленська [47], В. Дружинін [10], Є. Ільїн [105] та ін. враховують складність і багатовимірність явища креативності та розглядають його через поєднання інтелектуальних, особистісних і суспільних факторів, що в свою чергу допомагає подолати обмеженість і вузькоаспектність когнітивного й особистісного трактування. Погоджуючись із науковцями, вважаємо синтезуючий напрям вивчення креативності найбільш перспективним.

Отже, креативність з наукової точки зору розглядається як складне, багатопланове, неоднорідне явище, що проявляється в різноманітті теоретичних і експериментальних напрямів її вивчення. За період від перших

спроб вивчення до теперішнього часу дослідниками створена детальна картина феноменології креативності, незважаючи на те, що дане поняття нині не можна назвати чітко визначеним і сталим як у зарубіжних, так і у вітчизняних дослідженнях.

Креативність – це загальна творча здатність, значуща для суспільства, що є умовою створення нових матеріальних і нематеріальних цінностей; існує можливість і необхідність розвитку креативності особи в процесі професійної підготовки – процесі формування і розвитку знань, навичок, здібностей особи, необхідних для успішного здійснення конкретного виду професійної діяльності.

Загалом можна зробити висновок, що ступінь дослідженості проблеми розвитку креативності майбутніх менеджерів не відповідає рівню її теоретичної й практичної актуальності. Успішна фахова підготовка майбутніх менеджерів невиробничої сфери можлива, на нашу думку, лише за умови формування у них позитивного ставлення до майбутньої професійної діяльності й усвідомлення необхідності формування власної креативності.

Таким чином, аналіз досліджень з проблеми креативності дозволяє найбільш поширені визначення цього поняття об’єднати в декілька груп:

1) як найвищий рівень інтелектуальної активності особистості (Д. Богоявленська [48], Дж. Гілфорд [3], А. Маслоу [108], В. Дружинін [10], та ін.);

2) як здатність до продукування оригінальних і корисних ідей (С. Гончаренко [34], В. Кремень [33], М. Холодна [49], Г. Глотова [50] та ін.);

3) як здатність сприймати й осмислювати нове, не боятися змін (П. Торренс [4] , Е. Фромм [51], К. Торшина [52] та ін.);

4) як сукупність тих особливостей психіки, які забезпечують продуктивні перетворення у діяльності особистості (О. Тунік [53], К. Тейлор [54]);

5) як здатність людини до відхилення від стереотипних засобів мислення (Е. де Боно [24], Р. Стернберг [14], Д. Чернілевський [55], А. Морозов [56] та ін.).

Аналіз психологічних і педагогічних досліджень, присвячених проблемі креативності, дає підстави стверджувати, що більшість учених розглядає креативність як складне інтегративне утворення, що визначає здатність особистості до творчості. У структурі креативності дослідники виділяють різноманітні компоненти, які поєднують мотиваційний аспект: потреби, інтереси, установки, цілі, переконання, прагнення, бажання, мотиви; когнітивний та поведінковий.

Аналіз теоретичних досліджень із питань креативності особистості дозволив нам зробити висновок про те, що креативність є не тільки психологічним, але й педагогічним явищем, тому що від характеру педагогічного впливу залежить його активність і результативність.

Таким чином, процес формування креативності особистості є однією з важливих проблем у психології й педагогіці. У психології креативність особистості трактують як сукупність тих особливостей психіки, які забезпечують продуктивні перетворення у діяльності особистості. Психологи розглядають креативність як здатність людини відхилятися від стереотипних способів мислення. У педагогічних дослідженнях креативність аналізують як здатність до творчості, з урахуванням активного впливу соціального середовища. У педагогічних дослідженнях розглядаються ті шляхи і засоби підвищення внутрішньої мотивації особистості, спеціально створені педагогічні умови, що в кінцевому рахунку повинні сприяти формуванню креативності.

В наступному підрозділі розглянемо сутність та структуру креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

1.2 Сутність та структура креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери

Термін «менеджмент» трактується досить широко. Ґрунтуючись на його всебічному аналізі, І. Герчикова виділила три аспекти цього поняття: 1) як

науку та практику; 2) як організацію управління фірмою; 3) як процес прийняття управлінських рішень [57, с. 14].

Зауважимо, що менеджмент організацій несе безпосередню відповідальність за досягнення високих результатів діяльності, тобто виконання поставлених перед організацією цілей засобами ефективного і продуктивного використання ресурсів [58, с. 23].

У тлумачному словнику з управління зазначається, що менеджер – «це член керівного складу фірм, підприємств, банків, що має виконавчу владу і здійснює доручені йому функції управління» [59, с. 86]. У словнику підприємця стверджується: «менеджер (від англ. manage – управляти) – професійний управляючий, який має спеціальну підготовку і здійснює менеджмент, тобто керівництво підприємством, організацію й управління, який володіє знаннями в широкому діапазоні галузей, що включають економіку, бізнес, соціальну психологію тощо» [60, с. 80].

Поняття «менеджер» на сучасному ринку праці досить загальне – практично всіх спеціалістів у приватному секторі сьогодні називають менеджерами. Тому в переліку необхідних навичок, потрібних менеджеру, є наступні: підбір та навчання персоналу (іноді це називається «створення команди»), мотивація персоналу, організація роботи відділу, постановка задач та координація їх виконання співробітниками; ведення переговорів з клієнтами, формування, розширення та підтримка бази клієнтів; аналіз ринку, побудова концепції проекту, розробка стратегії розвитку напрямку, бізнес планування [61, с. 124].

Менеджер – це людина, якій притаманна активність підприємця, мудрість педагога, відповідальність лікаря, конструкторське бачення інженера, допитливість дослідника, логіка юриста. Саме ці якості дозволяють йому приймати такі рішення, що відображають інтереси людства та суспільства, визначають їх взаємний розвиток [62, с. 43].

Зауважимо, що менеджер – це не просто освічена людина, це професійно підготовлений спеціаліст у галузі управління соціально-

економічною системою (організацією). На нашу думку, вирішальними факторами в формуванні та прояві професіоналізму в управлінні є, в першу чергу, комплекс знань, якими володіє персонал управління. Тих знань, що дозволяють розпізнавати проблеми та знаходити засоби для їх вирішення. Важливу роль тут відіграє не стільки об'єм знань, скільки їх структура, набір, практична цінність, фундаментальність, стійкість.

Професійна діяльність майбутніх менеджерів побудована переважно на повноваженнях прийняття управлінських рішень, що в свою чергу, потребує не тільки накопичення певних знань, а в більшій мірі наявності таких якостей, як: рішучість, відповідальність, авторитет, повага, без яких немає управління.

Проте професійна діяльність майбутнього менеджера передбачає не лише грамотну реалізацію повноважень на посаді керівника. Управлінські рішення не тільки приймаються, а й розробляються спеціалістами, які, в свою чергу, є спеціалістами в різних областях знань і мають професійну підготовку, в тому числі й в галузі управління.

Орієнтуючись на класифікацію спеціалізацій, запропоновану Г. Щокіним, можна відзначити, що термін «менеджер організацій» відображає спеціалізацію діяльності менеджера, який управляє діяльністю певної організації (орендної, акціонерної, кооперативного або малого підприємства) [63, с. 160].

Є. Воробйовою обґрунтовано систему педагогічних умов формування індивідуального стилю професійної діяльності майбутніх менеджерів адміністративної діяльності: удосконалення організації навчально-виховного процесу зі спеціальності «Адміністративний менеджмент» з метою активізації самостійної пізнавальної діяльності студента-менеджера; корегування форм, методів та засобів навчання відповідно до специфіки адміністративної діяльності суб'єктів навчально-виховного процесу; оволодіння уміннями моделювання, оцінювання та прогнозування процесу

взаємодії як необхідного фактора реалізації індивідуального стилю професійної діяльності менеджерів адміністративної діяльності [64, с. 3].

В Україні здійснюється підготовка менеджерів за різними спеціальностями. Галузеві стандарти вищої освіти визначають державні вимоги до професійної підготовки бакалаврів за напрямом 6.0306 «Менеджмент» відповідного професійного спрямування – 6.03060101 «Менеджмент організацій торгівлі», 6.03060104 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», 6.03060102 «Менеджмент туристичного бізнесу» [65; 66].

Особливу увагу ми приділяємо менеджерам невиробничої сфери, сфери обслуговування. До складу цієї сфери входять освіта, наука, культура, мистецтво, охорона здоров'я, фізкультура і спорт, побутове обслуговування, торгівля, зв'язок, житлове господарство та ін. [67, с. 60].

Тобто, до невиробничої сфери належить сукупність галузей народного господарства, які надають послуги. Послуга – трудова доцільна діяльність, результати якої знаходять своє вираження в безпосередній дії на людину як об'єкт діяльності (послуги пасажирського транспорту, авіаперевезення, банківські послуги, парки атракціонів, готелі, перукарні, страхові компанії, телефонний зв'язок, кінотеатри, ресторани, послуги зв'язку, житлового та комунального господарства, освіти, охорони здоров'я, науки та ін.) [67, с. 341]. Підприємства, що надають послуги, вирізняються великою різноманітністю, але відрізняються від постачальників товарів своїм цільовим ринком, формою організації торгівлі та способом підтримання конкурентоспроможності.

Сучасний менеджер невиробничої сфери в усьому світі сприймається як ефективний, інноваційний керівник = лідер + влада + стиль роботи + кар'єра. Менеджер повинен мати широкий світогляд і системне нестандартне мислення з питань внутрішнього взаємозв'язку, факторів корпорації й взаємодії останніх із зовнішнім середовищем. Він повинен мати високі загальнолюдські якості й психологічні здатності, мати здатності йти на

розумний і зважений ризик, уміти здійснювати бізнес – проектувати, розробляти та коректувати бізнес. Також він повинен уміти здійснювати маркетингові дослідження, прогнозувати розвиток організації з урахуванням потреб і зайнятості в ньому нових інноваційних ніш [68, с. 154].

Сучасний менеджер невиробничої сфери повинен бути таким: професіоналом, новатором і творчо підходити до роботи; завзятим, упевненим у собі й відданим справі; повинен нестандартно мислити, має бути винахідником, ініціатором і генератором ідей; психологічно здатним впливати на людей; комунікабельним; емоційно врівноваженим і стійким до стресу; відкритим, гнучким і легким у пристосовуванні до змін, що відбуваються; повинен прагнути до знань, саморозвитку й самоорганізації; енергійним і життєстійким; схильним до успішного захисту й настільки ж ефективного нападу; відповідальним за діяльність і за ухвалені рішення; потребу працювати в колективі й з колективом [69, с. 241].

Аналіз наукової літератури свідчить, що дослідженню проблеми професійної підготовки менеджерів надається сьогодні дедалі більша увага, зокрема: теоретичні аспекти управлінської підготовки розроблені О. Вербило [70], Й. Завадським [71], О. Романовським [72], В. Тарасовим [73], В. Пудичем [74], А. Шегдою [67]; педагогічні аспекти підготовки менеджерів відображені в дослідженнях Н. Волкової [75], Є. Воробйової [76], В. Козакова [77], А. Кредісова [78], Є. Панченко [79], М. Фоміної [80], Г. Щокіна [81]; проблеми розвитку особистості майбутнього професіонала досліджені М. Дьяченком [82], Л. Кандибовичем [82], Г. Назаренковою [83], Л. Сергєєвою [84], Л. Стуколовою [85], К. Батовріною [86], Т. Качеровською [87], Г. Хусаіновою [88], В. Ісаєвим [89], Г. Чередніченко [90], О. Фастовець [91], Н. Замковою [92], О. Самохвал [93], В. Лівенцовою [94], Т. Коваль [95], Л. Влодарскою-Зола [96], К. Богатирьовим [97], І.Сенча [98] та ін.

Менеджер є одночасно спеціалістом у своїй галузі, організатором і педагогом та виконує такі функції:

– визначення цілей (прийняття рішень щодо цілей управління та засоби їх досягнення);

– адміністративно-організаційну (формування органів управління, розподіл завдань між підлеглими, узгодження їхніх дій і контроль за реалізацією рішень, підбір та розміщення кадрів);

– експертну (консультація підлеглих);

– стимулюючу (оцінка якості роботи працівників);

– представницьку (перед зовнішніми організаціями);

– виховну (створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, розвиток здібностей та ініціативи підлеглих) [99, с. 43].

До особистості менеджера сучасне суспільство висуває досить значні вимоги. Якщо раніше основна роль в економіці відводилась розвитку найважливіших галузей промисловості, то в даний час і в майбутньому, головну роль будуть відігравати менеджери та рівень їхньої професійної освіти.

Таким чином, з аналізу вищевикладених вимог до особистості менеджера можна дійти висновку, що креативність є досить актуальною якістю для менеджерів, оскільки швидкий темп і багатоплановість сучасного життя потребують вміння творчо реагувати на зміни, що відбуваються. Сьогодні жодна компанія не може дозволити собі відпочинок, конкуренція надзвичайно жорстка. Саме тому роботодавці так зацікавлені в людях, які здатні нестандартно мислити, знаходити нові ідеї та підходи до управління.

Спочатку креативність менеджерів пов’язували зі сферою їх професійної діяльності. Так, вважалось, що менеджери приватних фірм креативніші управлінців великих державних підприємств, а рекламщики більш креативні, ніж фінансисти. Проте проведені західними спеціалістами дослідження довели відсутність зв’язку між креативністю та сферою діяльності спеціаліста. Креативність – це внутрішні якості людини, що залежать від його особистісних характеристик [100, с. 246].

Нині відбувається модернізація змісту, форм і методів управлінської діяльності, що формує майбутнього керівника нового типу — відкритого, демократичного, компетентного, гуманістичного, творчо спрямованого. Водночас оновлення управлінської діяльності є передумовою розвитку творчих здібностей майбутнього керівника, здатного виробити власний стиль управління, періодично оновлюючи зміст, форми і методи своєї діяльності.

Ґрунтовна теоретична підготовка майбутнього менеджера є показником його професіоналізму. Проте для успішної керівної діяльності не досить мати належну підготовку з менеджменту, бізнесу, маркетингу та ін., знати технологію управлінської діяльності. Важливо вміти користуватися цими знаннями, розвивати менеджерські навички, володіти мистецтвом управління та мати креативні здібності [71, с. 293].

Для ефективного керівника характерним рисами є: розвинуте стратегічне мислення, вміння розв’язувати нестандартні задачі, здатність помірно ризикувати, висока професійна компетентність, вміння делегувати повноваження, рішучість, підприємливість, стійкість до стресу, високий інтелект. Тому креативне мислення є одним з найважливіших інструментаріїв сучасного менеджера, що здійснює головні функції управління. Разом з тим, – це інструмент дуже делікатний, що, в свою чергу, потребує уваги, а головне цілеспрямованого виховання.

Дослідник Г. Чередніченко визначила «творчі здібності майбутніх менеджерів як індивідуально-психологічні особливості особистості, які виражаються у творчому характері виконання функцій та завдань навчально-професійної діяльності і вирізняються наявністю оригінальності і новизни як у процесі діяльності, так і в її результаті» [101, с. 56].

На нашу думку, розвиток креативності майбутніх менеджерів доцільно здійснювати в таких напрямах, як: дивергентність мислення, оригінальність мислення, здатність запропонувати новий спосіб використання об’єкта, спроможність до генерування значної частини ідей, спроможність до аналізу, уяву, спроможність до виявлення і постановки проблеми, здатність

знаходити безліч асоціацій, прагнення удосконалюватися, індивідуалізм, здатність долати стереотипи, цілеспрямованість, інтуїція, мотивація, образна пам’ять, увага.

Л. Сергєєва наголошує, що професійна підготовка менеджера повинна бути спрямована на формування базових управлінських навичок:

1) комунікативні (навички управлінського спілкування, управління персоналом, комунікативних взаємодій, проведення ділових переговорів, користування оргтехнікою тощо);

2) адаптаційно-мобілізуючі навички (інтелектуальні навички аналізу та синтезу, навичок самоконтролю, самовиховання творчої діяльності, навичок готовності до виправданого ризику);

3) комерційно-домінантні навички (навички підприємницького мислення, підприємницької діяльності, практичного керівництва підрозділом, оцінки становища і самооцінки, трудові навички) [102, с. 52].

Зауважимо, що всі перелічені вище управлінські навички містять елементи креативності.

Аналіз освітньо-кваліфікаційної характеристики й освітньо-професійної програми підготовки зі спеціальності 6.030501«Менеджмент» підтверджує, що серед вимог, які висуваються до спеціалістів-менеджерів невиробничої галузі, особливе місце посідають такі:

– уміння управляти людьми;

– знання особливостей розвитку організації та її конкурентоспроможності**;**

– здатність впливати на підлеглих;

– уміння підтримати сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі;

– уміння здійснювати контроль та забезпечувати належний рівень якості праці тощо. Здатності випускника-менеджера, що вимагаються подано в додатку А.

Слід зазначити, що якщо в педагогічних дослідженнях формуванню у майбутніх менеджерів комплексу знань, умінь і навичок надається значна увага, то особистісним якостям (зокрема креативності) фахівця – значно менша увага.

Аналіз психологічної та педагогічної літератури свідчить про те, що професійно важливими особистісними якостями можна вважати такі, наявність яких впливає на ефективність професійної діяльності спеціаліста. Водночас, креативність менеджера можна віднести до таких якостей.

Погоджуємося з Л. Сергєєвою, яка виокремлює такі управлінські якості:

1) адаптаційна мобільність: схильність до творчих форм діяльності, неперервність поглиблення й оновлення знань, ініціативність, нетерпимість до відсталості, консервативних проявів, прагнення вчити інших, бажання якісних змін як в організації, так і в змісті власної діяльності, готовність до обґрунтованого ризику, прагнення нововведень, розширення кола своїх повноважень, діловитість;

2) контактність: товариськість, емпатія, інтерес до людей, високий рівень розуміння у сфері міжособистісних відносин, здатність приваблювати людей, бачити себе з боку, слухати, розуміти і переконувати людей, уміння подивитись на конфліктну ситуацію очима співрозмовника;

3) стресостійкість: інтелектуальна й емоційна захищеність у проблемних ситуаціях, самовладання і тверезість мислення у прийнятті колективних рішень, володіння навичками саморегуляції стану;

4) домінантність: власність, прагнення до власної незалежності, лідерства, готовність до безкомпромісної боротьби за свої права, самоповагу, високий рівень самооцінки і домагань, сміливість, вольовий характер тощо [102, с. 51].

І. Ладанов акцентує увагу на таких якостях особистості менеджера: аналітичні, творчі, адміністративні здібності, ділове чуття, писемне та усне мовлення, уміння слухати інших, воля, емоційна адаптація, соціальна

комунікація, потяг до підвищення, гнучкість розуму, взаємини з підлеглими [103, с. 29].

Розробляючи модель спеціаліста-менеджера, В. Волкова наголошує на таких професійних якостях, як-от:

– готовність до навчання, засвоєння нових знань, практичної роботи;

– активність;

– лідерство;

– уміння працювати в колективі;

– креативність;

– здатність сприймати, аналізувати і систематизувати інформацію;

– уміння планувати діяльність і переключатися на нові форми [104, с. 10].

Теоретичний аналіз психологічних та педагогічних досліджень з проблеми креативності та її розвитку дозволив визначити «креативність майбутнього менеджера невиробничої сфери» як інтегративну особистістну характеристику, що виявляється у здатності відходити у процесі прийняття управлінських рішень від традиційних схем (враховуючи особливості цільового ринку, форм організації торгівлі та способів підтримки конкурентоспроможності), творчому виконанні своїх функцій, вмінні та сміливості самостійно ставити проблеми, генерувати нестандартні ідеї, швидко вирішувати проблемні ситуації в управлінській діяльності.

У контексті дослідження педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери актуальною є проблема визначення структурних компонентів цього складного інтегративного особистісного утворення. Огляд психологічної та педагогічної літератури свідчить про різноплановість підходів до трактування змісту й структури як загальної креативності особистості, так і креативності майбутніх менеджерів зокрема.

Аналіз психологічних і педагогічних досліджень засвідчує, що в науці ще не склалось єдиної думки щодо структури креативності. У більшості випадків учені [10; 26; 44; 45; 86] вибудовують її структуру за принципом

переліку рис, притаманних творчій особистості. Часто ця сума характеристик ніяк не систематизована. Наприклад, американські дослідники назвали кілька десятків креативних якостей, необхідних для наукової творчості, а саме: неабияка енергія, винахідливість, кмітливість, пізнавальні здібності, чесність, прямота, безпосередність, прагнення до володіння фактами й закономірностями, прагнення до відкриттів, експериментування, гнучкість мислення, здатність легко пристосовуватися до нових обставин, завзятість, наполегливість, незалежність, здатність визначати цінність явищ і висновків, здатність до співпраці, інтуїція, прагнення до духовного зростання й розвитку, здатність дивуватись, орієнтуватися в проблемі, робити чіткий звіт про її стан, спонтанність, адаптивна гнучкість, оригінальність, здатність до швидкого набуття нових знань, відкритість новому досвіду, здатність долати межі, стереотипи, відступати, відмовлятися від своїх ідей і теорій, працелюбність, здатність до конструювання складних структур з елементів, до синтезу, аналізу, узагальнення, комбінування, диференціювання, самовираження; ентузіазм, внутрішня зрілість, скептицизм, сміливість, мужність, толерантність до тимчасового безладу, хаосу; прагнення до усамітнення, підкреслювання свого «Я», терпимість до неясності, двозначності, невизначеності. На жаль, у цьому переліку відсутнє виокремлення основних і другорядних рис творчої особистості, також немає їх обґрунтування.

Стверджується, що провідну роль у структурі креативності відіграє мотивація (Т. Амабайл, Д. Треффінджер, К. Урбан); продукт креативного процесу повинен відрізнятися оригінальністю, свідомістю, виразністю й економією (П. Джексон, А. Кестлер, С. Мессик); креативні досягнення неможливі без специфічних знань з проблеми креативності (Т. Амабайл) і володіння методами й прийомами генерування й аналізу ідей (Д. Треффінджер, К. Урбан).

Є. Ільїн у своєму дослідженні до структури креативності, окрім дивергентного мислення, включав здатність до перетворень, точність вирішення й інші, власне інтелектуальні, параметри. Тим самим

наголошувалося на позитивному зв'язку між інтелектом і креативністю. У ході численних подальших експериментів з'ясувалося, що високоінтелектуальні досліджувані можуть не проявляти творчої поведінки при рішенні проблем, однак не буває низькоінтелектуальних креативів [105].

Т. Амабайл пропонує модель креативності, що ґрунтується на взаємодії трьох компонентів: 1) навички, пов'язані із певною галуззю знань (domain-related skills) – знання у певній галузі, технічні навички і талант у спеціальній галузі; 2) креативні навички (creativity-related skills) – робочий стиль мислення, евристики для генерування нових ідей та особистісні риси; 3) мотивації – бажання зробити якусь справу заради неї самої чи зацікавлення діяльністю певної людини у певний час [13, с. 206].

К. Батовріна, на основі аналізу робіт Дж. Гілфорда, Е. Торренса, Е. де Боно, Я. Пономарьова, В. Дружиніна, Ф. Баррона та ін. виявила 28 особових чинників креативності: дивергентність мислення, оригінальність мислення, семантична гнучкість, здатність до виявлення і постановки проблеми, здатність до генерування великого числа ідей, здатність до аналізу, здатність долати стереотипи, здатність знаходити безліч асоціацій, допитливість, прагнення до досконалості, здатність йти на ризик, мотивація, образна пам'ять, емоційність, спонтанність поведінки, цілеспрямованість, здатність до загостреного сприйняття дисгармонії, упевненість у собі, індивідуалізм, «чіпкість» уваги, уява, інтуїція, здатність до фантазування, установка на позитивне сприйняття і застосування нововведень, самостійність і незалежність суджень, темпераментність, передбачуваність, здатність розглядати явища і події з різних точок зору [86, с. 10].

Найчастіше у визначенні структури креативності виокремлюють два основні компоненти – когнітивний та особистісний. Когнітивний компонент, за Дж. Гілфордом, містить такі складники: чутливість до проблеми; швидкість мислення – здатність генерувати певну кількість нових ідей за одиницю часу; гнучкість мислення – здатність легко й невимушено переходити від одного класу ідей до іншого, здатність породжувати ідеї,

віддалені одна від одної; оригінальність мислення – здатність відповідати на подразники нестандартно, продукувати своєрідні ідеї й образи; здатність удосконалювати об'єкт, наповнюючи його додатковими компонентами, образами, ідеями; здатність розв'язувати проблеми, тобто здатність до аналізу й синтезу [9, с. 448].

П. Торранс запропонував свій варіант когнітивного компонента креативності: чутливість до проблем; почуття недостатності своїх знань; чутливість до відсутніх елементів і дисгармонії; усвідомлення проблеми, пошук розв'язку; здогади, пов'язані з тим, чого не вистачає для розв'язання; формулювання гіпотез, їх перевірка, модифікація, а також повідомлення результатів [4, с. 72]. На думку психолога, висококреативним суб'єктам притаманні такі риси характеру: упевненість у власних силах; підвищена увага до свого «Я»; почуття гумору; толерантність до стану невизначеності, здатність відстоювати свою думку.

Ми погоджуємося з думкою Л. Виготського [106] та С. Рубінштейна [107], які до особистісного компонента віднесли наступні якості особистості: силу Я-концепції (упевненість у собі, силу характеру, наполегливість), домінантність (самостійність, сміливість, незалежність, ігнорування соціальних умовностей і авторитетів, здатність відстоювати власну думку за умови нестачі інформації); радикалізм (гнучкість, експериментальне ставлення до життєвих проблем, критичне ставлення до стереотипів і догм; терпимість до стану невизначеності); здатність проникнути в проблему, особистісну зрілість і водночас «дитячість» світосприймання, працьовитість, енергійність, схильність до ризику, намагання виділитись, почуття гумору, емоційну стійкість та ін.

А. Маслоу доповнив цей перелік такими якостями: прагнення до самореалізації, захопленість справою як покликанням; щирість, відкритість поведінки; незалежність суджень; упевненість у власних силах; ініціативність і гнучкість; високий ступінь критичності; дитяча сприйнятливість і відкритість новому [108, с. 123].

Х. Швет вважає, що особистісний компонент креативності включає незалежність, високі особистісні стандарти, неконформність оцінок і суджень; відкритість (готовність сприймати свої й чужі фантазії); сприйнятливість до нового й незвичайного; толерантність до невизначених і невирішених ситуацій; конструктивну активність у цих обставинах; розвинуте естетичне чуття, прагнення до краси [109, с. 123]. На думку Г. Альтшуллера, креативній особистості притаманні шість основних якостей: здатність сміливо вибирати вартісну мету й зробити її головним вектором своєї діяльності; здатність бачити проблеми, розв'язання яких є необхідним і достатнім для досягнення мети; здатність працювати планомірно; висока працездатність під час виконання своїх планів; добра техніка розв'язування творчих завдань; уміння за будь-яких обставин відстоювати свої ідеї й тримати удар [110].

Н. Латипов аналізуючи поняття креативність виділяє модель параметрів і характеристик креативності Д. Перкінса, яку психолог назвав моделлю шестикінечних сніжинок. Основними її елементами є: наявність сильного внутрішнього спонукання, обов'язку перед власними принципами: творець схильний до ускладнення, реорганізації, асиметрії; він одержує насолоду, кидаючи виклик хаосу і пробиваючись до розв'язку і синтезу; здатність виходити за межі при рішенні проблем: так, наприклад, учені вважають «гарними» лише питання, що дають цікаві, несподівані відповіді, що дозволяє поглянути на проблему з іншого боку, отримати креативне рішення чи зробити відкриття; ментальну мобільність, що дає творчим особистостям можливість знаходити нові перспективи при рішенні традиційних чи нестандартних проблем: такі особистості схильні думати і міркувати «всупереч»; міркуючи метафорично і за аналогією, вони зрештою приходять до припущень, що призводять до рішення; готовність ризикувати і помилятися: творчі особистості здатні навчатися на власних помилках; «працюючи» на межі можливостей, там, де великий ризик помилки, креативно обдаровані люди з більшою ймовірністю видають нові креативні

результати; прийняття сторонніх точок зору: креативні особистості схильні не тільки критично розглядати й аналізувати власні ідеї чи пропозиції, але також адекватно сприймають чужу думку чи критику, вони об'єктивні, що означає вихід за межі свого «Я», пошук і облік порад компетентних колег, перевірку своїх ідей; внутрішню мотивацію: творці занурюються у процес діяльності за власним бажанням, не заради зовнішніх матеріальних стимулів, їхню роботу каталізує насолода, задоволення і користь від роботи [111, с. 119].

Т. Баришева зробила спробу вивести інваріантну формулу креативності дорослих, яка полягає в тому, що креативність – це мотивація (дивергентність, здатність до перетворень) та естетичні параметри (формотворчість, перфекціонизм, асоціативність) [112]. Вважаємо таку структуру креативності неповною через відсутність когнітивного та операційного компонентів.

І. Гриненко визначив структуру креативності майбутнього вчителя, що включає п'ять компонентів: мотиваційний (передбачає формування мотивації успіху); емоційно-ціннісний (сприяння стану психофізіологічної когерентності та прийняття майбутніми учителями засад культури); когнітивного (засвоєння студентами специфічних знань психолого-педагогічних основ креативності); конативний (оволодіння специфічними навичками – прийомами і методами генерування та аналізу ідей); результативного (створення креативного навчального продукту – тексту) [113, с. 51].

В. Фрицюк у структурі креативності майбутніх учителів виділяє наступні компоненти: когнітивний – типові для креативів характеристики мислення і сприйняття; емоційно-мотиваційний – установка на професійну значущість цієї якості, на її особистісно-ціннісне значення, що розвивається від позитивного емоційного ставлення до стійкої потреби у творчій діяльності; поведінковий – характеризує реалізацію креативних рис на поведінковому рівні [114, с. 55].

Врахування результатів аналізу підходів Н. Вишнякової, І. Гриненко, О. Куцевол, І. Шахіної, В. Фрицюк до структурування змісту креативності, а також вимог до особистості менеджера невиробничої сфери дало підстави виділити такі основні компоненти креативності майбутнього менеджера: 1) мотиваційно-ціннісний – передбачає наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації, віри у свої можливості; 2) когнітивний – передбачає оволодіння студентами загальними та спеціальними знаннями, пов'язаними з креативністю в управлінні; 3) поведінковий – визначається уміннями побачити проблему, а також знайти оригінальні й продуктивні шляхи її вирішення.

Визначаючи зміст компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, ми орієнтувалися на результати психолого-педагогічних досліджень професійно важливих якостей менеджерів, а також на вимоги, визначені в ОКХ та ОПП підготовки студентів за напрямом 6.0306 «Менеджмент» відповідного професійного спрямування – 6.03060101 «Менеджмент організацій торгівлі», 6.03060104 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», 6.03060102 «Менеджмент туристичного бізнесу» [65; 66].

Мотиваційно-ціннісний компонент характеризує мотиваційний аспект креативності майбутніх менеджерів: структуру мотивів вибору професії менеджера невиробничої сфери, навчально-професійної діяльності та професійного самовдосконалення, ієрархію професійно-ціннісних орієнтацій. Творча мотивація має суттєвий вплив на успішність розвитку креативності студентів. Від готовності до творчості залежить не тільки ефективність навчальної діяльності майбутніх менеджерів, але й реалізація їхньої креативності в майбутньому. Важливе значення має також зацікавлення творчою діяльністю, захопленість тією чи іншою професійною проблемою.

На важливому значенні ціннісних орієнтацій, мотивів у структурі особистості менеджера акцентується увага у працях багатьох дослідників. Необхідною умовою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є відповідна мотивація, бажано внутрішньої природи.

Так, Т. Амабайл [13] та Дж. Хейс [17] підкреслюють роль внутрішньої мотивації, що виникає як реакція індивіда на внутрішні властивості задачі, що стоїть перед ним. Вони стверджують, що не існує суто когнітивних змінних, за якими можна було б ідентифікувати здатну до творчості особистість, бо відмінність у сформованості креативності залежать від варіативності у мотивації, що веде до когнітивних розходжень, наприклад, приводячи до різниці в інтенсивності оволодіння і розмірах необхідних знань і умінь.

Якщо розглянути структуру креативної особистості менеджера як суб'єкта управлінського процесу, в ній можна визначити додатково такі якості: проблемне бачення предмета; вміння висувати гіпотези оригінальні ідеї; здатність до дослідницької діяльності; здатність до виявлення протиріч; уміння аналізувати, інтерпретувати та синтезувати інформацію; вміння планувати і організовувати особисту працю і раціонально використовувати робочий час; здатність до аутодидактичних функцій (самоконтроль, самооцінка, самоаналіз); знання та досвід ефективних технологій міжособистісного спілкування; пошуково-креативний стиль мислення тощо.

Когнітивний компонент креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери відображає інформаційний аспект креативності майбутніх фахівців: обізнаність з особливостями, функціями і завданнями професійної діяльності менеджера невиробничої сфери, її соціальною й особистісною значущістю, знання про професійно важливі якості і здібності, усвідомлення власних професійних інтересів і нахилів. Важливою складовою когнітивного компонента креативності є чіткість уявлень студентів про сутність креативності та розуміння необхідності її розвитку для майбутньої професійної діяльності.

На нашу думку, дивергентне мислення також є складовою когнітивного компонента креативності, адже в процесі професійної діяльності оригінальність, швидкість, продуктивність та гнучкість мислення в прийнятті управлінських рішень є показником професійності менеджера невиробничої

сфери. Складові цього компонента креативності були виокремлені ще Дж. Гілфордом [9, с. 441]: швидкість (легкість, продуктивність) характеризується кількістю ідей, що виникли за одиницю часу; оригінальність – здатність продукувати ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих; гнучкість мислення – здатність висувати різноманітні ідеї, переходити від одного аспекту проблеми до іншого, використовувати різноманітні стратегії рішення проблем; категорія розвиток, уточнення означає, що творче рішення повинно бути досліджено щодо відповідності проблемі та розроблено таким чином, щоб воно могло бути повідомлене значущим іншим.

Вміння знайти проблему, відчути її є важливою основною креативного процесу. Адже саме в допитливості майбутнього менеджера, прагненні до дослідження полягає зв'язок дивергентного мислення з іншими особистісними властивостями.

Зауважимо, що дивергентне мислення, притаманне менеджеру невиробничої сфери, ґрунтується на широкому сприйнятті, глибокій загальній інформаційній і розумовій базі. Швидке сприйняття, обробка інформації і даних, збереження їх у гнучкій і легко доступній мережній системі пам'яті визначають схильність до швидкого, гнучкого асоціативного мислення. Переформулювання, перевизначення, реконструкція проблеми потребує їхнього аналізу й оцінки корисності. Аналіз, міркування і логічне мислення необхідні для збору і підготовки інформації, що необхідно на початковій стадії творчого процесу; вони потрібні й на кінцевій стадії, коли разом із критичним і оцінним мисленням, відбувається реалізація й удосконалювання творчої ідеї або продукту [115].

Звичайно, одне лише дивергентне мислення не може привести до творчих досягнень в управлінській сфері. Інсайти є малоймовірними, якщо відсутні знання у відповідній області, оскільки вони залежать від одержання, оцінки й інтеграції знань, необхідних і корисних для поданої задачі.

Праця менеджера невиробничої сфери вимагає високої дисципліни, зосередженості на завданнях. Концентрація і селективність необхідні для збору, аналізу, оцінки й обробки інформації [116, с. 237].

Поведінковий компонент креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери знаходить вияв у різноманітних формах професійно орієнтованої діяльності та поведінки студентів: пізнавальній, творчій активності під час аудиторної навчально-пізнавальної діяльності, наполегливому оволодінні професійними уміннями і навичками під час позааудиторних занять і виробничої практики, участі в різноманітних формах професійно орієнтованої виховної роботи (екскурсіях, олімпіадах, конкурсах, зустрічах з видатними менеджерами невиробничої сфери тощо), активному професійному самовдосконаленні, ініціативності у творчій діяльності (квазіпрофесійній).

На нашу думку, саме ці властивості є невід'ємними складовими успішної та продуктивної діяльності менеджера невиробничої сфери, адже управлінська справа базується на постійному вирішенні різноманітних питань та проблем, рівень складності яких коливається від досить легких до, на перший погляд, таких, які неможливо вирішити. Але менеджеру-креативу це вдається, зокрема, завдяки дивергентному мисленню [116, с. 240].

Відповідно до виділених компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери нами визначено критерії (спонукально-аксіологічний, інформаційно-пізнавальний та дієво-практичний) та показники її сформованості. При цьому ми прагнули, щоб критерії достатньо повно і всебічно відображали основні аспекти креативності студентів. Зміст кожного критерію конкретизовано за допомогою комплексу показників, які дають змогу зафіксувати й оцінити міру вираженості відповідного аспекту креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Показниками спонукально-аксіологічного критерію сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери ми визначили: наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді

менеджера невиробничої сфери; готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності, асоціативність мислення, мотивація саморозвитку, віра у свої можливості.

Показниками інформаційно-пізнавального критерію креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є: знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість (як здатність майбутніх менеджерів генерувати певну кількість ідей за одиницю часу), гнучкість (як здатність бачити альтернативи), оригінальність (як прагнення до самостійності управлінських рішень) знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності, знання та досвід ефективних технологій міжособистісного спілкування

Показниками дієво-практичного критерію сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери визначено: володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності; здатність впливати на підлеглих, контактність; базові управлінські навички, досвід творчої діяльності.

Про потенційні можливості ділових ігор у розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери йтиметься далі.

1.3 Роль ділових ігор у розвитку креативності майбутніх менеджерів

Психологи та педагоги, які досліджують питання походження гри, у своїх роботах розглядають ігрову діяльність як необхідну форму життєдіяльності кожного індивідума, пов’язану з періодом формування творчих нахилів особистості (Л. Виготський [117], Д. Ельконін [118]), що особливо важливо для нашого дослідження в контексті формування креативності.

Цілком погоджуємося з Н. Слюсаренко у тому, що значні творчі можливості гри визначаються, головним чином, тим, що в її основі лежить

практична діяльність людей. З одного боку гра відображає прогрес суспільства, як засіб передачі накопиченого досвіду від покоління до покоління, з іншого – надає можливість особистості впливати на оточуюче середовище. Ось чому роль гри у формуванні особистості і, особливо, творчої індивідуальності дуже важлива [119, с. 22].

Засновниками теорії ігрової діяльності вважають психологів Л. Виготського [106], В. Давидова [120], Д. Ельконіна [121], О. Леонтьєва [122] Л. Рубінштейна [123] та ін.

Ділові ігри як педагогічне явище досліджуються як зарубіжними, так і вітчизняними вченими, а саме: Н. Анікеєвою [124], Е. Берном [125], М. Бірштейн [126], А. Вербицьким [145], Л. Денисовою [127], О. Лєонтьєвим [122], А. Макаренко [128], Л. Первиним [129], В. Петрук [130], П. Підкасистим [131], В. Платовим [144], В. Рибальським[132], І. Сироєжкіним [133], В. Трайнєвим [173] та ін.

У дослідженнях зазначається, що ігровий метод характеризується педагогічною ефективністю (А. Балаєв [134], М. Бірштейн [126], А. Вербицький [160], А. Новіков [135], В. Платов [144] та ін.), креативністю (Л. Первин [129], П. Підкасистий [131], С. Тюніков[136] та ін.), діалогічністю (В. Давидов[120], С. Занько[137], А. Усова[138] та ін.).

Можливість розвитку творчих здібностей у процесі гри в різні часи вивчали М. Арстанов [139], О .Гаврилова [30], Н. Слюсаренко [119], П. Підкасистий [131], А. Усова [138], Ж. Хайдаров [140] та ін. Уважаємо, що ділова гра є потужним засобом формування креативності, зокрема, майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Педагогічна енциклопедія дає визначення грі як одному з «видів діяльності людей і тварин, як засобу фізичного, розумового виховання. Ігри допомагають здобути навички самостійної праці, розвинути творче мислення, інтереси і здібності дитини. Вони впливають на виникнення мотивів до навчальної діяльності, на активізацію, інтенсифікацію процесу навчання» [141, с. 390].

Ігри також розглядаються як «форма вільного самовияву людини, яка передбачає реальну відкритість світові можливого й розгортається або у вигляді змагання, або у вигляді зображення (виконання, репрезентації) якихось ситуацій, смислів, станів» [142, с. 73].

Е. Піаже підкреслював, що гра, як найефективніший метод розвитку творчих здібностей, має бути спрямована передусім на розвиток творчого мислення [143, с. 109].

Український педагогічний словник визначає ігрову діяльність (гру) як «різновид активної діяльності дітей, в процесі якої вони оволодівають суспільними функціями, відносинами та рідною мовою, як засобом спілкування між людьми. Ігрова діяльність є свого роду дитячим моделюванням соціальних відносин. При вмілому і правильному керівництві з боку дорослих ігрова діяльність формує емоційну, моральну та інтелектуальну сфери дитини, розвиває її уяву, сприяє фізичному вдосконаленню, виховує у дітей волю до дії та здатність до гальмування – якості, необхідній людині в трудовій і суспільній діяльності» [142, с. 139].

На нашу думку, до цього визначення можна додати, що в ігровій діяльності розвивається цілий комплекс творчих якостей особистості, зокрема й креативність.

Педагогічні дослідження [144; 145; 146; 152] доводять, що ігри належать до методів активного навчання. У грі людина не тільки самостійно оволодіває знаннями, вміннями і навичками, а й набуває емоційно-ціннісного досвіду. Емоційне насичення організму є його вродженою потребою, що розвивається протягом усього життя. Інтерес, що виникає під час гри, пов’язаний з бажанням одержати позитивні емоції, тобто, емоції виступають як мотив будь-якої діяльності, зокрема ігрової. Де емоції, там активність, увага, уява, мислення, творчість, а відтак і креативність.

Позитивні емоції дають змогу розуму відпочити і розвантажитись. Гра, як зазначає Л. Виготський, робить навчальний процес привабливим і цікавим і веде за собою розвиток [147, с. 300].

Д. Ельконін виділяє чотири функції гри, а саме: 1) засіб розвитку мотиваційно-споживацької сфери; 2) засіб пізнання; 3) засіб розвитку розумових дій; 4) засіб розвитку безпосередньої поведінки індивіда [148, с. 213]. Дидактичні ігри, на думку науковця, роблять процес навчання цікавим і захоплюючим, створюють у дітей бадьорий робочий настрій, допомагають засвоїти навчальний матеріал. Різноманітні ігрові дії, за допомогою яких вирішується те чи інше розумове завдання, підтримують та посилюють інтерес до навчального предмета. Сутність дидактичних ігор полягає у тому,що студенти розв'язують навчальні завдання у цікавій формі. Реалізація ігрових прийомів відбувається за такими напрямами: дидактичну мету представляють студентам у формі ігрового завдання; навчальна діяльність здійснюється за правилами гри; навчальний матеріал використовується як засіб гри; у навчальну діяльність включають елементи змагання, яке перетворює дидактичне завдання в ігрове, виконання дидактичного завдання пов'язують з результатом гри [149].

Дидактична гра – це ігрова форма навчання, у якій одночасно взаємодіють дві сфери: навчальна, пізнавальна та ігрова, захоплююча. Вона має свою стійку структуру, що відрізняє її від будь-якої іншої діяльності. Основні структурні компоненти дидактичної гри: ігровий задум, правила, ігрові дії, пізнавальний зміст або дидактичні завдання, обладнання, результат гри. Така гра має чітко визначену мету [150, с. 7]. Будь-яка гра активізує роботу мислення, а емоції, які виникають при цьому, оптимізують її протікання. І. Васильєв відзначає, що ці «емоції проявляються у формі здивування, сумніву, почуття протиріччя, невпевненості, здогадок, а також у переживаннях, пов'язаних з результатами діяльності мислення. Дві емоції є досить вагомими у пізнанні: здивування, функцією якого є спрямування уваги на пізнання, і сумнів, його функція – управління пошуком істини. Здогадки також мають специфічну роль в процесі пізнання» [151, с. 54]. Кількість описаних інтелектуальних емоцій, на нашу думку, значно зростає в

діловій грі, що активізує роботу мислення і сприяє розвитку особистості, у тому числі й формуванню креативності.

Поняття «ділова гра» у науковій педагогічній та методичній літературі має багато трактувань, проте єдиного підходу до визначення цієї дефініції немає. А. Вербицький відзначає, що в найширшому значенні «ділова гра» може бути визначена як знакова модель професійної діяльності, контекст якої задається знаковими засобами – за допомогою мов моделювання, імітації та зв'язків, включаючи природну мову [152, с. 140].

О. Козлова і М. Разу, визначаючи поняття «ділова гра», виділяють таку її якість, як прийняття рішень. Автори зазначають, що ділова гра – імітаційний управлінський процес, тобто процес вироблення і прийняття рішення для конкретної ситуації в умовах поетапного багатоступеневого уточнення необхідних чинників, аналізу інформації, що додатково надходить і виробляється в ході гри [153, с. 8]. Таке трактування є прийнятним у контексті нашого дослідження, яке передбачає формування креативності майбутніх менеджерів саме в процесі прийняття управлінських рішень.

А. Петровський дає таке визначення ділової гри: «Ділова гра є формою створення предметного й соціального змісту майбутньої професійної діяльності фахівця, моделювання тих систем стосунків, які характерні для цієї діяльності як цілого» [154, с. 209]. Дійсно, ділова гра дозволяє максимально наблизити навчальний процес до виробничих умов, стимулює студентів до пошуку шляхів творчого вирішення завдань, орієнтована на найвищий рівень оволодіння знаннями і безпосередньо сприяє формуванню професійних умінь, колективізму, відповідальності не тільки за себе, а й за інших (адже успіх залежить від узгодженості та взаємодії всіх учасників гри) та креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Визначальною рисою ділової гри є моделювання учасниками змісту гри й процесу тієї чи іншої майбутньої професійної діяльності та системи їх відносин всередині заданої моделі реального виробничого колективу. Це дає змогу розвивати такі показники креативності майбутніх менеджерів

невиробничої сфери як контактність, здатність впливати на підлеглих, дозволяє набути базових управлінських навичок і досвіду творчої діяльності.

Вважаємо, що ділова гра є ефективним методом підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери до професійної діяльності. Цей метод навчання дозволяє імітувати процеси професійної діяльності, забезпечуючи ситуацію, досить близьку до реальності. Учасник ділової гри виконує квазіпрофесійну діяльність, яка об'єднує в собі навчальний та професійний елементи. Знання та вміння засвоюються ним не абстрактно, а в контексті майбутньої професії. Одночасно з професійними знаннями учасник гри набуває спеціальні компетенції, що дуже важливо для майбутнього менеджера, – навички спеціальної взаємодії та управління людьми, вміння керувати та бути підлеглим. Студентам пропонується на основі конкретної ситуації, що постійно змінюється, виробляти управлінські рішення, що будуть враховані при моделюванні наступних етапів розвитку. Це, в свою чергу, сприяє удосконаленню тактики управління та закріпленню практичних навичок, позитивно впливаючи на розвиток таких показників креативності як готовність вирішувати управлінські завдання й базові управлінські навички [155, с. 278].

Ігровий метод навчання є унікальним механізмом акумуляції та передачі соціального досвіду як практичного – вміння розв'язувати задачі, так і етичного, пов'язаного з певними правилами та нормами поведінки в різних ситуаціях [156, с. 81]. Саме різні ігрові ситуації допомагають розвивати майбутнім менеджерам здатність генерувати велику кількість ідей, бачити альтернативи, прагнути до самостійності в прийнятті управлінських рішень тощо.

Ділова гра, на нашу думку, є досить складним методом активного навчання, оскільки може поєднувати в собі цілий комплекс методів активного навчання. Наприклад дискусію, мозковий штурм, аналіз конкретних ситуацій, дію за інструкцією і т.д. Ділову гру науковці, зазвичай, розглядають як метод експериментування в галузі управління з можливим

переглядом багатьох варіантів проекту та пошуком оптимального; вибору найкращих систем управління в різних галузях; навчання, що використовується в навчальному процесі; навчання спілкуванню, комунікабельності та співпраці; перебудови на нове мислення, як фактор впливу на свідомість та розвиток особистості з вихованням моральних, правових, етичних та інших якостей людини; пробудження та розвитку творчих якостей та, як ми вважаємо, формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Метод ділових ігор є спеціально організованою діяльністю, що переводить теоретичні знання в дієвий контекст. Відбувається не механічне накопичення інформації, а дієве розмежування певної сфери людської реальності, зазначає Я. Гінзбург [157, с. 63].

Ділова гра є по суті формою відтворення предметного та соціального змісту майбутньої професійної діяльності спеціаліста. За допомогою знакових засобів (мовлення, графіки, таблиць, документів) у діловій грі відтворюється професійна ситуація, подібна до реальної. Ділові ігри є методом навчання, найбільш близьким до реальної професійної діяльності майбутніх менеджерів. В умовах ділових ігор створюються винятково сприятливі можливості творчого й емоційного включення учасників у стосунки, подібні до дійсних стосунків у виробництві [158, с. 145].

Як зазначає О. Набока [159, с. 27], характерними особливостями ділової гри є: системний зміст навчального матеріалу; відтворення структури певної діяльності в ігровій навчальній моделі; наближення обставин навчального процесу до реальних умов, що породжує потребу в знаннях і їх практичному застосуванні (перехід від пізнавальної мотивації до професійної); спільний навчальний і виховний ефекти, тому що характер ігрової навчальної діяльності приводить до підпорядкування нормам колективного життя; забезпечення переходу від організації та регуляції діяльності студентів викладачем до самоорганізації й саморегуляції. На думку дослідниці, навчальна ділова гра має такі функції: розвивальну

(забезпечує в ході навчальної діяльності розвиток творчого потенціалу студентів, їхню самостійність в оволодінні методами отримання необхідних знань); комунікативну (реалізується через організацію спілкування, регуляцію міжособистісних відносин, виникнення механізму саморегуляції поведінки); активізуючу (передбачає стимулювання пізнавальних інтересів, потреб); інформаційну (проявляється в спрямованості змісту гри на соціальні, психологічні, методичні та інші проблеми); функція інтеграції знань (забезпечує міжпредметні зв'язки між курсами про загальні об'єкти вивчення).

Основні принципи конструювання та організації ділових ігор сформульовані А. Вербицьким, В. Платовим та ін. Так, наприклад, А. Вербицьким [152] виокремлено наступні принципи:

– принципи імітаційного моделювання конкретних умов та ігрового моделювання змісту і форм професійної діяльності;

– принцип проблемності змісту імітаційного моделювання й процесу його розгортання в ігровій моделі (суть цього принципу полягає в тому, що в основі ділових ігор лежить система навчальних задач у формі опису конкретних виробничих ситуацій, що містять суперечливі дані, взаємовиключні альтернативи, неповну інформацію тощо; у процесі гри студенти мають провести аналіз цих ситуацій, виділити проблему, перевести її у власні задачі, розробити способи та засоби розв'язання і прийняти рішення, переконати інших у його правильності; процес розв'язання задач здійснюється на основі активного використання і включення в ділові ігри інших методів і технологій навчання (дискусія, «мозковий штурм» і т. ін.);

– принцип спільної діяльності полягає в тому, що ділові ігри розгортаються як процес прийняття спільних рішень в умовах рольової взаємодії і вимагають психолого-педагогічного забезпечення спільної діяльності студентів на всіх її етапах: спільного планування, розподілу функцій і ролей, реалізації й рефлексії результатів діяльності, визначення організаційних і психологічних умов групової взаємодії;

– принцип діалогового спілкування передбачає залучення кожного учасника до спільної діяльності, надання права висловлювати свої погляди з усіх питань, що виникають у грі (це досягається за умови забезпечення кожного студента певною роллю і передбачає активне залучення його до діалогу й полілогу, а також вибором ситуацій, які б дали змогу обговорити проблему, яка виникає, з різних позицій);

– принцип двоплановості ігрової навчальної діяльності полягає в тому, що досягнення ігрових цілей повинно служити засобом реалізації цілей навчання та виховання, розвитку особистості студента. Орієнтація студентів здебільшого на ігрові цілі формує мотивацію досягнення, зосереджує їх увагу не на процесі, а на результаті роботи, пробуджує прагнення бути першими за будь-яких умов і найчастіше веде до «перегравання», спотворення реальної ситуації професійної діяльності, неадекватної поведінки та неефективного розв’язання професійної проблеми.

Уважаємо принципи конструювання та організації ділових ігор сформульовані А. Вербицьким [160], цілком прийнятними для формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Загалом перелік принципів побудови й проведення ділових ігор дуже широкий, проте, відрізняючись навчальними цілями, ділові ігри вирішують єдині завдання:

– розвитку навичок пошуку, збору, обробки й аналізу економічної, правової, комерційної та іншої інформації;

– застосування отриманих знань і вмінь у вирішенні практичних ситуацій підприємницької, організаторської та правової діяльності;

– формування умінь роботи в колективі та з колективом;

– виховання творчої особистості майбутнього фахівця, який поєднує професіоналізм, організаторські здібності, самостійність.

Існують такі різновиди ділових ігор :

– організаційно-діяльнісні (ОД);

– проектні;

– організаційно- розумові;

– орієнтовані на продукт;

– орієнтовані на процес;

– рекреаційні;

– пріоритет – особа / пріоритет – команда;

– поведінкові / стратегічні;

– гра «експеримент»;

– гра «навчальна тривога» та ін.[161, с.34].

Ділова гра, поряд з іншими методами навчання, служить накопиченню управлінського досвіду майбутніх менеджерів невиробничої сфери, близько до реального, і, по суті, замінює досвід лабораторним, причому за допомогою ділових ігор це вдається зробити дещо краще, ніж застосовуючи інші методи пізнання. Гра, по-перше, досить реально імітує наявну дійсність, по-друге, створює динамічні організаційні модел, по-третє, інтенсивніше спонукає до рішення намічених цілей.

Отже, більшістю дослідників ділові ігри трактуються як відтворення діяльності спеціалістів в умовній обстановці, або, іншими словами, вони є процесом прийняття та виконання ролей в спеціально змодельованій ситуації, процес відтворення відношень та імітація ролі відповідно до поставленої мети.

Аналіз літератури з проблеми дослідження дає можливість зробити висновок, що головною особливістю ділової гри є наявність ситуації або імітаційної моделі, яка є технологією виконання певних робіт (складання договору, розробка плану дій, розробка плану роботи, розробка програмного забезпечення тощо).

Для ділової гри характерним є наявність таких елементів:

– імітаційної моделі професійної діяльності та виробничих відносин;

– проблемної ситуації;

– ролей;

– рольових цілей та спільної мети всього колективу;

– взаємодія учасників гри, які виконують ті або інші ролі;

– колективної діяльності;

– ланцюжка рішень [162].

Розглянемо детальніше всі ці компоненти.

У будь-якій діловій грі імітується діяльність певної організації., підприємства або його підрозділу, наприклад, конструкторського бюро, будівельної фірми тощо. Можуть імітуватися події, конкретна діяльність людей (нарада, обговорення планів, проведення бесіди). Модель імітації є стартовим моментом при конструюванні гри. Після того, як модель визначена, ставиться проблемна ситуація, яка буде розв'язуватися у грі. У будь-яких виробничих відносинах задіяні люди тих або інших спеціальностей. Тому вводять ролі спеціалістів, наприклад, бухгалтера, програміста, інженера-хіміка і т.д. для кожної конкретної ролі існують ігрові цілі: що саме той або інший спеціаліст повинен виконувати в процесі гри та чого досягнути. У свою чергу в усього ігрового колективу також є мета – це спільна дидактична ціль, яка відповідає меті всієї гри. Ці дві цілі повинні бути урівноважені.

Ділова гра має декілька етапів: на початку гри ставиться проблемна ситуація, потім вона розбивається на елементи задачі, кожен з яких розв'язується на одному з етапів, останній етап гри присвячений розв'язанню початкової проблеми. Таким чином, протягом гри утворюється ланцюжок рішень [163].

Ділові ігри допомагають наблизити навчальний процес до реального життя. Проте це можливо при умові, якщо ці ігри моделюють реальні ситуації, а не схеми з підручника. Ефект від навчання за методом ділових ігор підсилюється також за рахунок перевтілення учасників гри в конкретних дійових осіб. Ділова гра породжує потужне психологічне поле, яке залучає до діяльності всіх учасників, викликаючи великий емоційний підйом. Гра дає можливість кожному її учаснику проявити творчі здібності, креативність, що

є задоволенням потреб у самореалізації; дає можливість позмагатися, підтвердити або змінити статус у групі [164, с.342].

Зауважимо, що в результаті застосування ділових ігор у формуванні креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери студенти отримують розуміння та засвоєння матеріалу будь-якої складності, розвиток умінь та навиків роботи в команді, прийняття рішень, здібностей контактувати та слухати інших, риторичних здібностей, лідерських якостей, розвиток продуктивного мислення, дивергентного мислення, спостережливості, пам'яті, творчих здібностей, наполегливості, вміння доводити та відстоювати свою точку зору, організаторських здібностей, що позитивно впливає на формування усіх компонентів їхньої креативності.

У порівнянні з традиційними методами навчання ігри відрізняють максимальна наближеність до реальної практичної управлінської діяльності, можливістю змоделювати реальні бізнес-процеси, об'єкти і соціально-економічні системи, і, тим самим, створити сприятливі умови для імітації управлінських ролей в різних управлінських ситуаціях.

На відміну від традиційних методів, ділові ігри сприяють формуванню навичок командної роботи, колективного вироблення рішень управлінських проблем. З іншого боку, участь у ділових іграх супроводжується певним емоційним настроєм гравців, що дає можливість суттєво підвищити мотивацію студентів, а відтак активізувати процес навчання і забезпечити його якість [165, с. 53].

На нашу думку, досить ефективним є поєднання гри з методикою ситуаційного навчання, що можливе лише за умови дотримання певних дидактичних принципів і творчого підходу викладача. Це можна здійснювати наступними способами:

– ділова гра може створюватись на основі опису ситуації шляхом інсценівки, в цьому випадку учасники не лише аналізують і розбирають ситуацію зі сторони, а й самі грають ролі персонажів ситуації;

– ділова гра може включатись у кейс як його певна частина для отримання додаткової інформації, необхідної для вирішення проблеми;

– один або кілька кейсів можуть становити одну із складових частин ділової гри.

Отже, таке поєднання ділових ігор і методу ситуаційного навчання значно підвищує ефективність навчального процесу, активізує навчальну діяльність студентів [166, с 250].

Особливу увагу потрібно звернути на те, що в діловій грі відбувається поєднання розумової активності та активності, втіленої в діях. Гра є більш наближеною до практики, вона передбачає розподіл на підгрупи студентів в аудиторії. Головною ж функцією ділової гри є вироблення навичок прийняття рішень і поведінки у мінливих ринкових умовах.

За допомогою ділових ігор відпрацьовуються навички ефективного управлінського спілкування, командної роботи, делегування, вирішення конфліктів, ведення ділових нарад і переговорів тощо.

Гра завжди передбачає змагання, а відтак оцінювання групової або індивідуальної діяльності учасників. Крім того, гра супроводжується (принаймні повинна супроводжуватися) позитивними емоціями [167, с. 83]. Впровадження у навчальний процес інформаційних технологій, зокрема мультимедійних засобів, розкриває нові можливості для інтерактивного навчання менеджерів, коли за допомогою спеціальних комп’ютерних ігрових програм (так званих професійних стимуляторів) відтворюється реальний процес управління організацією. Нині розроблено і використовується досить багато ігор, що належать до класу Business Simulation, які дозволяють набути навичок у сфері бізнесу й управління виробництвом[168, с 8].

Характерними ознаками ділових ігор, що ми використовували в навчальному процесі економічного вищого навчального закаладу (ВНЗ) з метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери були:

– імітація в грі реального процесу за допомогою моделі;

– розподіл ролей між учасниками гри, їх взаємодія між собою;

– поява конфліктних ситуацій, що спричиняють різні інтереси учасників гри;

– наявність спільної ігрової цілі у всього колективу, що досягається в процесі взаємодії гравців та об’єднує всіх її учасників;

– облік результатів діяльності;

– реалізація у грі ланцюга рішень, кожне з яких залежить від попереднього, а також від рішень, що приймаються іншими учасниками гри.

У психологічній та педагогічній літературі наведена велика кількість різноманітних класифікацій ігор. Так, наприклад, класифікацію ділових ігор знаходимо у працях А.Балаєва [169], С.Габрусевича [170], В.Прауде [171], А.Смолкіна [172], В.Трайнєв [173], О. Хоменко [174], Л. Яворовская [175], В. Якобсон [176] та ін.

Так, А. Балаєв виділяє п’ять модифікацій ділової гри: імітаційні ігри, операційні ігри, виконання ролей, метод інсценування, психодрама і соціодрама, натомість А. Смолкін поділяє ділові ігри за призначенням; характером ситуацій, що моделюються; за способом передавання та обробки інформації; за характером ігрового процесу тощо.

О. Хоменко пропонує поділити навчальні ділові ігри профорієнтаційного змісту відповідно до основних дидактичних завдань на чотири типи:

– Ігри «Знавці». Основне дидактичне завдання – засвоєння базових професійних знань.

– Ігри «Умільці». У дидактичному плані спрямовані на оволодіння професійними навичками і уміннями діяти в стандартних ситуаціях.

– Ігри «Шукачі». У дидактичному аспекті здійснюють перенесення знань і вмінь у нестандартні ситуації, засвоєння творчого досвіду.

– Ігри «Професіонали». Їх дидактичне завдання – комплексне застосування професійних умінь у ситуаціях, максимально наближених до виробничих [174, с. 110].

Л. Куниця, Г. Чередніченко, Л. Шапран, досліджуючи проблеми використання ділових ігор у навчальному процесі, розглянули найбільш повну, на нашу думку, класифікацію ділових ігор, напрямків їх використання та розподіл їх на групи:

– за характером ситуацій, що моделюються: гра з суперником, гра з природою, гра-тренування;

– за характером ігрового процесу: гра-протидія, гра-взаємодія, гра-змагання;

– за способом передавання та обробки інформації: ігри з використанням звичайних засобів зв'язку і звичайних носіїв інформації, ігри з використанням автоматизованих навчальних приладів (запрограмовані ігри);

– за динамікою процесів, що моделюються: ігри з обмеженою кількістю ходів, ігри з необмеженою кількістю ходів, ігри, що розвиваються самостійно;

– з урахуванням часу моделювання: ігри з масштабом часу, ігри без масштабу часу [177].

Загалом існують різні підходи до типології ділових ігор, згідно з якими можна виділити декілька видів залежно від обраних класифікаційних ознак.

Залежно від функцій і цілей розрізняють:

– навчальні ділові ігри, основним призначенням яких є підготовка і підвищення кваліфікації менеджерів;

– ділові ігри для вирішення практичних проблем і прийняття управлінських як безпосередньо у виробничих умовах, так і в навчальних закладах;

– проектні (організаційно-діяльнісні) ділові ігри, які застосовуються в проектуванні та реінжинірингу організацій або структурних підрозділів, у виробленні стратегічного розвитку і управлінні організаційними змінами. Оскільки завдання, що вирішуються за допомогою проектних ігор є досить

складними і вимагають високого рівня компетенцій і досвіду, то до участі в них залучаються висококваліфіковані менеджери і спеціалісти;

– дослідницькі ділові ігри використовуються в процесі теоретичних і прикладних наукових досліджень для моделювання і прогнозування розвитку об'єкта дослідження (організації, її функціональних галузей діяльності, колективів і груп тощо) під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників [178, с. 22]. Усі ці види ігор використовувалися нами під час формувального етапу експерименту з метою формування креативності студентів.

Ділові ігри класифікують також залежно від складності та масштабів проблем, що розглядаються. Маємо на увазі комплексні та часткові ділові ігри. Комплексна ділова гра спрямована на вирішення важливої проблеми, яка складається з низки взаємозалежних завдань. Як правило, такі ігри торкаються всієї організації і різних сфер її діяльності (виробничої, маркетингової, фінансової тощо). Натомість часткова ділова гра ставить на меті вирішення певної окремої проблеми, наприклад, мотивації праці.

Залежно від рівня свободи вибору альтернативних рішень і дій учасників ігри можуть бути «жорсткими» і «м'якими». «Жорскою» вважається гра, у процесі котрої дії та рішення гравців формалізовані, тобто регламентовані за заздалегідь сформульованими процедурами і правилами, які жоден учасник не може порушувати, а прийняття рішень обмежується жорстко заданими критеріями і часовими межами.

«М'які» ігри припускають лише загальний сценарій гри, а учасники встановлюють правила поведінки, принципи спільної роботи щодо прийняття рішень і вирішення проблем. Є й проміжні варіанти, які мають назву напівжорстких ігор [179, с. 43].

Інший принцип класифікації – ступінь невизначеності ситуації – поділяє ділові ігри на детерміновані й імовірнісні. Детерміновані ігри відрізняються наявністю повної і достатньої інформації про проблему, однозначністю інтерпретації ситуації, наявністю критеріїв правильності прийнятих рішень. Імовірнісні ігри в основі своїй мають невизначений

характер ситуації, неясність і мінливість критеріїв, що дозволяє оцінити ситуацію й прийняти рішення лише з певним ступенем імовірності. Звичайно, таке рішення має підвищений ступінь ризику.

Ігри можуть бути інтерактивними і не інтерактивними. В інтерактивних іграх учасники залежать один від одного і діють узгоджуючи свої рішення з іншими гравцями. У протилежному випадку, коли учасники діють і приймають рішення автономно, незалежно від партнерів, йдеться про не інтерактивні ігри. За певних умов одна і та ж гра може проходити як в інтерактивному режимі, так і в неінтерактивному.

Класифікують ділові ігри й згідно загального функціонального підходу. Загальні ділові ігри стосуються діяльності всієї організації, функціональні – моделюють певні функції організації: операційну, маркетингову, управління фінансами, управління людськими ресурсами тощо.

Залежно від використання комп'ютерних технологій ділові ігри підрозділяються на комп'ютерні ігри (симуляції) і ділові ігри без застосування комп'ютерної техніки. Комп'ютерні ігри моделюють складні організаційні процеси, поєднуючи значну кількість параметрів. Аналіз даних, розрахунки та оцінка альтернативних рішень виконуються за допомогою комп'ютерної техніки. Сучасні програмні продукти, комп'ютерні мережі та мультимедійні засоби дозволяють значно розширити масштаби і можливості вирішення складних управлінських проблем із залученням значної кількості учасників, які знаходяться на відстані, аж до різних країн і континентів. Навпаки, не комп'ютеризовані ділові ігри є нескладними щодо умов і параметрів. У процесі таких ігор учасники відпрацьовують окремі управлінські та виробничі завдання [180, с. 118].

Уважаємо, що використання ділових ігор у навчанні майбутніх менеджерів невиробничої сфери сприяє отриманню досвіду схвалення управлінських рішень у навчальних лабораторіях, готовності вирішувати управлінські завдання в ситуації невизначеності, набуттю знань у галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської

діяльності, а отже і формуванню їхньої креативності. Елементи ризику, що вводяться в ділові ігри, дають можливість приймати рішення в умовах недостатньої інформації і виробничої напруженості, що дозволяє майбутньому менеджеру приймати управлінські рішення (часто ризиковані) в модельованих виробничих ситуаціях і накопичувати вміння і навички без збитку для реального виробництва в майбутньому. Такий досвід дозволить майбутньому фахівцеві в реальній обстановці при необхідності приймати ефективні рішення з мінімальними втратами.

Іншим призначенням ділових ігор у навчанні майбутніх менеджерів невиробничої сфери є дослідницька діяльність. Якщо в основі гри лежить імітація виробничих ситуацій, то при їх адекватності реальним умовам метод стає зручним науковим інструментом. Передусім, за допомогою ділових ігрових імітацій можна здійснювати пошукові експерименти, тобто досліджувати виробничі взаємозв'язки шляхом варіювання відповідних змінних імітаційної моделі в досліджуваній галузі. Експериментування з виробничими процесами можливо і на інших імітаційних моделях (наприклад, при статистичному моделюванні на комп'ютері), проте тільки в ділових іграх досліджуваними елементами можуть бути люди – працівники виробництва. Участь людей в імітаційних системах дозволяє виробляти не лише виробничі експерименти, але і соціально-економічні й організаційно-психологічні [166, с. 251].

Методичну основу ділової гри в навчальному процесі складають наступні положення:

– у діловій грі застосовується чисельний метод, що дозволяє використовувати обчислювальні процедури. Математичні моделі, технологічні, що описують, організаційні й інші процеси, в ігровій імітації піддаються чисельному дослідженню і на його основі приймаються кількісні рішення;

– комп'ютер – важливий елемент ділової гри. Застосування комп'ютера не є необхідною умовою, проте його використання сприяє

успішній реалізації імітаційного процесу, забезпечуючи ряд переваг : комп'ютер звільняє тих, що грають, від стомливих рутинних обчислень; дозволяє досить швидко оперувати логічними і арифметичними діями, необхідними при розрахунках математичних моделей; може запам'ятовувати і зберігати велику кількість інформації, необхідної для проведення ділової гри; використовується як генератор випадкових чисел і випадкових процесів;

– чинник часу, що присутній і враховується в діловій грі, накладає певні умови на процес і результати гри. Зміна масштабу часу дає можливість скорочувати до хвилин і годин тривалість процесів, вимірюваних у добі, роках;

– ділова гра базується на методі експериментування. Експеримент, що є найважливішим інструментом досліджень у фізиці, біології та інших природних науках, стає можливим і при дослідженні економічних явищ;

– наявність зворотного зв'язку в імітаційній системі, завдяки багатократному програванню різних ситуацій, дозволяє тим, що грають, аналізуючи результати, навчатися і в кожному наступному періоді приймати ефективніші рішення;

– використання ділової гри в навчальному процесі припускає наявність у ній дидактичних методів. У педагогіці вже давно успішно використовуються дидактичні принципи наочності, активності, доступності, зв'язку теорії з практикою, науковості, зацікавленості і інші. Кожна навчальна ділова гра в тій або іншій мірі реалізує ці принципи [181, с. 16].

У діловій грі відображається найважливіший принцип навчання – це зв'язок теорії з практикою, що зумовлюється проблемним підходом до засвоєння навчального матеріалу, експериментуванням і конкретністю даних ситуацій.

Ділові ігри – є одним з ефективних методів інтерактивного навчання. Незважаючи на досить трудомісткий і вартісний процес розробки ділових ігор, провідні навчальні заклади і консалтингові компанії прагнуть

розширити ігровий навчальний репертуар, включаючи нові ігри, створені на сучасному досвіді з використанням інформаційних технологій.

Сьогодні у вищій школі досить активним є питання застосування ІКТ. Зокрема, питання впровадження ІКТ в навчальний процес у своїх працях висвітлювали такі науковці, як: В. Биков [182], Р. Гуревич [183; 184], В. Заболотний [185], М. Кадемія [186], А. Коломієць [187], Л. Шевченко [188], О. Шестопалюк [189] та інші. Використання ІКТ надає підґрунтя для впровадження інновацій, що сприяють підвищенню якості підготовки фахівців.

На нашу думку, досить ефективним засобом формування креативності майбутніх менеджерів з використання ІКТ є робота у Веб-квестах. Веб-квест (WebQuest) перекладається з англійської як «пошук в Інтернеті» і був розроблений у 1995 році в Державному університеті Сан-Дієго дослідниками Берні Доджем і Томом Марчем.

У цілому веб-квест можна розглядати як проблемне завдання з елементами рольової гри. В зарубіжній педагогіці веб-квести застосовуються з 1997 року, а у вітчизняній вони одержали більш широке поширення лише з 2008 р.

Веб-квестом називається спеціальним чином організований вид дослідницької діяльності, для виконання якої студенти здійснюють пошук інформації в мережі Інтернет за вказаними адресами [190]. Квести створюються для того, щоб студенти вчилися використовувати отриману інформацію з практичною метою. Дана технологія сприяє розвитку критичного, творчого мислення, аналізу, синтезу і оцінки інформації, що позитивно впливає на формування усіх компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери [191, с. 520].

Слід зауважити, що симулятори – це спеціальні комп’ютерні програми, метою яких є імітація певної професійної діяльності для формування в студентів спеціальних навичок. Фінансово-економічні симулятори є, на нашу думку, невід’ємною складовою при підготовці майбутніх менеджерів,

оскільки робота сучасного у практично неможлива без застосування персонального комп'ютера й імітувати елементи його професійної діяльності значно простіше. Завдяки таким формам навчання є можливість випробовувати різні форми соціальної і професійної діяльності менеджера в умовах, безпечних з погляду ризиків, витрат і санкцій у випадках неоптимальної поведінки.

У результаті симуляційної організації навчального процесу студент діє в нереальній (ігровій) ситуації, при цьому ступінь умовності гри може бути різною.

В останні десятиліття симуляційні ігри (лат. *simulare* – прикидатися) стали досить популярними. У результаті їх проведення учні відтворюють ситуації реального життя та порівнюють свої дії з діями інших [192, с. 190].

До переваг ділової гри як форми навчального заняття, спрямованої на формування креативності, можна віднести те, що майбутні менеджери невиробничої сфери отримують можливість уявити себе в певній ролі, на певній посаді (що сприяє розвиткові такого показника креативності як наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери); уявити конкретні ситуації, що можуть виникнути на підприємстві, у колективі (розвивається такий показник креативності як готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності); набути конкретного досвіду вирішення проблеми тривалого періоду за короткий час (розвивається такий показник креативності як базові управлінські навички й досвід творчої діяльності). Позитивним є те, що в разі невдачі можна спробувати ще раз повторити, прийнявши допомогу викладача або учасника гри.

У процесі ділової гри з'ясовуються взаємовідносини людей, які здійснюють вільний вибір своїх дій у визначених межах, за визначених умов. Цей вибір наперед визначити неможливо. У діловому житті відбувається приблизно те ж саме. Як стверджував один із засновників сучасної теорії ігор Дж. фон Нейман, традиційні ігри вже самі по собі є моделями людської

взаємодії. Люди встановили правила ігор, а прийняття рішень залишили їх учасникам – гравцям [193, с. 14]. В ділових іграх дуже важливо розігрувати реальні ситуації. Ділова гра – це взаємодія людей, які вступають у конфлікт або співпрацюють один з одним. Подібні взаємодії постійно відбуваються в реальному економічному житті суспільства й у відносинах його членів. Як відзначає один з відомих фахівців із ділових ігор Мак-Дональд, ігри реального життя значною мірою не вивчені, а мистецтво точного їх моделювання поки-що невідоме. Іншими словами, кожна ділова гра бере свої правила й положення з дійсності, але врахувати всю різноманітність життя, звичайно, не може [194]. Навчання в ділових іграх спрямоване на формування комунікативних умінь: підтримувати спілкування, направляти обговорення питань у потрібному руслі, формувати продуктивний стиль спілкування. Вищенаведене дозволяє стверджувати про потенційні можливості ділових ігор у розвиткові такого показника креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери як здатність впливати на пілдеглих і контактність.

Безумовно, підготовка ділової гри – дуже трудомісткий процес і вимагає від викладача ретельної підготовки, особливо під час формування методичного забезпечення для проведення гри (банк даних), розробки сценарію та плану заняття. Викладач повинен правильно вибрати тему, визначити мету, продумати зміст ігрових моментів, визначити й підготувати місце для проведення гри, сформувати бригади, призначити лідерів, з’ясувати їх функціональні обов’язки, розробити рекомендації щодо виконання завдань, запросити, при необхідності, практичних працівників для участі в діловій грі [194, с. 39].

Необхідно зазначити, що з метою формування креативності студентів з допомогою цієї форми занять дуже важливим є вміння викладача створити в аудиторії творчу атмосферу і навчати студентів творчого спілкування. Викладачеві треба бути співучасником загального колективного дійства. Це

створює невимушену обстановку, знімає скутість, заохочує до активності та творчості.

Оскільки в діловій грі «знання засвоюються не про запас, не для майбутнього застосування, а в реальному для учасника процесі інформаційного забезпечення його ігрових дій, у динаміці розвитку сюжету ділової гри, в формуванні цілісного образу професійної ситуації» [152, с. 129]; гра дозволяє формувати «в майбутніх фахівців цілісне уявлення про професійну діяльність в її динаміці» [152, с. 142], а відтак, використання під час професійної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери ділових ігор сприяє формуванню креативності майбутніх фахівців.

Отже, на підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що ділова гра є різновидом ігрового методу, за характером ігрової діяльності дозволяє моделювати та відтворювати професійні ситуації та приймати рішення в ситуаціях, безпечних з точки зору ризиків, та штрафних санкцій у випадку неоптимальної поведінки. Ділова гра дозволяє значно скоротити час накопичення професійного досвіду майбутніх фахівців; дає можливість експериментувати з подіями, застосовувати різні стратегії розвитку поставлених проблем, що має значний вплив на формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Висновки до першого розділу

1. Проаналізовано сутність поняття «креативність» з погляду психології та педагогіки. Вивчення наукових джерел дає підстави стверджувати, що в педагогічній та психологічній літературі єдиного визначення поняття креативності немає.

2. Аналіз психологічних, педагогічних та методичних джерел за темою дослідження надає можливість сформулювати авторське визначення поняття «креативність менеджера невиробничої сфери» як інтегративної

особистістної характеристики, що виявляється у здатності відходити у процесі прийняття управлінських рішень від традиційних схем (враховуючи особливості цільового ринку, форм організації торгівлі та способів підтримання конкурентоспроможності), творчому виконанні своїх функцій, вмінні та сміливості самостійно ставити проблеми, генерувати нестандартні ідеї, швидко вирішувати проблемні ситуації в управлінській діяльності.

3. Зважаючи на погляди українських і зарубіжних дослідників, ми виокремили наступні структурні компоненти креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери: мотиваційно-ціннісний (спонукально-аксіологічний критерій) – передбачає наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації, віри у свої можливості; когнітивний (інформаційно-пізнавальний критерій) – передбачає оволодіння студентами загальними та спеціальними знаннями, пов’язаними з креативністю в управлінні; поведінковий (дієво-практичний критерій) – визначається уміннями побачити проблему, а також знайти оригінальні й продуктивні шляхи її вирішення. Усі вони взаємозв’язані й жоден з них сам по собі не може забезпечити значних креативних досягнень особистості. Лише гармонійне поєднання цих складових характеризує майбутнього менеджера як креативну особистість.

Показниками спонукально-аксіологічного критерію сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери визначено: наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; мотивація саморозвитку, віра у свої можливості. Показниками інформаційно-пізнавального критерію креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є: знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість (як здатність майбутніх менеджерів генерувати певну кількість ідей за одиницю часу), гнучкість (як здатність бачити альтернативи), оригінальність (як прагнення до самостійності управлінських

рішень), асоціативність мислення; знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності. Показниками дієво-практичного критерію сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери визначено: володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності; здатність впливати на підлеглих, контактність; базові управлінські навички, досвід творчої діяльності.

4. Визначено місце ділових ігор у підготовці майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Основні переваги використання ігор полягають у тому, що ділові ігри зміщують акцент з «системи знань» на «систему формування навичок, умінь, способів поведінки», тобто на значущу діяльність для конкретної професії. Ділові ігри є колективним методом навчання, за допомогою якого формуються навички співробітництва під час прийняття рішень. З'ясовано, що в діловій грі основний акцент ставиться на формування вмінь та навичок, професійно значущих рис. Проаналізовано потенційні можливості ділової гри в процесі формування креативності студентів, майбутніх менеджерів невиробничої сфери, доведено, що гра як метод навчання не лише значною мірою забезпечує розвиток особистості, спонукає її до досягнення мети, але й, створюючи атмосферу творчості, сприяє формуванню креативності.

Основні матеріали першого розділу відображено в таких працях автора [116; 165; 195; 196; 197; 198].

РОЗДІЛ 2.
ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ТА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ ЗАСОБАМИ ДІЛОВИХ ІГОР

2.1 Обґрунтування організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів

Для надання цілеспрямованості процесу формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери важливо виходити з моделі, яка розкриває логіку цього процесу. Модель – допоміжний об’єкт, вибраний або перетворений у пізнавальних цілях, такий, що дає нову інформацію про основний об’єкт. Форми моделювання різноманітні й залежать від моделей, що використовуються й галузей їх застосування.

У довідковій літературі «модель» визначається як «система об’єктів або знаків, що відтворює деякі суттєві властивості системи-оригіналу» [199, с. 186], як «сукупність уявлень про реальний і прогнозований стан об’єкта діяльності та способи реалізації діяльності» [200, с. 305].

С. Гончаренко зазначає, що останнім часом у теоретичних дослідженнях педагоги активно застосовують метод моделювання. Суть моделювання, зазначає він, полягає у встановленні подібності явищ (аналогій), адекватності одного об’єкта іншому в певних відношеннях і на цій основі перетворення простішого за структурою і змістом об’єкта в модель складнішого (оригінал). Інакше кажучи, модель – допоміжний засіб, який у процесі пізнання, дослідження дає нову інформацію про основний об’єкт вивчення [201, с. 119], в даному випадку, формування креативності майбутніх фахівців.

У зарубіжній літературі, як зауважує Н. Борисова, модель здебільшого розуміється спеціалістами як уявлення процесів, що описують у спрощеній формі деякі аспекти реального світу [202, с. 18].

Серед основних вимог, що висуваються до моделей, слід виокремити такі: 1) оптимальність – у моделі можна уявити лише ті якості і відношення, функціональне значення яких визначає хід діяльності; 2) наочність – модель має швидко інтерпретуватися, без значних інтелектуальних зусиль; 3) залежність моделі від завдань дослідника, що зумовлює вибір компромісної форми моделі та ін.

Зауважимо, моделі притаманні наступні ознаки [203], що виступають одночасно і її характеристиками:

– імітація об'єкта чи процесу, що вивчається в моделі;

– здатність до заміщення об'єкту чи процесу, що досліджується;

– здатність давати нову інформацію про об'єкт;

– наявність точних умов та правил побудови моделі та перехід від інформації про модель до інформації про об'єкт;

– наочність.

У педагогіці моделі організації педагогічного процесу висвітлені в роботах М. Кларіна [204], В. Безпалько [205] та ін.

Для розробки моделі формування креативності майбутнього менеджера невиробничої сфери засобами ділових ігор ми розглянули наявні моделі педагогічних явищ та процесів. Результати нашого огляду показали, що останнім часом пропонуються моделі процесу розвитку творчих здібностей майбутніх фахівців різних галузей та моделі застосування ділових ігор в навчальному процесі. Зокрема, це дослідження: К. Батовріна [206], Т. Бочарової [156], О. Гаврілової [207], О. Дунаєвої [39], О. Попової [208], В. Фрицюк [114], Р. Хусаінової [209], І. Шахіної [210] та ін.

Педагогічний зміст моделі виявляється в тому, що вона допомагає виділити актуальні та перспективні завдання навчально-виховного процесу, виявити, вивчити та науково обґрунтувати умови можливого зближення між вірогідними, очікуваними та бажаними змінами об'єкта, який вивчається.

Стадія моделювання включає такі етапи: побудови моделі; оптимізація моделі; ухвалення рішення.

На першому етапі при побудові моделі прагнули дотримуватися того, щоб створювана модель відповідала низці вимог, що забезпечують її функціонування таким як:

– по-перше, це простота моделі, адже чим простіше модель, тим вона ближче до модельованої реальності і тим вона зручніша для використання;

– по-друге, це адекватність, яка означає можливість з її допомогою досягти поставленої мети проекту відповідно до сформульованих критеріїв;

– по-третє, це узгодженість створюваної моделі з середовищем і, що не менш важливо. Усамому середовищі мають бути створені передумови, що забезпечують функціонування майбутньої системи. Тобто не лише модель повинна пристосовуватися до середовища, але і середовище необхідно пристосовувати до моделі майбутньої системи [211, с. 234].

Таким чином, виділені вище основні вимоги, що висуваються до моделей, лягли в основу розробленої нами моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

Наступний етап стадії моделювання – оптимізація моделі. Оптимізація полягає в тому, щоб серед безлічі можливих варіантів моделей проектованої системи знайти найкращі в певних умовах.

Необхідною умовою створення, розвитку й функціонування моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є визначення її вихідних принципів, які враховуються при виборі змісту, методів і форм організації навчальної діяльності майбутніх менеджерів, спрямованої на формування їхньої креативності. У своїх працях знаний науковець Р. Гуревич виокремлює та досліджує наступні принципи навчання: зв’язку теорії та практики, систематичності і послідовності, свідомості засвоєння і активності, доступності, наочності, міцності знань, умінь та навичок, науковості, індивідуального підходу, виховуючого характеру та ін. [212, с. 52].

При побудові організаційно-педагогічної моделі ми використали такі дидактичні принципи навчання**:** систематичності та послідовності,

науковості, зв’язку теорії з практикою, професійної спрямованості, наочності, міждисциплінарних зв’язків.

Принцип систематичності та послідовності передбачає чітку структурну організацію навчального матеріалу, срямованого на формування креативності студентів, раціональний розподіл його на окремі смислові фрагменти і поетапне засвоєння. При вивченні нового матеріалу спиралися на вже засвоєні студентами знання, розподіляли навчальний матеріал на фрагменти, розкривали зовнішні звязки між теоріями, фактами тощо.

Принцип науковості передбачає розкриття причиново-наслідкових зв'язків явищ, процесів, подій, включення в засоби навчання науково перевірених знань стосовно діяльності менеджерів невиробничої сфери, які відповідають сучасному рівню розвитку науки. Виходячи з принципу науковості ми намагалися дотримуватися таких вимог: об'єктивно висвітлювати наукові факти, поняття, теорії в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу тощо; ознайомлювати з новітніми економічними досягненнями; коригувати знання, здобуті майбутніми менеджерами самостійно тощо.

Принцип зв’язку теорії з практикою передбачає органічний зв’язок теоретичних знань, які здобувають майбутні менеджери невиробничої сфери з практикою, аби уникнути схоластичного роздумування (у випадку відриву від реальності) чи вузького утилітаризму в разі применшення ролі теорії. Саме використання ділових ігор у формуванні креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери дозволяє уникнути таких крайнощів.

Принцип професійної спрямованості обгрунтовано Р. Гуревичем**.** Професійна спрямованість розглядається нами як важливий психологічний чинник професійного самовизначення та професіоналізації менеджерів невиробничої сфери, вона виражається в інтересах, схильностях, намірах, ідеалах і обумовлює мотивовану й цілеспрямовану діяльність під час підготовки до майбутньої професійної діяльності. Професійну спрямованість майбутніх менеджерів невиробничої сфери трактуємо як прагнення

застосовувати набуті знання, уміння та здібності в обраній професійній діяльності, розвивати власну креативність.

Принцип наочності**.** Як відомо, в основі цього принципу лежить наукова закономірність про те, що ефективність засвоєння знань залежить від залучення до процесу пізнання різних органів чуття, оскільки поняттєве мислення неможливе без наочного. І саме у діловій грі майбутні менеджери невиробничої сфери мають змогу відштовхуючись від уявлень, конкретних образів у заданих ситуаціях глибше осмислити й пізнати внутрішню сутність явищ.

Принцип міждисциплінарних зв'язків ґрунтується на положеннях про міжпредметну сутність знань стосовно професійної діяльності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Реалізація вказаного принципу уможливлює формування в студентів цілісного уявлення про діяльність менеджера невиробничої сфери, попереджує надання пріоритетного значення лише фаховим знанням, непрофесійне ставлення до неї, нерозуміння важливості формування таких особистісних якостей, як креативність.

Зазначимо, що в процесі розробки організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери були реалізовані такі завдання: на основі визначених педагогічних умов, дотримання яких сприяє формуванню креативності студентів, виокремлені методи й форми підготовки, у контексті яких проводилась експериментальна робота; розроблені методичні прийоми, які використовувались на формувальному етапі експерименту; передбачені організаційні форми підготовки.

При цьому важливим є цілеспрямоване й поступове формування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери креативності в процесі їхньої професійної підготовки відповідно до основних структурних компонентів креативності (мотиваційно-ціннісного, когнітивного й поведінкового).

Функціонування організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор можливе при забезпеченні обгрунтованих нами педагогічних умов, що

розглядаються як сукупність об'єктивних можливостей змісту навчання, методів, організаційних засобів його здійснення, за допомогою яких забезпечується успішне вирішення поставленого педагогічного завдання, в даному випадку формування креативності студентів.

Узагальнення результатів аналізу психологічної і педагогічної літератури, констатувального етапу педагогічного експерименту, сучасної практики професійної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, а також власного педагогічного досвіду дає підстави сформулювати комплекс педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор:

– розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища;

– розробка та впровадження в навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів;

– педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор.

Загальновідомим є той факт, що в стінах ВНЗ важко озброїти майбутніх менеджерів невиробничої сфери усіма знаннями, вміннями й навичками, які їм знадобляться для подальшої роботи. Але навчити їх самостійно оволодівати необхідними знаннями, формувати активних, творчо мислячих, креативних – головне завдання ВНЗ. Тому у вищій школі досить гостро стоїть питання вибору методу навчання. При виборі методу навчання потрібно спочатку проаналізувати зміст навчального матеріалу і використовувати методи активного навчання там, де найбільш доцільно, тобто де найбільш дієво можуть проявитися творче мислення, пізнавальні здібності студентів. Орієнтація навчальних закладів на підвищення якості та поглиблення професійної підготовки фахівців потребує більш широкого впровадження в навчальний процес – поряд із звичайними – нетрадиційних методів навчання. Це сприяє формуванню в майбутніх спеціалістів таких якостей, що дозволяють їм включатися в практичну діяльність і якомога швидше адаптуватися в

конкретних її умовах та обставинах. Це такі якості, як: прагнення до цікавої роботи; незалежність, самостійність у прийнятті управлінських рішень; схильність до ризику, здатність передбачити зміни економічної ситуації; допитливість і пошукова активність; нестандартне гнучке мислення, винахідливість; активність та ініціативність; наполегливість. Вважаємо, що розвиток мотивів творчої самореалізації студентів відбуватиметься ефективно саме шляхом створення творчого навчального середовища.

Варто зауважити, що Н. Борисова, серед ігрових технологій, що формують професійні якості студентів, небезпідставно виокремлює імітаційні тренінги, ділові ігри та ігрове проектування за виконанням посадової ролі [202, с. 18]. Однак, дослідниця чітко не розмежовує ігрове проектування і ділову гру. Натомість, не кожна гра виступає проектом, а тільки та, що відповідає основним його вимогам: наявність значущої проблеми (завдання), що потребує інтегрованих знань, дослідницького пошуку для її розв’язання; практична й теоретична значущість результатів; самостійна (індивідуальна, парна, групова) діяльність студентів; використання дослідницьких методів; структурування змістової частини проекту [213, с. 43]. Саме це положення ми враховували під час розробки ігрових проектів, намагаючись, щоб усі вони мали практичну значущість, адже саме в такому випадку формуються знання особливостей розвитку організацій невиробничої сфери та набувається досвід творчої діяльності студентами, що позитивно позначається на формуванні креативності студентів. Отже, розробка та впровадження в навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів, на наш погляд є важливою умовою формування креативності студентів.

У дослідженні під педагогічною підтримкою ми розуміємо процес спільного зі студентом визначення його власних інтересів, цілей, можливостей стосовно формування креативності, шляхів подолання перешкод і проблем, що заважають його творчому розвитку в процесі організації і проведення ділових ігор. Головна мета педагогічної підтримки під час організації і проведення ділових ігор - розвиток самостійності

майбутнього менеджера невиробничої сфери, поступове і цілеспрямоване формування креативності як інтегративної особистісної характеристики, що виявляється у здатності відходити у процесі прийняття управлінських рішень від традиційних схем (враховуючи особливості цільового ринку, форм організації торгівлі та способів підтримання конкурентоспроможності), творчому виконанні своїх функцій, вмінні та сміливості самостійно ставити проблеми, генерувати нестандартні ідей, швидко вирішувати проблемні ситуації в управлінській діяльності. Вважаємо, що педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор позитивно впливатиме на формування їхньої креативності.

Визначені педагогічні умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери були покладені в основу розробленої організаційно-педагогічної моделі формування креативності студентів, яка комплексно відображає мету, завдання, педагогічні умови, форми, методи, рівні розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери у процесі фахової підготовки (рис. 2.1).

Отже, ефективність розвитку креативності студентів залежить від ряду умов і факторів, серед яких, на нашу думку, центральне місце займає цілісне бачення цієї проблеми й впровадження відповідних педагогічних умов. Такий підхід і передбачає наявність певної моделі, спроектованої нами на основі теоретичного аналізу проблеми. Основними компонентами моделі є такі: мета, завдання, принципи, зміст, види, форми, методи, критерії та показники оцінювання результатів діяльності, педагогічні умови, суб’єкти ігрової діяльності та результат.

На підставі аналізу теоретичних джерел з проблеми формування креативності вважаємо, що розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища – одна з провідних педагогічних умов ефективного формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки із застосуванням ділових ігор.

Створення творчого навчального середовища, котре б максимально сприяло досягненню вагомих результатів у процесі формування креативності

Рис 2.1. Організаційно-педагогічна модель формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор

майбутніх менеджерів невиробничої сфери є досить складною, багатогранною проблемою. Для її вирішення нами створена низка ділових ігор з дисципліни «Менеджмент» і впроваджена в навчальний процес ВНЗ.

У наступних підрозділах представлено авторське бачення творчого навчального середовища, спрямованого на розвиток креативності майбутнього менеджера, що дає змогу в межах свого існування вирішувати необхідні для цього завдання, а саме: формування та всебічний розвиток творчої особистості студента; стимулювання всіх суб'єктів навчання до творчої активності, самореалізації, саморозвитку, самовиховання; створення умов для постійного збільшення частки самостійної роботи студента в навчанні; підвищення ефективності вищої освіти та престижності праці менеджера.

Важливою умовою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки із застосуванням ділових ігор у процесі фахової підготовки є розроблення та впровадження в навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів. У наступних підрозділах обґрунтовано поняття «ділова гра» з використанням веб-ресурсів. Під такою грою ми розуміємо ділову гру, що проводиться з використанням засобів ІКТ. Застосування ІКТ нами використано для формування креативності студентів під час проведення навчальної практики у формі ділової гри «Віртуальне підприємство», причому використано такі види засобів: електронні посібники; Internet; програму PowerPoint, веб-квести та ін. Уважаємо за доцільне їх використання у процесі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор – третя педагогічна умова формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Головною особливістю педагогічної підтримки визначено: прийняття, безоцінність, підтримка надії на успіх, діяльність спрямована на уникнення невдач та ін. Це сприяло розвиткові внутрішніх мотивів студентів до творчої

самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери та, зрештою, позитивно впливало на формування креативності майбутніх фахівців. Вважаємо, що комплексне дотримання перерахованих вище умов забезпечує результативність формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки з використання ділових ігор.

У процесі підготовки студентів до професійної діяльності засобами ділової гри, а саме, формування їхньої креативності, можуть використовуватися традиційні методи, наприклад, бесіда, дискусія, лекція, робота з книгою, контрольні завдання тощо. А також прийоми, що пов’язані з ігровою діяльністю: інструктаж, заохочення взаємодії (зовнішньої та внутрішньої) учасників ігрових груп, прийом «позик», премій і штрафів тощо. Так, прийом заохочення взаємодії (зовнішньої та внутрішньої) учасників ігрових груп передбачає взаємозв’язок між учасниками гри (груповий та міжгруповий) у процесі прийняття спільних рішень, внесених пропозицій. Це дає можливість капітанам команд та експертам оцінити діяльність гравців найвищими та додатковими балами, що передбачені умовами гри. Для прийому «позик» характерна позика ідей, засобів, позик-звертань до членів інших групи за додатковою інформацією для виконання запланованої роботи, а також допомога іншим групам на їх прохання. Прийом премій та штрафів полягає у нарахуванні капітанами команд та експертами балів за виконання або невиконання запланованої роботи. Прийом інструктажу поєднує пояснення, бесіду, демонстрацію (зразків, моделей) тощо.

Комплекс зазначених форм і методів навчально-виховної роботи з майбутніми менеджерами невиробничої сфери ми розглядаємо як педагогічний супровід формування їхньої креативності у процесі підготовки в економічному ВНЗ.

При впровадженні педагогічних умов формування креативності майбутніх фахівців в експериментальній роботі активно використовувалися

завдання на аналіз професійних ситуацій, а також завдання, що імітують професійну діяльність майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Для цього пропонувалися студентам ЕГ варіативні завдання з використанням веб-ресурсів трьох рівнів: репродуктивні, проблемні й творчі. Завдання репродуктивного характеру - спрямовані на точне відтворення теоретичного матеріалу в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знань технологій управлінської діяльності та передбачали роботу студентів з текстами навчальних посібників (частіше, електронних), статей, монографій, складання таблиць, схем та ін. Завдання проблемного характеру спрямовані на те, щоб підштовхувати студентів до генерування й аналізу ідей, до виявлення ініціативи в діяльності. Студентам пропонувалося обговорити найбільш гострі проблеми, які можуть виникати у професійній діяльності менеджера невиробничої сфери. Кожний студент мав можливість висувати різноманітні гіпотези й доводити їх, виявляючи швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення. Завдання творчого характеру спрямовані були на розробку власних творчих проектів, веб-квестів за обраною тематикою.

Аналізуючи описану вище організаційно-педагогічну модель формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, зазначимо, що, по-перше, вона цілісна та динамічна, оскільки містить взаємопов’язані форми і методи формування креативності майбутнього менеджера, ефективність яких залежить від стійкості теоретичних і практичних знань, умінь, навичок; по-друге, ця система передбачає розвиток процесу, відображенням якого вона є та динамічність якого ілюструється через рівні креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Безперечно, така система – керований процес, у зв’язку з наявністю в її структурі педагогічних умов, певних форм і методів.

Як бачимо, розроблена організаційно-педагогічна модель формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор відображає структурно-функціональну взаємодію мети, специфічних підходів і

педагогічних умов формування креативності майбутніх фахівців, компонентів досліджуваної якості й відповідних для їх формування методичних прийомів та організаційних форм, результату експериментальної роботи.

У наступних підрозділах другого розділу подано обґрунтування визначених у даному підрозділі педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

2.2 Розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища

Дослідження в галузі педагогіки та психології свідчать, що у справі формування, виховання й розвитку особистості величезний вплив має навколишній соціальний простір, який оточує молоду людину. Якщо розглядати продуктивну діяльність особистості в галузі освіти, то варто зазначити, що вона передбачає існування для цього певного освітнього середовища. Оскільки в дослідженні мова йде про формування креативності майбутнього менеджера, розглянемо поняття творчого навчального середовища, яке ми створюватимемо в процесі підготовки менеджерів невиробничої сфери з метою формування їхньої креативності.

Вивченням дефініції «навчальне середовище» займалася низка учених, зокрема: Б. Бім-Бад [214], В. Биков [215], А. Данилюк [216], В. Кан-Калик [217] та ін.

Враховуючи, що навчальне середовище – це штучно побудована система, структура і складові якої створюють необхідні умови для досягнення цілей навчально-виховного процесу, під творчим навчальним середовищем, яке спрямоване на розвиток мотивів творчої самореалізації студентів, будемо розуміти таку систему навчання, структура і складові якої створюють умови для формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери передбачає створення викладачами економічного ВНЗ творчого навчального середовища. Під творчим навчальним середовищем розуміємо таку сукупність видів засобів, форм та технологій підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, які ефективно та результативно забезпечують продуктивність творчої діяльності студентів, розвиток їхньої креативності. Творче навчальне середовище забезпечує підтримку студентам, сприяє формуванню креативності кожного його учасника, виступає можливістю найповнішої самореалізації, створює умови для самоствердження, розвиває мотиви творчої самореалізації.

Науковці підкреслюють особливе значення творчого навчального середовища, яке б заохочувало творчі досягнення. Існує думка, що без певної підтримки зовнішнього середовища творчі здібності людини, зокрема, креативність може ніколи не проявитись.

Освітньо-професійна програма підготовки для освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» за напрямом «Менеджмент» складається з чотирьох циклів підготовки, до яких віднесено навчальні дисципліни: ГУ – гуманітарної підготовки; ПЗ – природничо-наукової та загальноекономічної підготовки; ПП – професійної підготовки та практичну підготовку. Блок-схему професійної підготовки менеджерів невиробничої сфери представлено у додатку Б.

Ґрунтовна теоретична підготовка майбутнього менеджера є показником його професіоналізму. Проте для успішної керівної діяльності не досить мати належну підготовку з менеджменту, бізнесу, маркетингу та ін., знати технологію управлінської діяльності. Важливо вміти користуватися цими знаннями, розвивати менеджерські навички, володіти мистецтвом управління [218, с. 293] і, як ми вважаємо, мати високий рівень креативності.

Активне використання ігрових занять у навчальному процесі ВНЗ – важлива умова та ефективний засіб підвищення якості підготовки спеціалістів, розвиток у студентів творчого мислення, адаптації до

виробничих відносин. Заняття з використанням гри, як показали дослідження, сприяють розв’язанню ряду проблем навчання і виховання майбутніх спеціалістів уже на першому курсі навчання у ВНЗ, підвищення інтересу до вибраної професії. До них відносяться такі як: формування творчого мислення, вироблення умінь науково-дослідної роботи, умінь самостійної роботи [219; 220; 221].

Дослідники М. Євтух та І. Волощук наголошують наступне: «…навчально-виховний процес у закладах вищої освіти має сприяти тому, щоб майбутні фахівці не лише засвоювали суму знань та набували відповідних практичних вмінь, а й розвивали свій творчий потенціал. Суспільству й державі конче потрібні фахівці з гнучким і оригінальним мисленням, багатою уявою, які здатні застосувати одержані знання та вміння в зовсім новій обстановці» [222, с. 71]. Досягнення вагомих результатів у справі виховання таких спеціалістів напряму залежить від створення у ВНЗ творчого навчального середовища, в якому здійснюється цілеспрямована і педагогічно керована діяльність усіх суб’єктів навчально-виховного процесу. Саме таке середовище, як ми вважаємо, розвиваючи мотиви творчої самореалізації студентів сприяє формуванню їхньої креативності.

При створенні творчого навчального середовища, що сприяє розвитку креативності студентів, ми намагалися забезпечити: колективну взаємодію при проведенні ділових ігор; стимулювання та підтримку будь-якої творчої активності студента; пріоритетність особистісної, а не функціонально-ролевої взаємодії учасників ділових ігор; сприятливий для навчання емоційний клімат тощо.

Окреслимо головні правила, на базі яких ми створювали творче навчальне середовище в економічному вищому навчальному закладі, спрямоване на формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

По-перше, дотримання вимог особистісно орієнтованого навчання, що апелює до індивідуального досвіду студента, закладає підвалини подальшого

самовизначення, саморозвитку й самореалізації особистості у творчій професійній діяльності.

По-друге, використання проблемного навчання, оскільки це є необхідним для проявів творчої активності суб'єктів навчального процесу і дає змогу перетворити студентів на активних суб'єктів власного навчання.

По-третє, дотримання принципу зв'язку теорії з практикою, оскільки саме він передбачає умотивоване включення студентів ВНЗ до творчої пізнавальної діяльності.

На нашу думку, саме навчання через дію є засобом інтелектуального, емоційного, творчого розвитку через включення у розв'язання справжньої, складної, актуальної проблеми. У процесі такого навчання студенти вчаться один в одного працювати над проблемами та розмірковувати над власним досвідом.

Американський дослідник М. Педлер зауважує, що мета навчання через дію полягає в тому, щоб добровільно працювати над проблемою; аналізувати сприйняття студентом проблеми для того, щоб визначити напрямок дій; виконувати певні дії, використовуючи постійний зворотний зв'язок; підтримувати й заохочувати учасників процесу до активного навчання [223].

Чимало дослідників спробували визначити основні елементи навчання через дію. Зокрема, відомий американський дослідник у галузі емпіричного навчання К. Біерд виокремлює такі: дотримання всіма учасниками правил рольової поведінки; узгодження планів дій; присутність усіх учасників; внесок кожного в розвиток загального проекту; розвиток в учасників процесу навичок слухання й отримання інформації; усвідомлення цілей усіма учасниками; постійне здійснення зворотного зв'язку та ін. [224, с. 213].

Розробляючи ділові ігри для підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери ми спиралися на кваліфікаційні вимоги (професійні стандарти) до менеджерів невиробничої сфери, а також враховували вимоги роботодавців з галузі до основних професійних компетенцій, необхідних для виконання посадових обов'язків менеджерів. Для цього використовувалися

такі ділові ігри, як «Виробнича нарада», «Вирішення конфліктної ситуації», «Атестація працівників» та ін.

Важливою складовою при розробці ділових ігор було визначення особистісних якостей, необхідних менеджерові невиробничої сфери, таких як: 1) готовність до професійної діяльності; 2) мотивація на задоволення потреб клієнта; 3) здатність до нестандартних рішень, комунікабельність, уміння переконувати, цілеспрямованість.

Подана організаційно-педагогічна модель функціонує таким чином: суб'єкти ділової гри (викладачі) знайомлять студентів зі змістом, метою, задачами гри, її загальним регламентом, проводять консультацію та інструктаж. У разі необхідності грі може передувати лекція або бесіда з актуальних проблем, що розглядаються у процесі. Після розподілу студентів на групи в кожній із них відбувається вивчення й системний аналіз ситуації або проблеми. Учасники аналізують ситуацію, що пропонується, здійснюють діагностику й ранжування проблеми, визначають термінологію, знайомляться з правилами гри. Згідно з обраною в кожній групі стратегією відбувається пошук або вироблення варіантів рішень, прогнозування можливих проблем, ризиків та інших наслідків, вироблення колективного рішення. Кожна група делегує представника команди для презентації та обґрунтування своїх рішень чи проектів. Після цього підводяться підсумки гри, оцінюються рішення та проекти, відбувається знайомство з різними стратегіями, визначається їх ефективність. Підраховуються бали, штрафні і заохочувальні очки, оголошуються кращі гравці, проекти, рішення, команда-переможець. Після цього ігрова дискусія проводиться обов'язково у відкритому режимі. Заключна частина гри може бути присвячена роздумам учасників гри про їх майбутнє, про перспективи використання у навчальному процесі ігрових технологій.

Таким чином, суб'єкти ділової гри, знаючи спільну мету, завдання, створивши необхідні організаційно-педагогічні, психологічні та соціально-психологічні умови, визначають зміст, види, засоби, форми й методи роботи

залежно від специфіки гри. Після проведення відповідної роботи вивчаються досягнуті результати, які доводяться до відома учасників гри. Звіривши результати відповідно до загальної мети, вони вносять необхідні корективи в навчальний процес і здійснюють новий цикл педагогічної взаємодії.

При проведенні ділової гри в навчальному процесі підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери необхідно дотримуватись наступного алгоритму:

– *введення в гру*, на цьому етапі учасників знайомлять з цілями і завданнями гри, що проводиться, загальним регламентом, здійснюють консультування й інструктаж, у разі потреби грі може передувати лекція або бесіда за тематикою гри;

– *розподіл слухачів на групи*, оптимальний розмір групи, 5-7 чоловік; у кожній групі визначають лідера і розподіляються ігрові ролі (це можна зробити як на початку гри, так і під час її проведення);

– *занурення в гру*, на цьому етапі студенти отримують «ігрове завдання», наприклад: розробити «візитну картку команди», підготувати міні-презентацію, зробити комплімент партнерам по грі;

– *системний аналіз ситуації* або проблеми, на цьому етапі студенти аналізують запропоновану ситуацію, здійснюють діагностику, формулюють і ранжують проблеми, що виникли, домовляються про термінологію, знайомляться з правилами гри;

– *ігровий процес* – пошук і розробка варіантів рішень, прогнозування можливих потенційних проблем, ризиків і інших наслідків[225, с. 158].

Вважаємо, що саме останній етап, ігровий процес, має найбільший вплив на розвиток мотиваційно-ціннісного, когнітивного та поведінкового компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Слід зазначити, що важливою умовою ефективності проведення ігрових занять у навчальному процесі виступає належний психологічний клімат. У науковій літературі вживаються різні терміни для позначення назви цього явища: «соціально-психологічний клімат», «морально-психологічний

клімат», «психологічний настрій», «психологічна атмосфера», «соціально-психологічне оточення» та ін. Під «психологічним кліматом» розуміють емоційно-психологічний настрій колективу, в якому на емоційному рівні відбиваються особисті й ділові взаємовідносини членів колективу, що визначаються їх ціннісними орієнтаціями, моральними нормами та інтересами [226, с. 5].

Ми погоджуємося з думкою Н. Анікеєвої, що психологічний клімат на заняттях створюється в процесі спілкування, на фоні якого реалізуються, виникають і вирішуються між особистісні й групові конфлікти. У цьому процесі проявляються різні ситуації взаємодії учасників ігрових занять: змагання або таємне суперництво, згуртованість студентів або кругова порука, грубий тиск або свідома дисципліна. Але основними характеристиками психологічного клімату, який сприяє підвищенню результативності гри в професійному ставленні студентів, є залучення їх до активної пізнавальної діяльності, радість пізнання, почуття успіху, рух вперед, повага до особистої гідності кожного учасника ігрової ситуації.

З метою розвитку мотивів творчої самореалізації майбутніх менеджерів невиробничої сфери у творчому навчальному середовищі ВНЗ ми розробили ділові ігри для студентів 3 курсу спеціальності 6.030501 «Менеджмент» з дисципліни «Менеджмент».

Наведемо для прикладу одну з проведених ділових ігор: «Адаптація молодого менеджера».

На підготовчому етапі формувалися ігрові групи. На посади учасників гри студенти самі пропонували кандидатури і розподіляли ролі. При цьому враховувались реальні можливості студентів із погляду їхньої загальної підготовки, знання викладачем неформальних лідерів групи з тим, аби призначити їх на ключові посади.

Перехід на ринкові умови господарювання потребує швидкої адаптації молодих менеджерів у трудових колективах організацій. Тому в молодих менеджерів завжди виникає проблема, як швидко знайти контакти і отримати

визнання трудового колективу, як поводити себе в тих чи інших ситуаціях, як представити себе колективу при першій зустрічі, як і що розповісти про себе, про свої погляди, як викласти свою програму дій, щоб зразу завоювати прихильність підлеглих тощо.

Ділова гра проводилась після вивчення таких тем: «Функції менеджменту», «Система методів менеджменту», «Управлінські рішення», «Комунікації у менеджменті», «Керівництво та лідерство», «Організація особистої праці менеджера», «Менеджер – професійний керівник».Також студенти уже були знайомі із Законом про підприємства в Україні та Законом про товариства, володіли певними знаннями курсів економіки торгівельного підприємства, організації праці, маркетингу.

Після вивчення теоретичного матеріалу, що передував діловій грі, студенти знали: основні задачі та функції акціонерного товариства та його організаційну структуру; зміст Статуту акціонерного товариства та положень про його структурні підрозділи; посадові інструкції спеціалістів апарату управління; принципи та методи керування акціонерними торговельними товариствами; основні показники комерційно-господарської діяльності акціонерних торговельних товариств.

Гра імітувала процес адаптації молодих менеджерів в трудових колективах. Об’єктом моделювання було відкрите акціонерне торговельне товариство універмаг «Казковий світ».

Мета ділової гри полягала в закріпленні теоретичних знань студентів та в набутті практичних навичок представлення себе колективу при першій же зустрічі: розповіді про себе, свої погляди, розробці і викладенні своєї програми дій, детального плану особистої роботи в перші дні перебування на посаді менеджера, аналізі економічних і соціальних показників діяльності акціонерного товариства і на їх основі оцінці ситуації, розробки і прийняття відповідних рішень. Це, у свою чергу, сприяло розвитку таких показників креативності менеджерів невиробничої сфери, як наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої

сфери; готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; мотивація саморозвитку, віра в свої можливості; матиме позитивний вплив на формування інформаційно-пізнавального критерію (знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення) та дієво-практичного (володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності тощо).

Завдання та опис цієї гри представлений в додатку В.

Ділова гра має допомогти молодому менеджеру підготувати себе для вступу на посаду керівника.

Гра передбачає участь однієї академічної групи (25-30 студентів).

Тривалість гри – 6 годин

На першому етапі ділової гри (2 години) здійснювалось введення в ділову гру, розподіл студентів на три ігрові групи, вивчення ігровими групами інформаційної бази та ігрових завдань. На цьому ж етапі здійснювалась підготовка доповідей за завданнями гри. Шкала оцінок доповідей подана в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Шкала оцінок доповідей учасників ділової гри

Дії учасників ділової гри	*Кількість балів*
Нарахування: 1. Доповіді по завданнях	+ 8 балів за кожну
2. Виступ з доповіддю	+ 3 балів за кожний виступ
3. Задане питання доповідувачу по суті завдання	+ 1 бал
Утримання: 4. Порушення часового регламенту етапів ділової гри	– 3 бали

На другому етапі (ігровий етап) заслуховувались доповіді з кожного

завдання, питання та оцінювання доповідей, оцінка діяльності ігрових груп (2 години).

На третьому етапі (2 години) підводились підсумки ігрових дій, аналізувалися вдалі і не зовсім вдалі виступи, проводилась оцінка учасників ділової гри за відповідною шкалою оцінок (див. табл. 2.1).

Для проведення ділової гри ЕГ студентів поділилась на рівні за кількістю три підгрупи, кожна з яких обрала лідера, який організовував роботу підгрупи.

Викладач – керівник ділової гри видав кожній із підгруп опис інформаційної бази:

Загальна характеристика ВАТ універмаг «Казковий світ».

Характеристика філії № 1, 2, 3 ВАТ універмаг «Казковий світ».

Статут ВАТ універмаг «Казковий світ».

Учасники гри знайомились зі змістом інформації і завданням, а викладач – керівник гри давав відповідні консультації та пояснення змісту документів.

З доповіддю по-одному із трьох варіантів завдань (визначав керівник гри) виступав лідер підгрупи або інший її член за відповідним дорученням. Інші дві підгрупи опонували доповідача, виступали в ролі експертів і в ході дискусії визначали оцінку підготовленої доповіді.

Таким же чином проводилось обговорення доповідей інших двох підгруп і визначалась їх оцінка.

На завершення, викладач – керівник ділової гри підвів підсумки, акцентуючи увагу на сильних і слабких сторонах доповідей і оцінив активність груп.

Зауважимо, що проведене практичне заняття у такій формі сприяло формуванню не тільки мотивів творчої самореалізації майбутніх менеджерів невиробничої сфери, а й розвитку швидкості, гнучкості, оригінальності мислення, набуттю практичних навичок генерування й аналізу ідей, а відтак сприяло формуванню їхньої креативності.

Саме з метою підготовки майбутніх фахівців до практичної діяльності в сучасних умовах використовуються ігрові форми навчання під час проведення практичних занять із дисципліни «Менеджмент».

У формуванні професійних компетентностей майбутніх фахівців з менеджменту практичні заняття відіграють дуже велику роль. Саме на цих заняттях перевіряється ступінь засвоєння й розуміння теоретичного матеріалу, відбувається набуття студентами практичних умінь і навичок. Підбір нестандартних завдань, творчі роботи, особливо дослідницького характеру, постановка проблемних питань і завдань, експрес-контроль тощо сприяють підвищенню рівня пізнавального інтересу студентів, розвитку їх творчих здібностей і, як наслідок, забезпечують більш якісну та глибоку підготовку фахівців. Цього можна досягти лише за умови поєднання, комплексного використання різноманітних методів навчання, як традиційних, так і нестандартних. Треба зазначити, що викладання дисципліни «Менеджмент», в тому числі проведення практичних занять, повністю носить прикладний, ситуаційний характер, оскільки знання, вміння й навички, що формуються в студентів, є актуальними з урахуванням вимог сьогодення й можуть бути застосовані в їх майбутній практичній діяльності.

Зазначимо, що найбільш відомими та важливими ігровими методами є навчальна ділова гра, розігрування ролей, ігрове проектування, аналіз ситуацій та інші. Зупинимося лише на тих ігрових формах занять, які були нами застосовані в процесі виконання дослідження. Як показала практика, для проведення ігрових занять досить ефективним було використання «мозкового штурму» та «методу номінальної групи». Ці методи сприяли розвитку креативності студентів, здатності абстрагуватися від об’єктивних умов та існуючих обмежень, формували вміння зосередитися на певних об’єктах тощо. Використання цих методів передбачало пошуки найкращого вирішення проблеми, що винесена для вивчення.

У процесі підготовки майбутніх менеджерів на практичних заняттях ми використовували гру «Шість капелюхів». Вона є свого роду універсальною і

може бути використана в процесі викладання різних дисциплін, не лише професійно орієнтованих.

Ця гра розвиває критичне мислення й здатність майбутніх менеджерів до прогнозування, навчає бачити й аналізувати явища з різних сторін, отримуючи при цьому нову інформацію про них. Учасникам гри пропонувалось подивитись на оцінюваний об’єкт з протилежних позицій, що уособлюються в капелюхах різного кольору:

Червоний капелюх. Червоний колір наводить на думку про вогонь. Червоний капелюх пов'язаний з емоціями, інтуїцією, почуттями і передчуттями. Тут не треба нічого обгрунтовувати. Почуття існують, і червоний капелюх дає можливість їх викласти.

Жовтий капелюх. Жовтий колір наводить на думку про сонце та оптимізм. Під жовтим капелюхом ми намагалися знайти чесноти і переваги пропозиції, перспективи та можливі виграші, виявити приховані ресурси.

Чорний капелюх. Чорний колір нагадує про мантію судді і означає обережність. Чорний капелюх – це режим критики і оцінки, вона вказує на недоліки і ризики і говорить, чому щось може не вийти.

Зелений капелюх. Зелений колір нагадує про рослини, зростання, енергію, життя. Зелений капелюх – це режим творчості, генерації ідей, нестандартних підходів та альтернативних точок зору.

Білий капелюх. Білий колір наводить на думку про папір. У цьому режимі ми зосереджені на тій інформації, якою володіємо або яка необхідна для прийняття рішення: тільки факти і цифри.

Синій капелюх. Використовується на початку обговорень, щоб поставити завдання мислення і вирішити, чого ми хочемо досягти в результаті. Це режим спостереження за самим процесом мислення і управління ним (формулювання цілей, підведення підсумків і т. п.).

Таким чином, значення кольорів і способи мислення наступні:

– білий – мислення фактів і цифр, констатація наявної інформації без будь-якої її оцінки;

– червоний – емоційне мислення, передбачає висловлення особистісного ставлення й почуттів, викликаних оцінюваним об’єктом;

– чорний – критичне мислення, спрямоване на пошук недоліків;

– помаранчевий – оптимістичне мислення, знаходження позитивів об’єкта;

– зелений – творче мислення, має на меті розробку пропозицій щодо вдосконалення, зміни, перетворення об’єкта;

– синій – продуктивне мислення допомагає узагальнити висновки з проаналізованого явища.

Гра ефективна при обговоренні конкретних навчальних ситуацій чи заняття в цілому, причому робота студентів зазвичай активізувалась навідними питаннями й завданнями, наприклад:

1. Гравцю в білому капелюсі: «Спробуйте відновити хід подій за схемою»: Що було спочатку →Потім →Далі було →Тоді сталось →Цим закінчилось

2. Гравцю в червоному капелюсі: «Оцініть кожну складову цієї схеми, говорячи лише про почуття, які вона викликала»; «Що Ви відчували, коли це відбувалось?»

3. Власник чорного капелюха має поміркувати над питаннями: «Які недоліки Ви помітили в кожній конкретній ситуації?»; «Які негативні наслідки може мати ця ситуація в майбутньому?».

4. Гравець у помаранчевому капелюсі відповідає на питання: «Що позитивне в цій ситуації?»; «Які переваги має кожна мікроподія?»; «Які добрі наслідки будуть у результаті?»

5. Запитання гравцю в зеленому капелюсі: «Як можна змінити ситуацію?»; «Що Ви зробили б інакше, які зміни внесли б у перебіг подій?»; «Як по-своєму побудували б ситуацію?»

6. Гравцю в синьому капелюсі: «Чому Ви навчились, аналізуючи цю ситуацію?»; «Що Вам дав цей досвід для майбутньої професії?»; «До яких змін в особистісних якостях спонукав?»[227].

У своєму дослідженні ми використовували такого роду ігри на заняттях з теми «Прийняття управлінського рішення» відповідно до 6 напрямів: автоматизація роботи організації, удосконалення автоматизованої системи управління організацією, формування єдиного інформаційного середовища організації.

1. Місія. Головна мета рішення. Створити ефективне інформаційне середовище організації для підвищення ефективності діяльності та вирішення ділових питань інструментами інформаційної системи.

2. Фінансовий виграш – можливості окупності та одержання прибутку. Електронні наради, швидке прийняття рішення щодо оперативних завдань, економія часу і коштів завдяки електронному документообігу. Формування електронних каналі реалізації товарів та послуг. Єдине іінформаційне середовище постачальників, клієнтів та партнерів.

3. Емоційний виграш – можливості одержання задоволення, емоційного настрою, причетності до нових технологій. Що це може бути? Активне використання мобільних сучасних технологій, швидке прийняття рішень, спрощення бюрократичних питань тощо.

4. Автоматизація тайм-менеджменту всієї організації та тайм-менеджменту окремих відділів та співробітників. Календарі, загальні наради, контроль виконання завдань.

5. Реалізація питання автоматизації роботи організації за допомогою відомих інформаційних систем (Галактіка, Парус, 1С …). Цей пункт ми розглядали окремо, вибравши 6 інформаційних систем: Галактіка, Парус, 1С, Інталєв, Бізнес-студіо, Excel – кожне рішення можна аргументували за 6 вказівками) і в залежності від ситуації вибирали систему.

6. Сформувати результативну карту одержаної користі від рішення автоматизації.

Кожен студент (або група студентів – готували свою міні доповідь). Після доповідей, дискусій та обговорення – кожна група формувала загальну

карту – бачення щодо прийняття рішення про впровадження автоматизованої системи управління у вибраній організації.

Необхідно було також сформувати кейс про саму організацію – це підприємство або установа, хто там працює, як вони звикли працювати, що потрібно змінити, як автоматизувати – описати з ролями, конкретними людьми, іменами та ситуаціями.

Потім ми гру ускладнювали, запропонувавши виконувати всі ролі (чи кілька з них) одному студентові. Для цього він має володіти сформованими вміннями критично оцінювати зовнішній світ і себе в ньому, уміти переключатись, мати розвинену уяву й фантазію, володіти емпатією, емоційною чутливістю й та ін. Представлена гра розвиває креативні якості майбутніх менеджерів, навчаючи їх бачити явища процесу в їх складності й неоднозначності, уміти знаходити вихід з різних ситуацій, що сприяє розвитку таких показників креативності як готовність вирішувати завдання в ситуаціях невизначеності, швидкість, гнучкість, оригінальність мислення, досвід творчої діяльності та ін.

Досить ефективним засобом розвитку когнітивного компоненту креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери виявилась імітаційна гра «кубування» – прийом, який полегшує розгляд теми через її всебічне висвітлення. Цей підхід передбачає використання кубика, на кожному з шести боків якого написано одну з вказівок, зокрема:

– опишіть об’єкт;

– порівняйте це – з’ясуйте, на що це схоже, від чого відрізняється;

– встановіть асоціації, поміркувавши, які асоціації виникають у вас у зв’язку з цим об’єктом;

– проаналізуйте це, тобто скажіть, яким чином це зроблено (точну відповідь можна замінити вашими версіями);

– знайдіть застосування цьому – подумайте, яким чином це може бути застосовано;

– запропонуйте аргументи або заперечення проти цього, тобто займіть певну позицію, підкріплюючи її доказами.

Учасники гри письмово відповідали на запитання, котрі випали їм при киданні кубика, потім обмінювалися своїми відповідями з одногрупниками, збагачуючи таким чином свої уявлення про об’єкт аналізу. Найефективнішою ця гра виявилася для розвитку такого показника креативності як асоціативність мислення.

Застосування даної гри відбувалося на занятті з теми «Оцінка ділових якостей менеджера». Доцільним було використання методу «мозкового штурму» на даному занятті, оскільки, по-перше, студенти можуть працювати в досить високому темпі, по-друге, вони вже мають навички творчого осмислення інформації.

Взагалі такі гри, що розподіляють тему ми використовували таким чином: розглядає тему кожен студент з визначених сторін (6 сторін кубика, або 6 капелюхів – готується до практичного заняття) або різні студенти, а потім обговорення.

Для формування концептуальної моделі визначеної теми – наприклад, ринок продовольства України – промоделювати: 6 методів моделювання; напрямів аналізу; 6 напрямів використання результатів.

За допомогою ігрових занять значно підвищується економічна грамотність студентів, формуються та закріплюються вміння конкретної економічної діяльності, розвиваються такі якості, як заповзятливість, підприємливість, ініціативність, дбайливість. На таких заняттях розкриваються здібності студентів, формуються вміння швидко думати, аналізувати, брати на себе відповідальність і, крім контролю знань, відбувається їх узагальнення та поглиблення, що сприятливо діє на розвиток усіх показників креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Учасники ігрових занять у процесі імітаційного моделювання дістають більш конкретне уявлення про суть своєї майбутньої професійної діяльності. Ігрові теми з’являються на етапі проектування гри. Вибір теми ігрового заняття

залежить від рівня загальної підготовки студентів, знань теоретичного матеріалу.

Проведенню ігрових занять має передувати вивчення теоретичного матеріалу, засвоєння студентами основних понять і термінів, які можуть трапитися. Крім того, необхідно провести підготовчу, організаційну й методичну роботу не лише викладачеві (тому що йому слід попередньо все «програти»), а й студентам. І чим активніше останні будуть залучені до підготовки гри, тим успішніше вона буде проведена.

Для застосування дидактичної гри в організації навчального процесу принципове значення має комплексний підхід. Він вимагає від викладача сконцентрувати всі зусилля на формуванні й розвитку в студентів позитивного ставлення до навчання, гуманних взаємин між ними. Дії викладача й студентів на кожному етапі навчальної гри взаємопов’язані.

Під ігровим заняттям розуміємо заняття, що пронизане елементами гри або містить ігрову ситуацію. Ігрове заняття може включати одну або декілька пов’язаних між собою дидактичних ігор. Разом з тим ігрові форми проведення занять можуть використовуватися як універсальний засіб формування особистості. Ігрові заняття, на відміну від традиційних, крім активізації пізнавальної діяльності, забезпечують потрібну циркуляцію інформації, її осмислення, а також деякою мірою компенсують недоліки традиційного та індивідуального навчання. Вони наближають процес навчання до умов реальної практичної діяльності менеджерів невиробничої сфери. Безумовно, що кожна методика разом з позитивними моментами містить і негативні сторони. До основних недоліків ділових ігор слід віднести: в умовах гри студент не може працювати над окремими питаннями стільки часу, скільки з огляду на його інтелектуальні особливості йому буває необхідно, він вимушений підкорятися ритму гри; в умовах гри студент збуджений, він часто виходить на пік активності і інколи не має можливості думати спокійно. Теми ігрових занять виникають у тому разі, коли тема, що вивчається в концентрує інформаційні знання, практичні вміння, навички на

такому рівні, який дозволяє перенести їх у повсякденне реальне життя й обумовлену професійну діяльність згідно з обґрунтованою проблемою (завданням). Теми навчальних дисциплін, зміст яких є основою для побудови гри, прийнято називати «ігровими». Ігрові заняття вигідно відрізняються тим, що дають змогу формувати професійні уміння і навички майбутніх менеджерів невиробничої сфери шляхом залучення їх до інтенсивної пізнавальної діяльності; допомагають учасникам гри бути причетними до функціонування системи, «керувати» відділом, стати бухгалтером, економістом, касиром і так далі, що допомагає тому, хто навчається, ясніше побачити цілісність процесу майбутньої професійної діяльності, краще зрозуміти сенс навчання, побачити свої помилки та оцінити досягнення. З цією метою для гри створюється імітоване професійне середовище. Для виконання всіх передбачених грою завдань навчання і виховання студентів створюється алгоритм її проведення. Алгоритм враховує всі необхідні ігрові блоки (етапи, цикли) з переліком завдань, передбачених для програвання.

Для зручності проведення ділової гри введена цифрова система кодування, яку доцільно використовувати при реєстрації і заповненні навчальної та облікової документації ігрових етапів, циклів та іншої інформації. З метою підвищення ефективності діяльності студентів передбачено систему стимулювання. Особливу складність становила розробка системи стимулювання. Для кожної операції (або групи операцій) треба було визначити стимули (скорочення нормативного часу виконання операції, оригінальність прийнятого рішення, повнота обґрунтування, правильність і акуратність представлених командами документів) і санкції (групові та індивідуальні, які починають діяти за умови недотримання нормативного часу виконання операцій, помилковості прийнятих рішень і виконаних розрахунків, порушення трудової дисципліни).

До оцінки діяльності учасників гри підходили комплексно, не обмежувалися яким-небудь одним критерієм. Крім головних чинників: часу, витраченого на виконання завдання, і якості виконаної роботи, –

враховувались правильність виконання ролі та ефективність взаємодії між учасниками, глибина знань, активна участь в обговоренні дій інших учасників гри та ін.

Слід зазначити, що вирішальними параметрами після ігрового аналізу є визначення залежності поведінки учасників від організації гри та рівня їх активності; виявлення залежності міри навченості гравців від їх мотивації; визначення умов стійкого досягнення навчального ефекту, виходу учасників гри на оптимальну стратегію, доцільної тривалості проведення гри; визначення ефективності різних методичних прийомів у грі; виявлення закономірностей колективної поведінки, взаємодії учасників, швидкості ігрового процесу; уточнення навчальної стратегії викладача у грі; визначення доцільності гри як форми й методу навчання [228].

Необхідною умовою, яка впливає на результативність формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час ігрових занять, є їх методична оснащеність: статистичний матеріал, методичне забезпечення, довідковий апарат, методичні інструкції щодо проведення, адекватні конкретній дійсності завдання з умовними цифровими даними, рольові інструкції для гравців та ін. Крім того, студенти користуються конспектами-схемами найважливіших тем; у грі діють «бібліотека викладача» та «бібліотека групи», кожній службі видають спеціальну папку зі статистичними й методичними матеріалами, проблемними статтями тощо. Саме належна методична оснащеність ділових ігор сприяє розвитку такого показника креативності як знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності.

Під час розробки сценаріїв ігрових занять необхідно подбати, щоб при формуванні мети й ознайомленні з умовою завдань виникала проблемна ситуація. У ході навчальної гри у студента виникає мотив, суть якого полягає в тому, щоб успішно виконати взяту на себе роль, а це передусім означає успішно відтворити діяльність, до якої ця роль його зобов’язує. Якщо студент в імітованій ситуації займає будь-яку посаду, то він використовує всі

можливості вирішення проблеми: порадиться з співробітником відділу, візьме консультацію в керівника гри – викладача або арбітра тощо.

Розробляючи сценарії ігрових занять, викладач встановлював склад ігрових груп відповідно до імітованої ситуації та чисельності студентів у навчальній групі, складав посадові інструкції, визначав функціональні обов'язки. Викладач заздалегідь проводив інструктаж, розробляв завдання для колективної діяльності згідно з індивідуальними здібностями учасників. При цьому йому необхідно було передбачити більш легкі варіанти гри для слабких студентів, щоб штучно створити стан упевненості в собі, у своїх можливостях.

Розподіл ролей у діловій грі є дуже важливим методичним та організуючим моментом. Його найліпше проводити за 8-10 днів до початку гри, адже студент засвоює свою роль поступово: спочатку це лише поверхове сприймання, потім більш глибоке вивчення предмета і, нарешті, «входження у роль». При розподілі ролей було врахувано побажання групи, реальні можливості студентів із погляду їхньої загальної підготовки; викладачеві потрібно було знати неформальних лідерів групи для того, аби призначити їх на ключові посади (бухгалтера сільського споживчого товариства, старшого бухгалтера). Враховано було те, що авторитарне керівництво призводить до апатії та пасивності, блокує формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Кожний учасник гри одержував роль із функціями та обов'язками, що відповідають рівню освіти. З урахуванням специфіки підготовки групу розділяли на невеличкі підгрупи, в яких учасники діяли одночасно. У такій ситуації роль кожного учасника більш активна, він напружено працював протягом усього заняття, тим самим ефективність гри підвищувалась. Ігрові форми навчання включали кожного студента – її учасника – в такі ситуації, які враховували динамізм, зміну педагогічних дій, їх нестабільність, що вимагало від людини постійного вибору, потреби в самотворенні, самозміні, самобудуванні.

Моделлю процесів рольової ідентифікації в навчальній групі виступала імітаційно-ігрова ситуація, в якій проявлялось розрізнення ролей. Студент, виконуючи завдання-роль, ставав на позицію іншого й оцінював себе, свої вчинки з точки зору інших. Механізм прийняття й виконання ролі є процесом самопізнання власних здібностей. Виконуючи певну роль у завданні, він засвоював модельний тип поведінки, що очікувалась від нього в запропонованій ситуації. Оцінюючи себе і свої дії з точки зору інших, майбутній фахівець отримував досвід, інтеграція і розвиток якого формували його професійну самосвідомість й сприяюли розвиткові такого показника креативності як досвід творчої діяльності.

Досліджуючи проблему формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, ми переконалися, що ігрові заняття забезпечують заплановані результати, якщо студенти постають носіями конкретних ролей; імітаційно-ігрові ситуації створюють реальну обстановку, зміст будується на конкретному практичному матеріалі, який відображає зміст професійної діяльності, забезпечуючи поєднання навчання з професійним становленням майбутніх фахівців. Виконання конкретних ролей зобов’язувало студентів аналізувати й ухвалювати професійно значущі рішення, що підвищувало рівень їх професійної компетентності в цілому і креативності, зокрема, оскільки під час використання у творчому навчальному середовищі економічного ВНЗ ділових ігор у майбутніх фахівців розвиваються такі показники креативності як готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності (саме такі ситуації їм пропонувалися в спеціально розроблених ділових іграх); знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності (ці знання перестали для студентів бути лише теорією, оскільки їх щодня необхідно було використовувати в розв’язанні різних квазіпрофесійних ситуацій, які виникали в ділових іграх); швидкість, гнучкість, оригінальність мислення (проблемні завдання в іграх вимагали генерувати нові ідеї, бачити різні альтернативні варіанти вирішення тощо);

розвивалися комунікативні показники креативності, такі як здатність впливати на підлеглих і контактність, а також набувався досвід творчої діяльності.

В обґрунтуванні цієї педагогічної умови важливою для нашого дослідження стала думка В. Дружиніна стосовно того, що «базовою умовою формування креативності та її проявів у повсякденному житті є формування в індивіда творчої мотивації» [229, с. 127], а нашому випадку, мотивації до творчої самореалізації, мотивації саморозвитку майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Як відомо, будь-яка мотивація, у тому числі мотивація до творчої самореалізації, формується через перетворення імпульсивних, нестійких спонукань на стійку мотиваційну сферу.

Для стимулювання мотивів самореалізації в професійній діяльності майбутніх менеджерів невиробничої сфери викладачеві необхідно володіти системою дидактичних методів і засобів, що мають на меті забезпечення привабливого характеру творчої діяльності. І саме застосування спеціально розроблених ділових ігор у творчому навчальному середовищі забезпечило привабливий характер творчої діяльності студентів. Перш за все, необхідно було сформувати позитивне ставлення до вирішення управлінських завдань, потреби в управлінській діяльності, психологічну готовність і задоволення від неї. Для цього важливо включати студентів у систематичну творчу діяльність (яка дозволяє генерувати нові ідеї, бачити альтернативи, самостійно приймати ті чи інші управлінські рішення в квазіпрофесійних ситуаціх тощо). Саме таку діяльність забезпечує творче навчальне середовище з використанням ділових ігор.

2.3 Розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів

Нині в Україні в навчальному процесі ВНЗ, у тому числі економічних, активно використовуються інформаційно-комунікаційні

технології навчання. Їх визначають як сукупність методів і технічних засобів реалізації інформаційних технологій на основі комп'ютерних мереж і засобів забезпечення процесу навчання.

Використання ІКТ в навчальній роботі економічних ВНЗ розглядається як один з найбільш перспективних напрямів підвищення якості освіти. Варто зазначити, що ефективність використання ІКТ на заняттях визначають наступні чинники: економічність – зменшення матеріальних і часових ресурсів; компактність – можливість зберігати інформацію на електронному носії; наочність – можливість структурного оформлення матеріалу; можливість проведення моніторингу через анкети, тести тощо; можливість творчого розвитку особистості як викладачів, так і студентів. Саме тому ми вважаємо, що використання ІКТ (зокрема, ділових ігор з використанням веб-ресурсів) у підготовці майбутніх менеджерів невиробничої сфери має позитивний вплив на формування креативності студентів. Тому однією з педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери визначено розробка і впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів (інакше кажучи, з веб-підтримкою).

Веб-ресурсами називають ресурси освітнього характеру, які розміщенні у веб-просторі мережі Інтернет. Варто зауважити, що до веб-ресурсів належать не тільки ресурси, що підготовлені за спеціальною веб-технологією (веб-сторінка, веб-сайт, веб-портал), але й інші електронні ресурси, що зберігаються на веб-серверах у вигляді різних форматів (текстового, графічного, аудіо, відео форматів та ін.).

У дослідженні під діловою грою з використанням веб-ресурсів ми розуміємо ділову гру, що розроблена та проведена засобами ІКТ. Це свого роду ігровий проект. Ділові ігри з використанням веб-ресурсів мають значні потенційні можливості для розвитку креативності та професійного самовираження кожного студента.

З метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери доцільним було, як показало експериментальне дослідження, використання ігрового проектування, що ґрунтується на ідеї побудови навчального процесу на активній основі, через спільну діяльність викладача і студентів з урахування їхнього власного досвіду.

Необхідно зазначити, що в сучасній педагогічній літературі термін «ігрове проектування» є поки-що малодослідженим. Це пояснюється, зокрема, відсутністю технологічних розробок застосування ігрового проектування в навчальному процесі ВНЗ. З урахуванням цієї обставини ми звернулися до теоретичних джерел з проблеми застосування ігрового проектування у професійній підготовці студентів. Не викликає сумнівів той факт, що педагогічні засади цієї технології близькі до методу проектів, який було розроблено ще на початку ХХ століття його засновниками Дж. Дьюї, У. Кілпатриком й розвинуто відомими педагогами того часу: П. Блонським, В. Вахтєровим, Г. Ващенком, В. Ігнатьєвим, Л. Левіним, В. Петровою, С. Шацьким та ін. Однак, зазначені автори розглядали загальні концептуальні поняття проектної діяльності й не акцентували увагу на особливостях ігрового проектування; ще менше досліджень присвячено їх використанню у вищій школі.

Визначаючи ігрове проектування як дидактичну технологію, Н. Кічук виокремила такі основні її компоненти, як організація, управління та контроль. Сутність ігрового проектування, на думку автора, полягає в отриманні практичних результатів у процесі розв’язання професійно значущої проблеми (розробка програми, стратегії дій, конкретних шляхів підвищення мотивації працівників фірми, пріоритетних напрямків розвитку організації тощо) [230, с. 92].

Характерними ознаками ігрового проектування Т. Качеровська вважає: наявність завдань і проблеми; набуття практичного досвіду використання персональних комп’ютерів під час групового вирішення економічних завдань; розподіл ролей для засідання техніко-економічної

Ради; імітація засідання Ради з публічним захистом варіантів рішень [231, с.18]. Вважаємо, що використання ігрового проектування позитивно впливає на розвиток таких показників креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери як готовність вирішувати управлінські завдання, наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери, знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності, базові управлінські навички, досвід творчої діяльності.

З метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої діяльності ми використовували для студентів експериментальної групи ділові ігри з веб-підтримкою. Однією з таких ігор є гра «Віртуальне підприємство».

Удосконалення навчального процесу, посилення практичної підготовки студентів вимагає впровадження інноваційних технологій організації та проведення комплексної виробничої практики з фаху при підготовці бакалаврів.

Ділова гра «Віртуальне підприємство» призначена для оволодіння студентами сучасними методами та прийомами прийняття рішень з питань загального та функціонального менеджменту, бізнес-планування, економіки, управління персоналом, опанування навичок проведення господарсько-фінансових операцій та виконання службових обов’язків на окремих робочих місцях імітаційних підприємств.

Впровадження її в навчальний процес вирішує таке важливе завдання, як здійснення практичної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, а також розвиток їх творчих здібностей та креативності під час проходження навчальної практики у віртуальних організаціях та підприємствах.

Організація цієї ділової гри має наступні особливості:

1. «Віртуальне підприємство» організовано на первинних посадах адміністративно-управлінського апарату, що відповідає освітньо-

кваліфікаційному рівню вищої освіти «бакалавр» і дозволяє забезпечити закріплення знань і набуття навичок, достатніх для виконання завдань та обов'язків відповідного рівня професійної діяльності.

2. Ділова гра проводиться за допомогою різноманітних програмних комплексів, що дозволяють моделювати роботу менеджерів та економістів у функціональних підрозділах апарату управління підприємства, із врахуванням існуючих інформаційних взаємозв'язків між ними, компетенції та відповідальності окремих посадових осіб.

3. Розвиток інформаційної бази діяльності віртуального підприємства забезпечується зусиллями студентів, що користуються документацією реальних підприємств. Консультування здійснює викладач-керівник ділової гри.

4. Ділова гра передбачає набуття навичок розв'язання не тільки традиційних завдань, що зазвичай виконуються фахівцями первинних посад апарату управління, а й інноваційних завдань, що пов'язані з розробкою і впровадженням принципово нових проектів, спрямованих на удосконалення діяльності підприємства з врахуванням наявного стану зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

У ході проведення гри студенти мали можливість поглибити своє розуміння умов діяльності конкретного підприємства, оволодіти навичками та вміннями виконання завдань та обов'язків окремих функціональних підрозділів та фахівців, набути досвід роботи в колективі. Саме інноваційні завдання сприяли найбільше розвиткові як когнітивного так і поведінкового компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Нами розроблено методичне забезпечення проведення навчальної практики у формі ділової гри у вигляді пакету індивідуальних та колективних завдань (Додаток Г), які повинні бути виконані студентами експериментальної групи під час проведення гри в окремих функціональних підрозділах підприємства.

У ході експериментального дослідження для студентів ЕГ було організовано підприємство під назвою ТОВ «Сонях», що займається переробкою соняшника та виробництвом олії. Воно має вигідне місце розташування, тому що знаходиться в центрі України, що дозволяє приймати сировину з різних регіонів, розширювати мережу постачальників і не бути залежним від них. Місією товариства є задоволення потреб споживчого ринку якісними товарами за доступними цінами, основним напрямком діяльності якого є виробництво та реалізація соняшникової олії.

Генеральним директором ТОВ «Сонях» було обрано Наталю Б., директором з розвитку зовнішньоекономічної діяльності – Вадима Ч., комерційним директором – Ольгу С., виконавчим директором – Олену Л., завідувачем бухгалтерією – Христину Ш.

У ході проведення гри на основі спеціально розробленого графіку внутрішньо фірмового переміщення передбачалося послідовне відпрацювання навичок практичної діяльності в наступних підрозділах імітаційного роздрібного торговельного підприємства: відділ стратегічного планування, організаційний відділ, персоналу, планово-економічний відділ, що сприяло розвиткові такого показника креативності як знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності.

Головною метою діяльності організаційного відділу є проведення реєстрації та перереєстрації підприємства, здійснення бізнес-планування діяльності, організація взаємодії з засновниками підприємства. Тренінг в організаційному відділі спрямований на поглиблення та закріплення знань і навичок курсу «Основи підприємництва», оскільки дозволяє відчути себе в якості реального підприємця, власника своєї справи або в якості найманого менеджера, для якого менталітет та особисті економічні інтереси власників є суттєвим лімітуючим чинником, що повинен враховуватися в процесі управління поточною діяльністю підприємства.

У процесі відпрацювання навичок реєстрації підприємства студенти самостійно заповнювали всі типові форми та виготовляли усі документи, що

передбачені діючим порядком реєстрації у місцевих органах влади, податковій адміністрації, позабюджетних фондах, а також необхідні для відкриття рахунку, отримання дозволу пожежників, здійснення санітарно-гігієнічної експертизи, виготовлення печаток та штампів тощо. Для визначення оптимального стандарту реєстраційної процедури, форм необхідних документів, порядку їх заповнення та представлення студенти використовували комп'ютерну правову систему «Нормативні акти України», що містить актуальні версії усіх законодавчих, підзаконних та відомчих нормативних актів, коментарі фахівців, матеріали публікацій в періодичних виданнях тощо.

Для обґрунтування подальшої стратегії діяльності підприємства студенти здійснювали розробку бізнес-плану, виходячи з затверджених в Україні рекомендацій до змісту та структури цього документу. Розробка бізнес-плану діяльності підприємства на наступний період здійснювалася не тільки на базі аналізу інформації стосовно результатів поточної діяльності підприємства (на базі інформації, що отримується з бухгалтерської системи 1С-підприємство), а й передбачала аналіз ефективності господарсько-фінансової діяльності та прибутковості власного капіталу підприємств-конкурентів та підприємств-аналогів, оцінку інвестиційної привабливості підприємства. Інформаційним підґрунтям цієї роботи є база даних Агенції по сприянню розвитку фондового ринку України, яка містить фінансову звітність підприємств, створених у формі акціонерних товариств. Проведення порівняльного аналізу дозволило визначити стратегічні пріоритети та фінансові індикатори, які повинні бути досягнуті з точки зору власників підприємства.

Розробка бізнес-плану діяльності підприємства максимально наближена до реальних умов. Студенти самостійно здійснювали пошук та обробку усіх доступних їм джерел отримання необхідної інформації, зокрема аналізували статистичні дані, вивчали кон'юнктурні та галузеві огляди,

літературні новинки з описом передового досвіду організації торговельної справи, зокрема за світовими стандартами.

Основною метою діяльності відділу персоналу була розробка і реалізація концепції кадрової політики, спрямованої на всебічний розвиток людських ресурсів, що є основним елементом внутрішнього середовища торговельного підприємства.

Відділ персоналу є інформаційним, методичним та координаційним центром здійснення кадрової роботи на підприємстві. До основних напрямів діяльності підрозділу слід віднести наступні: кадрове планування; добір та розстановка персоналу; адаптація персоналу; мотивація персоналу; розвиток персоналу; вивільнення персоналу.

Працівникам відділу персоналу відводилася основна роль у формуванні штатного розкладу працівників та розробці організаційної структури управління. Проводилася ретельна перевірка персоналу за категоріями, освітою, віком, статтю.

В повному обсязі здійснювалося ведення кадрової документації: сформовані особові справи, накази з особового складу щодо призначення на посаду, переведення, звільнення, надання відпусток.

Велика увага надавалася питанням соціального розвитку трудового колективу. На підприємстві реалізовувалися заходи щодо підвищення кваліфікації працівників, заходи їх культурного та спортивного розвитку.

Важливим завданням відділу персоналу було складання графіків та табелів виходу на роботу за кожний місяць. При цьому враховувався режим роботи підприємства та кожної категорії працівників, вихідні та святкові дні, а також чергові відпустки. Розроблялися і затверджувалися графіки виходу працівників підприємства у чергові відпустки. При складанні графіків використовували принципи справедливості, системності, безперебійного функціонування підприємства. Такий підхід, безсумнівно, сприяв розвиткові такого показника креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери як здатність впливати на підлеглих і контактність.

Велику увагу працівники відділу персоналу приділяли підготовці до процесу добору персоналу та оцінювання претендентів на вакантні посади. Розроблялися професійні моделі працівників, концепції пошуку претендентів; проводилися тестування на визначення особистих, психологічних, розумових та ділових якостей претендентів і проводилася співбесіда.

Під час проведення гри розроблялася система інформаційного забезпечення кадрового управління. Створювалося спеціалізоване програмне забезпечення «Управління персоналом», що дозволяло отримати будь-яку необхідну інформацію за певний період часу.

Кадрова робота вже не розглядалася як суто адміністративна, а ґрунтувалася на сучасних принципах і концепціях, притаманних високо розвинутому суспільству.

Планово-економічний відділ є інформаційним, методичним і контролюючим центром здійснення аналітичної та планової роботи щодо господарської діяльності торговельного підприємства. Основними завданнями відділу є: 1) проведення аналізу та підготовка аналітичних рекомендацій щодо окремих напрямків діяльності торговельного підприємства; 2) розробка заходів щодо формування і стабілізації показників фінансово-господарської діяльності підприємства; 3) розробка поточних і перспективних планів діяльності підприємства; 4) здійснення контролю за виконанням розроблених і затверджених економічних планів та корегування в процесі діяльності; 5) виявлення резервів і розробка пропозицій щодо оптимізації та покращення економічних результатів діяльності підприємства.

Одним із основних напрямів роботи відділу є розробка поточного і перспективного планів товарообороту як основного показника господарської діяльності відповідно до стратегічної мети діяльності підприємства, що можливе за умов дослідження стану та тенденцій зовнішнього середовища (рівня доходів населення, стану конкуренції, кон’юнктури товарного ринку тощо) з врахуванням реального господарського становища підприємства

(рівня товарного забезпечення, умов зберігання і транспортування, обсягів торговельної площі).

Виходячи з необхідності забезпечення безперебійного процесу реалізації і формування визначеного обсягу роздрібного товарообороту, студенти здійснювали аналіз, нормування та планування товарних запасів на основі інформації відділу закупівлі, а також формування необхідного товарного забезпечення на основі укладених комерційних угод за умови оцінки їх ефективності. Така діяльність сприяла розвиткові когнітивного компонента креативності в цілому.

Важливим напрямом у діяльності підрозділу є співпраця з відділом персоналу при визначенні та обґрунтуванні чисельності працівників і, як наслідок, витрат для утримання персоналу, це пов’язане з розробкою ефективної системи матеріального стимулювання, що ґрунтується на чіткій системі мотивації праці.

Подальший перспективний розвиток підприємства, тобто процес розширеного відтворення, можливий за умов отримання прибутку. Тому необхідним напрямком у діяльності планово-економічного відділу є не лише розробка планів формування доходів і витрат, але й оцінка меж економічної діяльності за умови досягнення таких результатів господарської діяльності. Це дає можливість визначити резерви на перспективу або, навпаки, «вузькі місця», які вимагають особливої уваги при розробці поточних і перспективних планів.

Взаємодія підприємства із зовнішнім середовищем, зокрема органами Держкомстату України, передбачає узагальнення отриманої інформації в усіх структурних підрозділах підприємства і підготовка звітності в установлені нормативними актами терміни.

Розглядаючи планово-економічний відділ як елемент загальної концепції підготовки фахівців не лише в теоретичному аспекті, але й практичному, ми ставили за мету надати можливість студентам отримати рівень практичних навичок і досвіду роботи в колективі на реально діючому

підприємстві, що особливо продуктивно сприяло розвиткові поведінкового компоненту креативності майбутніх менеджерів.

Основною метою діяльності відділу стратегічного планування є розробка стратегії діяльності підприємства в конкретних умовах, прийняття ефективних управлінських рішень, спрямованих на досягнення поставлених стратегічних завдань, оцінювання поточної діяльності підприємства з точки зору досягнення цілей стратегічного розвитку.

Даний підрозділ спрямовує свою діяльність на: розробку стратегії діяльності підприємства на ринку, розробку тактичних та оперативних цілей діяльності, прийняття управлінських рішень стосовно операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

У ході роботи відділу стратегічного планування студенти навчалися розробляти комплексні плани стратегічного розвитку підприємства, встановлювати та доводити до виконавців стратегічні та тактичні цілі щодо здійснення комерційної діяльності підприємства, формувати інвестиційну, інноваційну, кадрову політику, спрямовану на забезпечення сталого конкурентоспроможного розвитку підприємства. Саме цей аспект діяльності сприяв розвиткові такого показника креативності як знання особливостей розвитку організацій невиробничої сфери та їхньої конкурентоспроможності.

Інформаційною основою для оцінки діяльності підприємства та рівня досягнення ним цілей стратегічного розвитку є управлінська, фінансова та податкова звітність підприємства, що формується за результатами роботи підприємства. Студенти набували навичок роботи з первинною інформацією та здобували вміння щодо її використання в процесі прийняття управлінських рішень.

Працюючи у відділі стратегічного планування, студенти мали можливість навчитися оцінювати ступінь досягнення цілей стратегічного розвитку на основі дослідження різноманітних аналітичних показників, що розраховувалися за результатами діяльності підприємства.

Результати роботи у відділі стратегічного планування оцінювалися шляхом підрахунку рейтингу підприємства, що базується на рівні доходів підприємства, рентабельності вкладеного капіталу, заможності власників та стійкості компанії.

Завдяки роботі у відділі стратегічного планування, у студентів формувалися практичні навички у сфері розробки та реалізації стратегії підприємства, а, відтак, і такі показники креативності як готовність вирішувати управлінські завдання, знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності, здатність генерувати нові ідеї, здатність бачити альтернативи та самостійність управлінських рішень (рис. 2.2).

Проведення ділової гри організовувалося за певною схемою.

Для колективної роботи призначалися групи студентів, що були провідними фахівцями у визначених підрозділах. Кожна група одержувала колективне завдання з розробки концепції роботи відповідного відділу та індивідуальне завдання щодо вирішення конкретної ситуації на реальному підприємстві. Завдання виконувалося протягом трьох робочих днів (24 години).

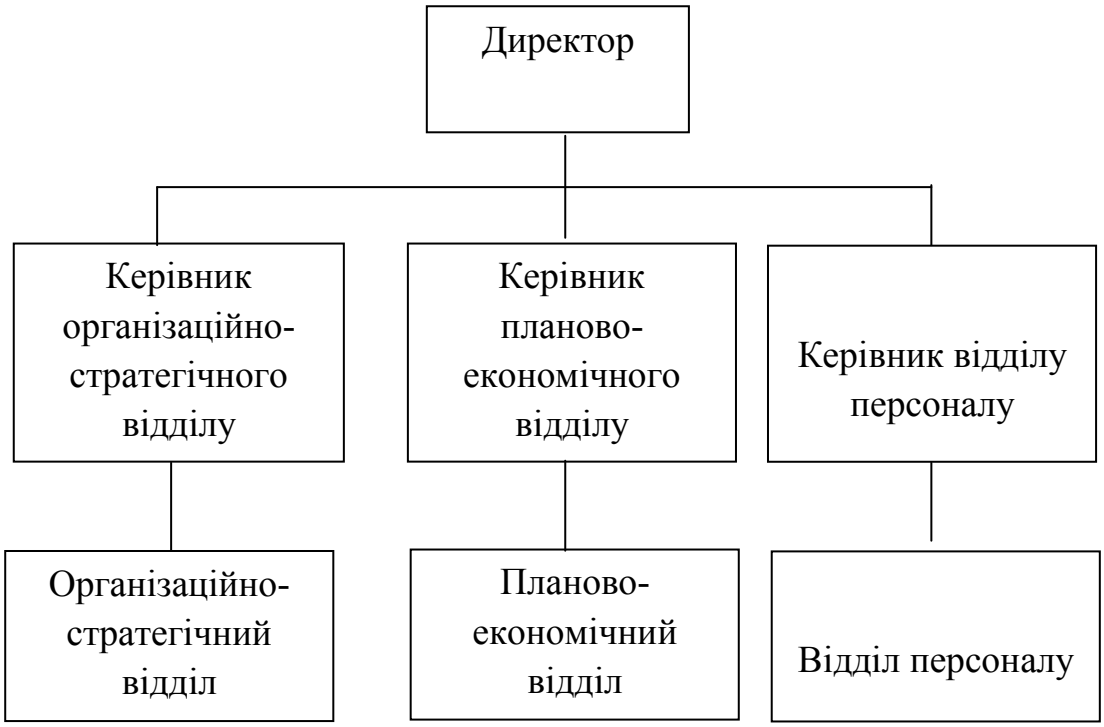


Рисунок 2.2. Структура управління віртуальним підприємством

Протягом наступних робочих днів студенти здійснювали переміщення по підрозділах, виконуючи інформаційний обмін та взаємне консультування щодо функціонування різних підрозділів.

На автоматизованих робочих місцях фахівців встановлено відповідне програмне забезпечення, основною метою якого є формування відповідного інформаційного забезпечення для високоякісного виконання зазначених вище завдань, передбачених комплексом методичного забезпечення, у межах кожного структурного підрозділу віртуального підприємства.

За допомогою програми «Нормативні акти України», яка постійно оновлюється, студенти враховували всі необхідні нюанси, зазначені у законодавчій та нормативній базі України, при розробці, прийнятті та реалізації управлінських рішень стосовно різноманітних аспектів діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання.

Студенти експериментальної групи, відповідно задачам, виконували завдання за допомогою такого програмного забезпечення:

Планово-економічний відділ – 1С-Підприємство, Парус-підприємство, табличний процесор Excel;

Організаційно-стратегічний відділ – Project Expert, НАУ;

Відділ по роботі з персоналом – Person-Pro, Microsoft Word.

При створенні підприємства було обрано організаційною формою товариство з обмеженою відповідальністю, оскільки воно має ряд переваг:

– спрощена система управління підприємством – повноваження виконавчого органу підприємства, як правило, одноосібного, обмежені повноваження і вищого органу управління – зборів засновників (учасників);

– відсутність законодавчо встановлених вимог до складання та подання спеціальної звітності, а також її опублікування;

– формування статутного капіталу товариства внесками, що передаються товариству його засновниками у вигляді майна та/або грошових коштів, що спрощує процедуру реєстрації підприємства;

– учасники товариства не відповідають по його зобов’язаннях і несуть ризик збитків, пов’язаних з діяльністю товариства, у межах вартості внесених ними внесків;

– відсутня необхідність здійснювати додаткові фінансові витрати на організацію обліку права власності і проведення операцій з цінними паперами акціонерів.

При формуванні підприємства була проведена відповідна реєстрація, сформовано статут підприємства, складено бізнес-план, що відображає подальший розвиток підприємства.

Уся діяльність на підприємстві була поділена на підрозділи, на чолі яких були керівники, які координували роботу в підрозділах.

Кожний підрозділ підприємства по закінченню роботи сформував звіт, де надав інформацію про виконану роботу.

Навчальна практика проведена зі студентами експериментальної групи у формі ділової гри з веб-підтримкою допомогла усвідомити структуру підприємства, основні функції кожного відділу та завдання кожного працівника окремо, працювати в команді задля досягнення успішного результату.

Створення та функціонування віртуального підприємства ТОВ «Сонях» дало змогу студентам відчути себе справжніми працівниками його відділів та реально відчути організаційну та практичну роботу кожного відділу. Практичне включення в професійну діяльність за допомогою ділової гри з веб-підбтримкою сприяло формуванню усіх компонентів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери: мотиваційно-ціннісного, когнітивного та поведінкового.

Серед позитивних результатів використання ділової гри «Віртуальне підприємство» варто зазначити таке:

– студенти самостійно створили положення про окремі відділи та посадові інструкції фінансового директора та експертів-аналітиків, де визначили права та обов’язки працівників планово-економічного відділу

(така діяльність сприяла розвиткові такого показника креативності, готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності);

– майбутні менеджери самостійно планували діяльність, створили стратегію розвитку підприємства, SWOT-аналіз, проаналізували основні фінансово-економічні показники ТОВ «Сонях» та графічно представити інформацію у вигляді таблиць, визначили витрати на персонал, що включають заробітну плату, тренінги курси з підвищення кваліфікації, соцстрахування та компенсаційний пакет, а також витрати на рекламу і рекламні матеріали на півроку, що є дуже важливим для ТОВ «Сонях « на даному етапі розвитку (така діяльність сприяла розвиткові низки показників креативності, зокрема, знання особливостей розвитку організацій).

Проведена в такій формі навчальна практика готує студента до проходження виробничої практики на підприємстві, вчить приймати рішення, дає можливість спробувати себе у певній ролі, що сприяє розвитку їхньої креативності.

Досить ефективним засобом формування креативності майбутніх менеджерів, як показало наше дослідження, є веб-квести. У цілому веб-квест розглядають як проблемне завдання з елементами рольової гри, яке у вітчизняній педагогіці вперше застосовувалось у 2008 р. [232].

Розглянемо детальніше технологію веб-квестів та проаналізуємо можливість її застосування для розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Як зазначає у своєму дослідженні Л.Шевченко «веб-квест – це вид дослідницької діяльності, спеціальним чином організований для виконання якої студенти здійснюють пошук інформації в мережі Інтернет за вказаними адресами [232]. Квести створюються для того, щоб студенти вчилися використовувати отриману інформацію з практичною метою, дана технологія сприяє розвитку критичного, творчого мислення, аналізу, синтезу і оцінки інформації.

У своєму дослідженні ми погоджуємося з Є. Полат. яка зазначає, що веб-квест повинен мати таку структуру:

1) вступ – короткий опис веб-квесту (описуються терміни проведення, і задається початкова ситуація);

2) завдання – формулювання проблемної задачі та опис форми подання кінцевого результату. Наприклад, задана серія питань, на які потрібно знайти відповіді; прописана проблема, яку потрібно розв'язати, та вказана інша діяльність, що спрямована на перероблення і представлення результатів, виходячи із зібраної інформації, а також список інформаційних ресурсів, необхідних для виконання студентами завдання – посилання на Інтернет-ресурси і будь-які інші джерела інформації;

3) порядок роботи – опис послідовності дій, ролей і ресурсів, які необхідні для виконання завдання;

4) керівництво до дій (як організувати та представити зібрану інформацію) – допоміжна інформація, що може бути представлена у вигляді непрямих запитань;

5) оцінка – описи критеріїв і параметрів оцінки виконання Веб-квесту, що подаються у вигляді бланку оцінки. Критерії оцінки залежать від типу навчальних завдань, що вирішуються у веб-квесті;

6) висновок – у цьому розділі підсумовується досвід, одержаний студентами в процесі виконання самостійної роботи над веб-квестом;

7) використані матеріали – посилання на ресурси, що використовувалися для створення веб-квесту;

8) коментарі для викладача – методичні рекомендації для викладачів, студентів, які будуть використовувати у веб-квесті [233].

За тривалістю виконання розрізняють веб-квести короткострокові та довгострокові. Метою короткострокових веб-квестів є здобуття знань і здійснення їх інтеграції в свою систему знань. Робота над короткостроковим веб-квестом може займати від одного до трьох занять.

Довгострокові веб-квести спрямовані на розширення й уточнення понять. Після закінчення роботи над довгостроковим веб-квестом, студент повинен уміти вести глибокий аналіз отриманих знань, уміти їх трансформувати, володіти матеріалом настільки, щоб зуміти створити завдання для роботи за темою. Робота над довгостроковим веб-квестом може тривати від одного тижня до місяця (максимум два).

Веб-квести найкраще підходять для роботи в міні-групах, проте існують і веб-квести, які призначені для роботи окремих студентів.

В експериментальній роботі ми використовували такі форми веб-квестів:

– створення бази даних з проблеми, всі розділи якої готували самі студенти;

– створення мікросвіту, у якому студенти можуть пересуватися за допомогою гіперпосилань, моделюючи майбутню професійну діяльність;

– написання інтерактивної історії (студенти можуть вибирати варіанти продовження роботи; для цього кожного разу указуються два-три можливі напрями);

– створення документа, що дає аналіз якої-небудь складної проблеми і що запрошує студентів погодитися або не погодитися з думкою авторів;

– інтерв'ю on-line з віртуальним персонажем. Відповіді та запитання розробляються студентами, що глибоко вивчили дану особистість (найчастіше, це були відомі економісти, менеджери). Даний варіант роботи краще всього пропонувати не окремим студентам, а міні-групі, яка одержує загальну оцінку (яку дає решта студентів і викладач) за свою роботу.

У процесі експерименту студенти експериментальної групи (ЕГ) працювали над тематикою «Ідеальний керівник – це креативний менеджер». Студенти розробили веб-квест на тему «Креативний менеджер» (рис. 2.3), у якому розглянули історію професії, основні функції менеджера і т.д. (Додаток Д).

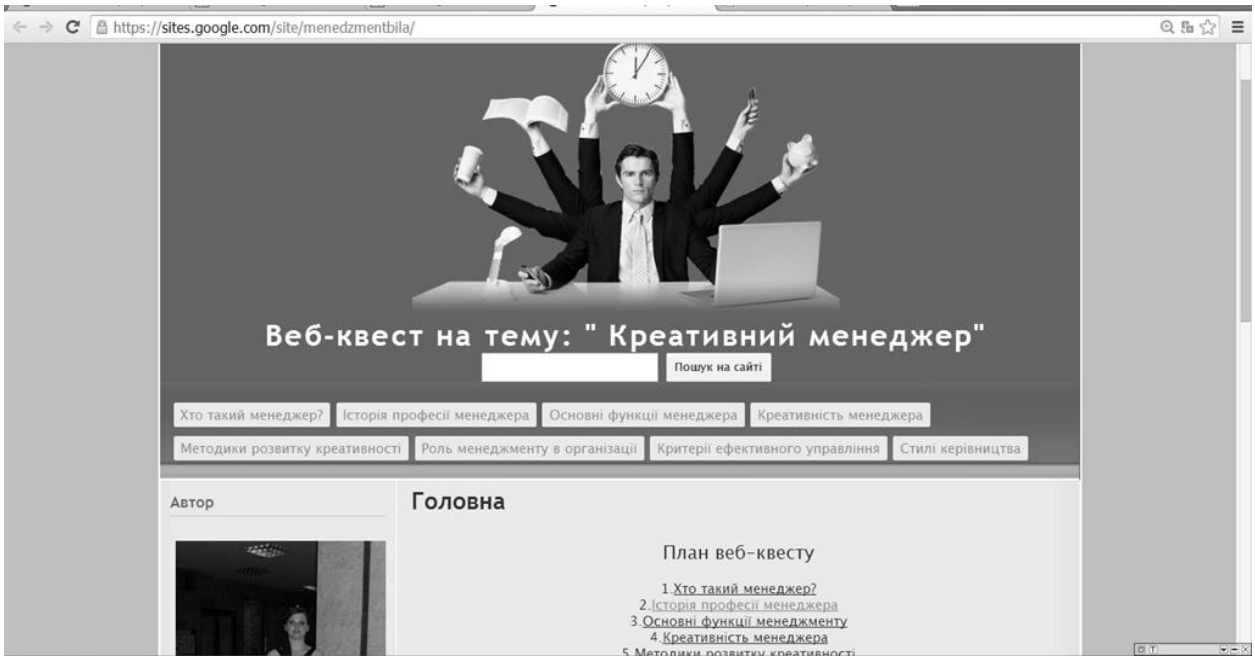


Рис. 2.3. Головне вікно веб-квесту «Креативний менеджер»

У змісті веб-квесту розділи: «Хто такий менеджер?», «Історія професії менеджера», «Основні функції менеджера», «Креативність менеджера», «Методики розвитку креативності менеджера», «Роль менеджменту в організації», «Критерії ефективного управління», та «Стилі керівництва». Зауважимо, що значний вплив на формування креативності студентів здійснили не лише відповідні розділи веб-квесту, а всі, як ми вважаємо. Звісно, безпосереднє знайомство студентів із такими методами розвитку креативності як дискусія, мозковий штурм, метод фокальних об’єктів, метод кейсів, метод шести капелюхів (за Е. де Боно) та спеціальні тренінги позитивно вплинуло на формування поведінкового компонента креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, оскількт всі ці методи засвоювалися студентами практично.

Робота з веб-квестами може бути запропонована і як домашнє завдання для студентів, які цікавляться предметом. Гарний результат дає даний вид діяльності в процесі підготовки до олімпіад, оскільки розширює кругозір та ерудицію. Реальне розміщення веб-квестів у мережі у вигляді веб-сайтів, створених самими студентами, дозволило значно підвищити мотивацію

студентів, сприяло розвитку такого показника креативності як мотивація до творчої самореалізації та ін.

Під час створення проектів із використанням веб-ресурсів студенти набували не готові знання, спрощені й калькульовані формули, а самі залучалися до пошукової діяльності. Природно, що будь-який освітній квест не повинен бути ізольований від навчального процесу в цілому, він має перебувати в безпосередньому зв'язку з попередньою й наступною пізнавальною діяльністю студентів. При створенні веб-квестів ми послуговувалися критеріями оцінки якості, розробленими Т. Марчем, намагалися, щоб ефективний освітній квест мав інтригуючий вступ, чітко сформульоване завдання, що розвиває мислення, розподіл ролей, що забезпечує різні погляди на проблему, обґрунтоване використання інтернет-джерел. Кращі приклади освітніх квестів демонструють зв'язок із реальним життям.

Використання проектного методу робить студента самостійним, адаптованим до життя, вчить орієнтуватися в різних ситуаціях, сприяє розвитку творчих навичок, умінь самостійно конструювати свої знання, вмінню орієнтуватися в інформаційному просторі, розвитку критичного мислення, навичок інформаційної діяльності. Використовуючи ігрові технології, викладач отримує дієвий спосіб формування мотивації учіння, мотивації до творчої самореалізації, творчого осмислення матеріалу, що сприяє розвиткові креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Прикладом веб-квесту, що використовувався з метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є веб-квест з назвою «Економічний спецназ» (рис. 2.4).

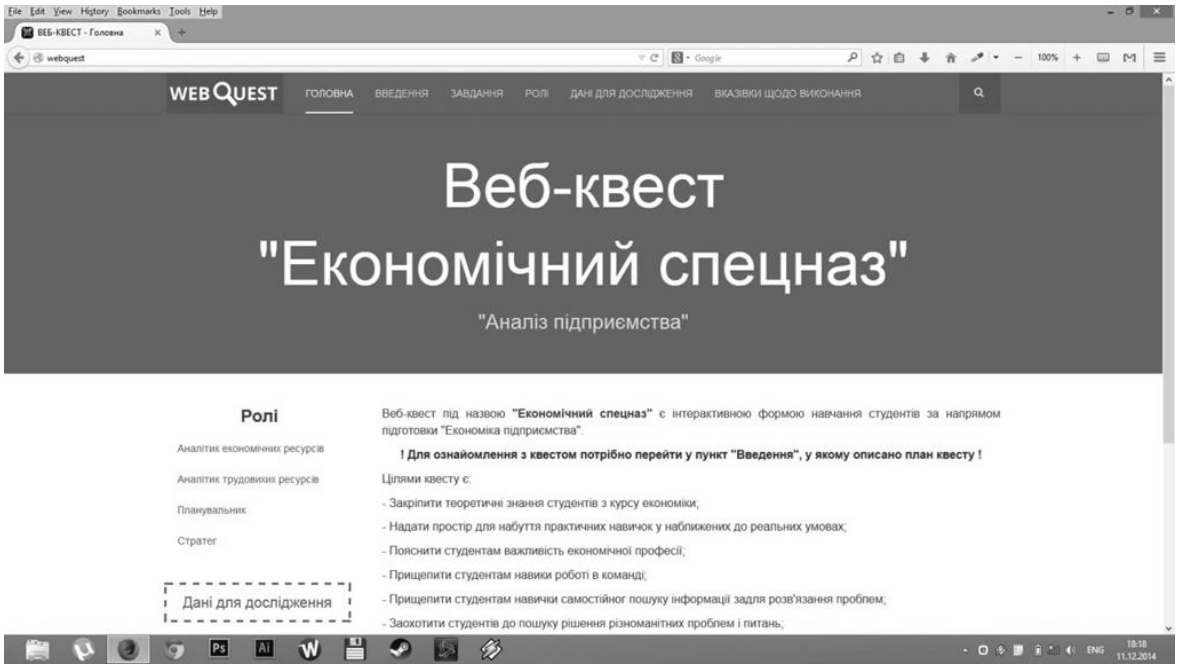


Рис. 2.4. Головне вікно веб-квесту «Економічний спецназ»

Основною метою квесту є надання студентам практичних навичок і знань, які знадобляться їм у реальних робочих умовах, а також формування таких показників креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери як наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення; володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності; здатність впливати на підлеглих, контактність; базові управлінські навички, досвід творчої діяльності.

Веб-квест «Економічний спецназ» спонукає до самостійного пошуку рішення, потрібного для виконання завдань, що надані у квесті.

Квест пропонує завдання, розв’язання яких сприятиме формуванню умінь і навичок важливих для майбутньої професійної діяльності та креативності.

Завдання квесту полягає в економічному аналізі підприємства та результатів його діяльності за останні 3 роки, складанні плану та стратегії підприємства.

Для виконання завдання квесту обиралося по 4 студента. Це зроблено для можливості формування навичок командної роботи у студентів, більш ефективного формування у студентів таких показників креативності як ініціатива в діяльності; здатність впливати на підлеглих, контактність; базові управлінські навички. Завдання веб-квесту може виконати і один студент, але це займе великий обсяг часу.

Ролі запропонованого веб-квесту:

– стратег (розробляє загальну стратегію розвитку для підприємства);

– планувальник (розробляє подальший план, тобто на наступний рік, для підприємства);

– аналітик трудових ресурсів (аналізує трудові ресурси підприємства, а саме рух робочої сили, її кількість, фонд заробітної плати і т.п.);

– аналітик економічних ресурсів (аналізує економічні ресурси).

На перший погляд може здатися, що обсяг роботи аналітиків більший ніж у стратега, але для ролі стратега у завданні квеста зазначено, що стратег має розробити як основну, так і запасну стратегію. До того ж стратег має обґрунтувати свою позицію, щодо бачення стратегії розвитку компанії, та надати реальні показники(цифри) розвитку підприємства.

Усе вищесказане дає підстави вважати використання веб-квестів у підготовці майбутніх менеджерів невиробничої сфери ефективним методом формування їхньої креативності.

Характерними особливостями веб-квесту, що відрізняють його від інших технологій є такі: перш за все, заздалегідь визначаються ресурси, у яких є інформація, необхідна для розв’язання проблеми. По-друге, веб-квест однозначно визначає порядок дій, який має виконати студент для одержання необхідного результату. По-третє, обов’язковою складовою цієї технології є перелік тих знань, умінь і навичок, яких можуть набути студенти при

виконанні веб-квесту. По-четверте, однозначно визначені критерії оцінки виконаних завдань.

Працюючи з веб-квестами студенти поєднують текст, графіку, мультиплікацію, відео і звук, що на нашу думку, забезпечує найбільш повні уявлення про будь-яку сферу діяльності людини, зокрема в менеджменті. Інтерактивність системи (можливість керувати темпом, повнотою, послідовністю засвоєння знань, можливість перевірки засвоєних знань і вмінь, можливість звертатися до довідників і посібників) робить її багатофункціональною і стимулює максимальний темп засвоєння знань, їх використання в практичній діяльності.

Підсумком веб-квесту є презентація або веб-сторінка, котрі можна розмістити в Інтернеті (на сайтах http://www.vtei.com.ua/ ВТЕІ КНТЕУ, https://sites.google.com/site/menedzmentbila/) та надати можливість всім залишати свої думки, пропозиції, відгуки та навіть відповідні правки, тобто здійснювати зворотний зв’язок.

У нашому дослідженні для формування креативності у студентів ми використовували Інтернет. Він дає можливість задовольнити допитливість студентів завдяки щонайширшим своїм можливостям: надає доступ до електронних бібліотек, інтерактивних баз даних культурних, наукових та інформаційних центрів, енциклопедій, словників. Розвитку допитливості студентів, прищепленню інтересу до пошуково-дослідницької діяльності допомагає також можливість роботи у віртуальних наукових лабораторіях, проведення комп’ютерних експериментів за допомогою моделюючих програм.

Створені на сайтах навчальних закладів персональні веб-сторінки педагогів надають додаткові можливості і для того, щоб відкрити студентам «двері» в свою творчу майстерню. На таких сторінках викладачі показували не тільки навчальні матеріали, а й свої наукові публікації, проспекти досліджень, що проводяться, кращі роботи «студентів, які перевершили викладача».

Інтернет надає доступ до електронних бібліотек (науково-технічних, науково-методичних, довідкових видань), до інтерактивних баз даних культурних, наукових та інформаційних центрів, енциклопедій, словників; використовуючи мережу Інтернет, студенти навчаються раціональному пошуку та вивченню інформації з різних джерел, використання бібліотечного каталогу; Internet пропонує студентам не один-два підручники, а безліч матеріалів, що містять різні точки зору на суть проблеми, що їх цікавить; там можна знайти матеріали електронних конференцій, віртуальних семінарів і форумів, періодичні наукові електронні видання, персональні веб-сторінки провідних учених і веб-сайти наукових центрів; забезпечує доступність інформації для всіх студентів; періодичне поновлення навчальних та довідкових матеріалів із різних дисциплін. Через Інтернет студент може звернутися з проблемним питанням, яке зацікавило його, не тільки до свого наставника, а й до провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців, винести його на обговорення в електронній конференції або чаті. Internet допомагає викладачу, педагогу підвести студентів до пошуку власного погляду на суть проблеми, що вивчається, розвитку допитливості студентів, прищепленню інтересу до пошуково-дослідницької діяльності, дає можливість працювати у віртуальних наукових лабораторіях, проводити комп’ютерні експерименти за допомогою моделюючих програм. Усі ці можливості ми використовували при формуванні креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Зазначимо позитивні моменти застосування у підготовці майбутніх менеджерів невиробничої сфери ділових ігор з використанням веб-ресурсів:

– індивідуальний підхід до студентів, тобто можливість викладення навчального матеріалу з урахуванням підготовки, здібностей студентів;

– інтерактивність, активне спілкування між студентом і програмою, що значно підвищує мотивацію до навчання, мотивацію до творчої самореалізації, рівень засвоєння матеріалу;

– актуальність, можливість упровадження новітніх педагогічних, методичних розробок для вивчення навчального матеріалу;

– зручність, можливість навчання у зручний час, у певному місці, вибір програми, що зручна для користування, без врахування часу для засвоєння матеріалу;

– більші можливості контролю якості навчання.

Використання ІКТ у навчальному процесі сприяє розвитку творчої ініціативи майбутніх менеджерів невиробничої сфери, розвиває уміння знаходити необхідну на даному етапі інформацію, маніпулювати нею, аналізувати, систематизувати, а також сприяє формуванню в студентів як конкретних, так і абстрактних знань, позитивно впливаючи на розвиток когнітивного компонента їхньої креативності.

Так, студентам ЕГ, майбутнім менеджерам туристичної індустрії було запропоновано створити проект засобами ІКТ. Студенти розробили проект туристичного туру Вінниччиною і назвали його «Сім чудес Вінниччини». Практична цінність розробленого туру та методики його реалізації полягає у формуванні нової якісної туристичної послуги, покращення іміджу Вінниччини як туристичного краю, збільшення надходжень в бюджет м. Вінниця та Вінницької області. Студенти провели досить велику за обсягом науково-дослідну роботу. Такий вид завдань особливо сприяв розвитку таких показників креативності майбутніх менеджерів як мотивація саморозвитку, віра у свої можливості, студенти продемонстрували на високому рівні володіння прийомами генерування й аналізу ідей, виявляли ініціативу в діяльності. Таким чином, значного розвитку зазнав не тільки когнітивний, а й поведінковий компонент креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Отже, застосування у навчальному процесі економічного ВНЗ ділових ігор із використанням веб-ресурсів сприяє розвиткові у майбутніх менеджерів невиробничої сфери: уміння в стислій формі викладати свої міркування; формуванню як конкретних, так і абстрактних знань, ініціативності; стимулює: пізнавальну активність, вироблення самостійних суджень, гнучкість та швидкість мислення; вміння узагальнювати, робити

логічні висновки, порівнювати, зіставляти, розвиває увагу; дозволяє розвивати здібності до цілісного сприйняття матеріалу тощо. Таким чином, можна стверджувати, що мультимедійні засоби володіють значним креативним потенціалом, оскільки усе вищеперераховане сприяє формуванню креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

2.4 Педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор

Ще однією з педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки вважаємо педагогічну (й психологічну) підтримку студентів під час організації і проведення ділових ігор. Обґрунтуємо цю педагогічну умову.

Оскільки креативність – це особистісна якість, розвиток креативності – це особистісний розвиток. Про необхідність підтримки процесу особистісного розвитку йдеться в дослідженнях вітчизняних учених: О. Кононко, С. Кулачківської, Т. Пироженко, Т. Поніманської, О. Сухомлинської та ін.

Необхідно зауважити, що до аналізу поняття «педагогічна підтримка» науковці підходять по-різному. ЇЇ здебільшого розглядають як процес, що допомагає особистості у здійсненні тих чи інших прагнень, наприклад, розвивати власні творчі здібності, повірити у власні сили тощо.

Важливо те, що педагогічна підтримка має допомогти особистості подолати певні перепони, які перешкоджають досягненню результату.

Варто зазначити, що негативний вплив на формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери має недостатня поінформованість викладачів ВНЗ і студентів про сутність і структуру креативності, її відмінність від інтелектуальних здібностей; не розробленість методичної бази формування креативності; негативне ставлення деяких представників

університетської адміністрації чи викладачів до нестандартної поведінки деяких студентів у певних ситуаціях.

Перепони, які виникають на шляху формування креативності менеджерів невиробничої сфери можуть бути суб'єктивними: обмеженість інформації про сутність креативності; недостатні вольові, інтелектуальні, моральні зусилля особистості для формування мотивації творчої діяльності тощо, а можуть бути об'єктивними: недостатня педагогічна підтримка викладачів, недосконаліть методів навчання і виховання, непродуктивність стилю спілкування зі студентами; навіть матеріальними: обмежені фінансові можливості сім'ї (коли у студента немає комп'ютера чи Інтернету), недостатня навчально-матеріальна база ВНЗ (відсутність комп'ютеризованих аудиторій та ін.) тощо. Всі ці групи перепон безпосередньо чи опосередковано можуть перешкоджати процесу формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Ми повністю погоджуємося з думкою В. Фрицюк [114], яка, поділяючи підхід В. Дружиніна, стверджує, що середовище, де є, з одного боку, увага до особистості, а, з іншого боку, до неї висуваються різні, неузгоджені вимоги, де малий зовнішній контроль за поведінкою, де є творчі особистості і підтримується нестереотипна поведінка, сприяє розвитку креативності. І вважаємо педагогічну підтримку важливим чинником формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Перше, що ми намагалися зробити – забезпечити під час організації і проведення ділових ігор зі студентами атмосферу доброзичливості, взаєморозуміння, співробітництва. Першочерговим завданням було забезпечення взаємної довіри. Усі етапи розробки й організації ділових ігор ми планували спільно, намагаючить почути й схвалити думку кожного.

У дослідженні ми також використовували з метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери методи, спрямовані на індивідуально-особистісну підтримку. Вони передбачають діагностику індивідуального розвитку кожного студента, визначення особистісних

проблем майбутніх менеджерів, відстеження процесу індивідуального розвитку кожного, хто брав участь в експериментальному дослідженні.

Педагогічна творчість викладача ВНЗ повинна бути зорієнтована на власну самореалізацію в науковій та педагогічній творчості і на розвиток потенційних можливостей кожного студента в процесі його аудиторної і поза аудиторної діяльності. «Такий педагог завжди є дослідником, готовим працювати в нових умовах. Він здатний бачити проблеми і знаходити оптимальні дидактичні, виховні, методичні та інші педагогічні рішення. Не творчість як додаток до тих навчальних дисциплін, які викладає педагог, а творче опанування цих дисциплін – таке розуміння вимагає від викладача особливої системи роботи», вважає Н. Лосєва [234, с. 65].

Необхідно зауважити, що для повноцінної підтримки студентів повинні відбутися певні зрушення в педагогічній позиції сучасного викладача економічного ВНЗ. Вона повинна мати творчий, сутнісно-особистісний, системно-перспективний характер, відображати професійну, ділову, творчу, управлінську, психологічну компетентність педагога й бути спрямованою на психологічну і педагогічну підтримку студентів, зокрема, під час організації і проведення ділових ігор.

Викладачам економічного ВНЗ, які займаються формуванням креативності майбутніх менеджерів бажано володіти такими творчими професійними якостями, як:

– відкритість, творчий, інноваційний підхід до розв’язання педагогічних проблем, свідома відмова від шаблонів, стереотипів тощо;

– варіативна свідомість, допитливість у ставленні до світу в усіх його проявах і вимірах;

– сміливість у прийнятті ризикованих творчих рішень і готовності відповідати за їх наслідки;

– оперативність і здатність до передбачення та моделювання, розробки оптимальної для кожного студента системи роботи;

– почуття індивідуальної й масової ідентичності, яке гарантує прагнення до свободи, власного творчого самовиявлення, вміння методично забезпечувати і стимулювати вияв свободи іншими;

– готовність до змін власного якісного стану та особистості студента, безперервний перехід якості нижчого рівня у якість, що відповідає вищому рівневі творчої особистості;

– вміння визначити глибину і стійкість особистісних змін студентів, особливо тих, що характеризують розум, почуття, волю, творчий потенціал; передбачати особливості їх наслідків [208]. Маючи такі якості вони зможуть ефективніше впливати на розвиток відповідних показників креативності у студентів, таких, наприклад, як: наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації, готовність вирішувати завдання в ситуаціях невизначеності, мотивація саморозвитку, швидкість, гнучкість, оригінальність мислення та ін.

Отже, певна підготовка викладачів до розвитку креативності студентів економічних ВНЗ – справа складна, багатовимірна, але вкрай необхідна. Вона потребує виважених і науково обґрунтованих формувально-стимулювальних заходів, а також перегляду професійного навантаження викладачів у напрямі вивільнення додаткового часу на наукову роботу з майбутніми фахівцями, проведення поза аудиторних спільних зі студентами творчих проектів ділових ігор, організації щільного контролю за самостійно-творчою діяльністю молоді, наданні їй допомоги у подоланні творчих труднощів. На нашу думку, саме оволодіння викладачами методикою впровадження в навчальний процес методів активного навчання, а особливо ділових ігор здійснює позитивний вплив на формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Ефективність формування креативності студентів, майбутніх менеджерів невиробничої сфери, залежить також і від індивідуального підходу до вихованців; впровадження у навчально-виховний процес різних методів інтерактивного навчання, а саме: ділових і рольових ігор, диспутів, конференцій за результатами творчих праць усіх суб’єктів педагогічного

процесу тощо; проведення спеціальних тренінгів; забезпечення керівництвом ВНЗ умов для впровадження різних форм розвитку креативності майбутніх менеджерів.

Принагідно зауважимо, що опитування викладачів, яке ми проводили на початку експерименту, засвідчило чинники, які створюють перешкоди викладачам у формуванні креативності студентів, серед них було названо такі: брак часу; велика зайнятість в оформленні паперів; зацікавленість керівництва в розвитку творчого потенціалу викладачів переважно лише в науковій сфері (кількість аспірантів та докторантів); брак інформаційних джерел стосовно креативності, застарілість фондів; низький рівень використання інноваційних технологій навчання; невідповідність вітчизняної системи економічної освіти багатьом вимогам Болонського процесу, що породжує певний дисонанс у роботі тощо.

З метою реалізації третьої педагогічної умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, тобто, для забезпечення ефективності педагогічної підтримки студентів під час організації і проведення ділових ігор на початковому етапі формувального етапу педагогічного експерименту, нами було розроблено «Програму формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор», (додаток Е.2) впровадження якої має на меті ознайомлення викладачів з сутністю і структурою поняття «креативність», умовами, методами й формами її формування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Програма за змістом складається з чотирьох блоків: теоретичні заняття; практичні заняття для викладачів; залучення викладачів до практичної діяльності з розвитку креативності майбутніх менеджерів; стимулювання професійного самовдосконалення педагогів у сфері формування креативності майбутніх менеджерів. Більш детально план програми наведено в додатку Е.2.

Зауважимо, що під час організованої роботи з викладачами за представленою програмою ми прагнули дотримуватися:

– послідовності у діях усіх учасників програми, системності у роботі з розвитку креативності майбутніх менеджерів;

– особистісного підходу до студента, дотримання принципу єдності поваги та вимогливості до нього, індивідуалізації навчання у вищому навчальному закладі;

– впровадження в педагогічний процес професійної підготовки майбутніх менеджерів принципів навчання через дію, гуманізації;

– всебічного стимулювання творчого саморозвитку студентів ВНЗ, формування навичок професійно-творчої діяльності, роботи з інформацією, самоосвіти.

За програмою було проведено дискусії, ділові ігри, конференції, круглі столи за тематикою програми, організовано різноманітні види самостійної роботи викладачів, педагогічні зустрічі, обмін досвідом розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Досить цікавими і корисними виявились заняття для викладачів, які були спрямовані на розширення уявлень педагогів про особливості креативності менеджерів; ознайомлення з можливими формами і методами щоденної роботи, спрямованої на ефективне підвищення рівня креативності майбутніх фахівців; усвідомлення впливу власної креативності на розвиток цієї професійної якості у студентів ВНЗ. Завдання перед практичним заняттям висувалися такі:

1) ознайомлення викладачів з певним обсягом науково-теоретичної інформації за темою заняття;

2) забезпечення атмосфери вільного обміну думками, участі кожного відвідувача семінару в його роботі, усвідомлення значущості питань, що розглядаються;

3) проектування педагогічних здобутків діяльності за планом семінару на стратегічні напрями розвитку креативності майбутніх менеджерів;

4) усвідомлення викладачами власних творчих можливостей професійного зростання і самовдосконалення.

Одним із найбільш дискусійних виявилось практичне заняття з теми «Впровадження в навчальний процес ВНЗ методів активного навчання як неодмінна умова оптимізації розвитку творчих можливостей майбутніх менеджерів». У ході його проведення відсоток викладачів, що заперечували необхідність упровадження методів активного навчання у цьому напрямі, з 70% знизився до 20% – лише кількох слухачів Школи педагогічної майстерності не вдалося остаточно переконати в необхідності впровадження в навчальний процес методів активного навчання як необхідної умови розвитку креативності майбутнього фахівця.

За планом проведення курсів підвищення кваліфікації в межах Школи педагогічної майстерності кожен учасник висловив свою думку про сутність методів активного навчання, зокрема ділових ігор, їх вплив на розвиток креативності студентів, а також повідомив, які саме методи він використовує у своїй педагогічній діяльності. У процесі ознайомлення з дослідженнями у цьому напрямі переважна більшість викладачів визнала той факт, що методи активного навчання, зокрема ділові ігри, майже не використовуються викладачами. Лише 4 викладачі у своїй діяльності використовували ділові ігри, але це було не в системі, а фрагментарно. Основна проблема полягала в тому, що підготовка до проведення заняття у формі гри є досить громіздкою, і більшість викладачів не знають про методику проведення та складання таких занять. Тому основна увага була приділена розкриттю питань розробки занять із використанням методів активного навчання, а саме методики проведення ділових ігор.

Для практичного застосування здобутих знань викладачам було запропоновано розробити ділову гру з дисципліни, яка викладається майбутнім менеджерам і провести фрагмент її (що містив розгляд важливого питання дисципліни) серед слухачів курсів Школи педагогічної майстерності. Варто зазначити, що проведення та участь викладачів у діловій грі стимулювало їхню творчу активність, підвищило рівень педагогічної майстерності та власної креативності. Намагаючись «навчити» своїй науці

«студентів» в ігровій формі викладач вдосконалює власний педагогічний інструментарій, підвищує рівень своєї педагогічної майстерності, здобуває навички конструювання та проведення занять в ігровій формі.

Так, у рамках набуття практичного досвіду організації розвитку креативності майбутніх менеджерів зафіксовано зростання на 20% кількості учасників предметних олімпіад із різних навчальних дисциплін серед студентів.

Кожен викладач-учасник Школи педагогічної майстерності розпочав індивідуальні науково-творчі проекти зі студентами експериментальних груп.

Так, для прикладу наведемо розроблений нами науково-творчий проект із дисципліни «Математика для економістів» [235].

Протягом першого року навчання студенти, майбутні менеджери, вивчають дисципліни математичного циклу. Складність курсу й щільність потоку інформації з математики у вищому навчальному закладі істотно вища, ніж у старших класах середньої школи. Спостереження за студентами першокурсниками показує, що інтерес до вивчення дисциплін фундаментальних значно знижується. Студентів, зокрема майбутніх менеджерів, хвилює питання застосування отриманих знань у професійній діяльності. На нашу думку, саме використання ігрових методів навчання при викладанні дисциплін фундаментальних може виправити ситуацію і дати відповідь на запитання студентів.

При вивченні конкретних тем дисциплін математичного циклу важливе місце відводиться закріпленню знань, умінь і навичок, що здійснюється на практичних заняттях. Якщо основна мета лекційного курсу – забезпечення повноцінної орієнтації майбутніх освітян у теоретичних проблемах дисципліни, що вивчається, то призначення практично-лабораторних занять – їхнє активне включення в практичне оволодіння цими знаннями. Завдання практично-лабораторних занять:

а) дидактичне – закріпити, розширити й поглибити теоретичні знання, отримані студентами в лекційному курсі і в процесі самостійної роботи з

підручником та іншими науковими джерелами; формувати на основі здобутих знань переконання, навички продуктивного мислення, полеміки;

б) практичне – формувати вміння знаходити підтвердження своїх знань у практиці сучасної школи, розвивати навички творчої професійної діяльності; оволодіти навичками конспектування першоджерел, ведення дискусії, комунікації з викладачами й однокурсниками;

в) розвивальне – навчити студентів порівнювати, аналізувати окремі положення, факти, теорії, підходи; розвивати їхні професійно-креативні якості;

г) контролююче – забезпечити перевірку якості ЗУН-ів кожного індивіда за допомогою опитування та інших форм контролю.

Практичне заняття (грец. *prakticos* – діяльний) – це така форма навчальної взаємодії, при якій викладач організовує розгляд студентами окремих методичних теоретичних положень і формує вміння й навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання відповідно сформульованих завдань. Практичне заняття дозволяє повніше врахувати індивідуальні риси особистості майбутнього фахівця, забезпечує умови цілеспрямованого розвитку його професійного мислення й пізнавальної мотивації.

У традиційній системі навчання у ВНЗ провідна роль у проведенні практичних занять належить викладачеві, а студенти є більш чи менш активними його учасниками.

Активне використання ігрових занять у навчальному процесі ВНЗ – важлива умова та ефективний засіб підвищення якості підготовки спеціалістів, розвиток у студентів творчого мислення, адаптації до виробничих відносин. Ігрові заняття, як показали дослідження, сприяють розв’язанню ряду питань навчання і виховання майбутніх спеціалістів уже на першому курсі навчання у ВНЗ, підвищення інтересу до вибраної професії. До них відносяться такі як: формування творчого мислення, вироблення умінь науково-дослідної роботи, умінь самостійної роботи [236; 237; 238].

Ми погоджуємося з дослідницею І. Хом'юк, яка вважає, що проведення ділових ігор на заняттях з математичних дисциплін доцільне за таких умов:

По-перше, предмет «Вищої математики» являє собою достатньо пов'язану, витриману систему означень, теорем, правил. Логічна послідовність її така, що кожне нове означення, правило, теорема спираються на попередні, які раніше вводилися, виводилися, доводилися. Кожна нова задача включає елементи задач, раніше розібраних, розв'язаних і ін. Цей зв'язок усіх розділів математики, їх взаємозалежність і доповнюваність, несумісність з прогалинами і пропусками, неприпустимість як в цілому, так і в її частинах, породжує ту особливість математики, яка найчастіше є причиною неуспіхів студентів і, як наслідок цього, причиною втрати інтересу до неї. Предмет математики – це не тільки пов'язана, логічно стійка система відомостей – це система розумових задач, кожна із яких потребує обґрунтувань, доведень, аргументацій, тобто докладання логічних зусиль. Кожна задача, питання в математиці – проблема, розв'язання якої потребує зусиль думки, наполегливості, інколи швидкості, гнучкості, оригінальності мислення, волі та інших якостей особистості, що в свою чергу сприяє формуванню креативності студентів.

Ці особливості математики створюють сприятливі умови для активізації мислення, формування креативності, але в той же час вони нерідко служать і основною причиною виникнення пасивності. Проте використання ігрових форм занять у даному випадку не є безкорисним.

По-друге, мотивація студентів. Часом вони можуть зосередитись на важкій і нецікавій роботі заради далекої мети, але це ще слабко розвинуто в них. Тому і розуміння необхідності вивчення математики, усвідомлення важливості для практичної діяльності саме по собі не є достатньою умовою активного її вивчення. У даних ситуаціях з великим ефектом можуть використовуватися ігрові ситуації, які містять елементи змагання.

По-третє, нерідко після тривалої розумової праці і доступний для більшості матеріал не викликає активності. Введення ігрових елементів на

занятті може допомогти зруйнувати інтелектуальну пасивність студентів. Саме у творчій праці забезпечується реалізація однієї із центральних потреб особистості: потреби у самовираженні [239, с. 132].

Зауважимо лише, що застосування ігрових форм навчання, ділової гри, при вмілому використанні сприятиме формуванню креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

У процесі вивчення математичних дисциплін студенти, майбутні менеджери, повинні оволодіти сучасними засобами мислення, засвоїти основні ідеї, принципи, поняття, закони і навчитися їх застосовувати під час вивчення спеціальних дисциплін, на практиці під час розв'язування конкретних управлінських задач. Уміння організаційної та виховної роботи, а також розвиток уяви, формування творчого мислення, умінь самостійної роботи, професійної спрямованості майбутні менеджери набувають, переважно вивчаючи спеціальні курси та проходячи практику. Фундаментальні дисципліни нерідко залишаються осторонь від розв'язання цих проблем, але кількість годин, відведених на їх вивчення на початкових курсах, дає можливість формувати особистість майбутнього фахівця, починаючи з перших занять у ВНЗ. Навчальний процес та виробнича практика складають більшу половину всіх факторів, під дією яких формуються професійні інтереси майбутніх спеціалістів [239].

Протягом 8 років у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету нами досліджується питання можливості використання ігрових форм навчання для формування креативності студентів. За ці роки розроблено низку різноманітних ігрових занять для розділів курсів «Вища та прикладна математика» та «Економіко-математичне моделювання»[240].

У своєму дослідженні для студентів ЕГ ми розробили ділову гру під назвою «Фірма» з дисципліни «Вища та прикладна математика» розділу «Теорія ймовірностей та математична статистика»[241].

Ділова гра «Фірма»

1. Організаційний момент

Підсумкове заняття з розділу «Теорія ймовірностей» дисципліни «Вища та прикладна математика» проводиться у формі гри під умовною назвою «Фірма». У нашому випадку у «фірму» об'єднуються різні творчі групи для виконання певних завдань, а саме організовується товариство з обмеженою відповідальністю, пріоритетними для якого є виробництво, продаж товарів, які приносять користь людині.,

Викладачем, як засновником товариства, обирається директор фірми та його помічник (консультант), враховуючи, що ними повинні бути студенти, які добре орієнтуються в питаннях даної теми і в будь-який момент можуть дати консультацію. Директором формується 4 відділи фірми, а саме:

1) відділ бухгалтерії (5-6 чоловік);

2) відділ збуту продукції (5-6 чоловік);

3) відділ маркетингу та реклами (5-6 чоловік);

4) відділ виробництва (5-6 чоловік).

Студенти групи розміщуються по відділах, у кожному з яких обирається начальник. (студент, який добре орієнтується в даній темі)

2. Актуалізація опорних знань

Проводиться у формі фронтального опитування. За кожну правильну відповідь працівник відділу отримує бали (1 б).

– Що таке подія? Які дії над подіями можна виконувати?

– Записати теорему суми ймовірностей.

– Який вигляд має формула повної ймовірності?

– Дати означення умовної ймовірності випадкової події.

– Записати теорему множення ймовірностей.

Які випадкові події називаються: а) незалежними в сукупності? б) попарно незалежними?

– Запишіть формулу обчислення ймовірності появи хоча б однієї з n несумісних подій?

– Що таке гіпотеза?

– Що таке повна група подій ? Наведіть приклад.

– Умови застосування формули повної ймовірності.

– Запишіть формулу повної ймовірності.

– Який вигляд має формула Байєса? Коли її застосовують?

– Яка послідовність подій утворює схему Бернуллі?

– Як визначають найімовірнішу кількість появ події А у схемі Бернуллі?

– Коли використовують локальну та інтегральну теорему Лапласа або формулу Пуассона?

3. Виконання тестових завдань.

Кожний відділ, директор фірми та консультант отримують тестові завдання. На їх розв'язання відводиться 15-18 хв. Після чого, кожний начальник відділу здає директору фірми на перевірку.

4. Розв'язування задач

Кожний відділ отримує завдання (завдання додаються), в яких потрібно розв'язати 4 задачі, що стосуються безпосередньо діяльності певного відділу. Кожний працівник відділу отримує індивідуальне завдання у вигляді картки. (Додаток Ж)

По команді викладача всі відділи починають розв'язувати першу задачу. По мірі виконання, начальники відділів подають розв'язки директору фірми на перевірку. Помічник допомагає у перевірці та виставленні балів.

5. Виконання творчого завдання

Кожному відділу пропонується скласти задачу по темі заняття, що стосується безпосередньо діяльності кожного відділу, а також показати розв'язок цього завдання. Помічник оцінює завдання.

6. Підведення підсумків заняття

Виставлення балів, підведення підсумків, визначення переможців як серед відділів, так і в особистому заліку [242].

При цьому важливим є такий момент, як безоцінність. Це не означає, що викладач не повинен висловлювати своїх міркувань із приводу

виконаного завдання, але ця реакція, за К. Роджерсом [243], повинна зберігати внутрішнє джерело оцінки студента.

І, безумовним, є прийняття викладачем особистості студента. Прийняття – доброзичливість до особистості, безумовно цінної, незалежно від її стану в даний момент, поведінки або почуттів. Безоцінність і прийняття забезпечують психологічну безпеку особистості у виявленні її креативності [243].

6. Підведення підсумків заняття

Виставлення балів, підведення підсумків, визначення переможців як серед відділів, так і в особистому заліку.

Під час формувального етапу експерименту з метою формування креативності майбутнім менеджерам невиробничої сфери пропонувалися спеціально розроблені творчі завдання. Після того, як завдання розв’язані, підводилися підсумки роботи студентів. Викладач виставляв кожному зароблену кількість балів, ураховуючи швидкість виконання завдання, оригінальність, правильність і теоретичне обґрунтування. Проведені таким чином практичні заняття знайомили студентів з прикладними та виробничими задачами, вчили застосовувати отримані знання в суто професійній ситуації, самостійно приймати рішення в ситуаціях невизначеності, що сприяло формуванню їхньої креативності.

Студентам, майбутнім менеджерам туристичної індустрії, було запропоновано створити навчальний веб-квест з математики, але пов’язаний з майбутньою професією. Творчий колектив студентів досить вдало зумів це поєднати рис 2.5. Студенти виконали цей проект у вигляді подорожі країнами світу, паралельно розв’язуючи і розбираючи завдання з математики [244].

Рис.2.5. Веб-квест на тему «Інтегральне числення»

Після виконання творчого завдання у діловій грі для студента особливо важливою є педагогічна підтримка викладача. Значущими є ситуації підвищення статусу студента, створення ситуацій значущості діяльності студента для вирішення спільних завдань, створення умов для його самореалізації в творчій діяльності.

Ми вважали за потрібне застерегти колег, учасників експерименту, від бажання формувати креативність студентів у жорсткому «прив'язуванні» до певних шаблонів майбутнього фахівця, незважаючи на особливості його особистісного становлення. Із цього приводу відомий акмеолог Н. Вишнякова зазначає: «Неможливо вимагати від кактуса плодів винограду. Доцільно «вирощувати» із кожного «ростка» особистості лише те, що відповідає глибинному творчому потенціалу вільного «визрівання» [36, с. 207]. Отже, доцільним виявилось впровадження в педагогічний процес ВНЗ фасилітаційних (від англ. facilitate – полегшувати, сприяти, створювати необхідні умови) технологій педагогічного впливу, всебічне сприяння формуванню у майбутніх менеджерів невиробничої сфери прагнення до

самоосвіти, саморозвитку, самовиховання, самовдосконалення. Надмірно прискіпливе, авторитарне, науково не обґрунтоване педагогічне управління розвитком креативності студентів ВНЗ економічного профілю повинно змінитися уважним ставленням до особистісних та індивідуальних особливостей професійного зростання майбутнього менеджера невиробничої сфери.

Під час проведення ділових ігор ми завжди намагалися в кожного студента підтримувати надію на успішне розв'язання будь-якої проблеми. Адже коли не підтримують надію на успіх, діяльність спрямовується на уникнення невдач, конфліктів, ризику, при цьому творчі процеси блокуються, не розвиваються, Викладач має підтримати ініціативу студента. Педагогу не варто надто суворо, категорично негативно оцінювати те, що студент зробив самостійно. Авторитет викладача повинен зберігатись, але студентові не слід цілковито на нього покладатись. Тільки подолання залежності від авторитету і тиску інших може сприяти створенню нового, оригінального, своєрідного. Необхідне доброзичливе ставлення і прийняття, що забезпечує психологічну безпеку і сприяє виявленню креативності, цілком справедливо вважає В. Фрицюк [114], і ми погоджуємося з цими твердженнями.

Величезної популярності серед педагогів-учасників експерименту набули поза аудиторні форми роботи за тематичним напрямом програми підтримки розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери: педагогічні дискусії, диспути, творчі зустрічі.

Таким чином, на підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що педагогічна підтримка студентів під час організації і проведення ділових ігор сприяє формуванню креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Висновки до другого розділу

1. На підставі аналізу теоретичних джерел із проблеми формування креативності сформульовано висновок, що розвиток мотивів творчої самореалізації студентів створенням творчого навчального середовища – одна з провідних педагогічних умов ефективного формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки із застосуванням ділових ігор.

Створення творчого навчального середовища, яке б максимально сприяло досягненню вагомих результатів при формуванні креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є досить складною, багатогранною проблемою. Для її вирішення нами створена низка ділових ігор з дисципліни «Менеджмент» і впроваджена в навчальний процес.

У розділі представлено авторське бачення творчого навчального середовища, яке спрямоване на розвиток креативності майбутнього менеджера та дає змогу в межах свого існування вирішувати необхідні для цього завдання, а саме: формування та всебічний розвиток творчої особистості студента; стимулювання всіх суб'єктів навчання до творчої активності, самореалізації, саморозвитку, самовиховання; створення умов для постійного збільшення частки самостійної роботи студента в навчанні; підвищення ефективності вищої освіти та престижності праці менеджера.

2. Важливою умовою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки із застосуванням ділових ігор у процесі фахової підготовки є розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів. У розділі обґрунтовано поняття ділової гри з використанням веб-ресурсів. Під такою грою ми розуміємо, ділову гру, що розроблена засобами ІКТ. Застосування ІКТ нами використано для формування креативності студентів при проведенні навчальної практики у формі ділової гри «Віртуальне підприємство», при чому використано такі види засобів; електронні

посібники; Internet; програму PowerPoint, Веб-квест. Обґрунтовано доцільність їх використання у процесі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

3. Педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор – третя педагогічна умова формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Головною особливістю педагогічної підтримки були такі чинники: прийняття, безоцінність, підтримка надії на успіх, діяльність спрямована на уникнення невдач, що сприяло розвиткові внутрішніх мотивів до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери та, зрештою, позитивно впливало на формування креативності майбутніх фахівців. Комплексне дотримання перерахованих вище умов забезпечить результативність формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки з використання ділових ігор.

5. Вивчення наявних у педагогічній теорії та практиці надбань дало змогу розробити організаційно-педагогічну модель формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор. Необхідною умовою створення, розвитку й функціонування моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є визначення її вихідних принципів, які ураховуються при виборі змісту, методів і форм організації навчальної діяльності майбутніх менеджерів, спрямованої на формування їхньої креативності.

Основні матеріали першого розділу відображено в таких працях автора [165; 195; 233; 245].

РОЗДІЛ 3.
ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ

3.1 Організація і методика проведення педагогічного експерименту

Експериментальна перевірка ефективності обґрунтованих педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери здійснювалася на базі факультету економіки та менеджменту Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету та інституту менеджменту та адміністрування Вінницького національного технічного університету. На різних етапах дослідження в експерименті взяли участь 498 осіб (478 студентів та 20 викладачів). Для експерименту було відібрано експериментальну та контрольну групи (КГ) з приблизно однаковим складом і вихідним рівнем сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Формувальний експеримент тривав чотири роки, впродовж яких у процесі професійної підготовки студентів (читання курсу «Менеджмент», навчальної практики, позааудиторної та самостійної роботи), починаючи з першого по четвертий курс, впроваджувалася розроблена нами організаційно-педагогічна модель, зорієнтована на формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Дослідно-експериментальна робота щодо формування креативності майбутніх менеджерів мала систематичний характер і здійснювалась відповідно до обґрунтованих у дослідженні педагогічних умов.

Дослідження проводилося у чотири етапи – з 2006 по 2014 рік.

Перший етап дослідження: підготовчий (2006-2008 рр.). На цьому етапі дослідження проведено аналіз соціологічної, психологічної, педагогічної, методичної літератури із теми дослідження, проаналізовано різні підходи до

розв’язання проблеми формування креативності майбутніх менеджерів, розглянуто передовий педагогічний досвід з використання інноваційних технологій навчання, зокрема ділових ігор у навчальному процесі ВНЗ, виявлені можливості використання матеріалів, одержаних у ході дослідження. Внаслідок проведеного аналізу було сформульовано мету, гіпотезу, завдання, визначено теоретико-методичні основи дослідження.

Другий етап експерименту: діагностичний (2009-2010 рр.). Проведено констатувальний етап педагогічного експерименту, з’ясовано вихідний рівень креативності у студентів спеціальності 6.03001 «Менеджмент», кваліфікації 6.0300101 «Менеджмент організацій торгівлі», 6.0300106 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» та 6.0300102 «Менеджмент туристичної індустрії», які ввійшли до експериментальної та контрольної груп.

Третій етап експерименту: формувальний (2010-2013 рр.). Визначено та обґрунтовано педагогічні умови, необхідні для формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери; розроблено ділові ігри для реалізації визначених педагогічних умов, підготовлено дидактичні матеріали для проведення занять. Розроблено експериментальну програму навчання викладачів у «Школі педагогічної майстерності» з розвитку креативності студентів. Проведено формувальний етап педагогічного експерименту.

Четвертий етап: підсумковий (2013-2014 рр.). Систематизовано й опрацьовано експериментальні дані. Проаналізовано результати дослідно-експериментальної роботи. Сформульовано загальні висновки. Здійснено оформлення дисертаційного дослідження. Для обробки даних, отриманих під час прикінцевої діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, було використано методи математико-статистичної обробки результатів дослідження. Комплексний аналіз даних, отриманих різними методами, дозволив зробити висновок про ефективність використання запропонованих педагогічних умов з метою формування

креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

На другому етапі дослідження було проведено констатувальний етап педагогічного експерименту, що дозволило з'ясувати рівень креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери до експерименту.

В якості КГ були вибрані студенти 8 груп (238 студентів), у в якості ЕГ були вибрані студенти 8 груп (240 студентів), які навчаються за спеціальністю «Менеджмент» на 3 та 4 курсах навчання, таким чином на даному етапі експерименту взяли участь 478 студентів третього курсу навчання та 20 викладачів.

Однією з основних умов ефективності педагогічного експерименту було забезпечення рівних початкових умов і стану контрольної та експериментальної груп (кількісний склад студентів, однакова успішність, освіта викладачів). Розподіл груп для проведення експерименту представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Таблиця розподілу груп для проведення експерименту

Спеціальності	КГ	ЕГ
Менеджмент організацій	66	58
Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	30	32
Менеджмент туристичної індустрії	28	26
Менеджмент організацій з зовнішньоекономічної діяльності	62	58
Менеджмент організацій і адміністрування	52	66

Для діагностики рівнів креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери нами було виділено основні критерії та показники цього складного особистісного утворення у п. 1. 2.

На констатувальному етапі експерименту ми використовували такі методи як спостереження, анкетування, тестування, метод експертних оцінок,

опитувальник «Визначення креативного потенціалу менеджерів» [246]; визначення самооцінки творчих здібностей (О. Тунік); експрес-метод Джонсона; методика О. Лачінса «Гнучкість мислення»; тест Торенса (вербальна та образна частини); модифікований тест Н. Вишнякової «Креативність», Опитувальник САМОАЛ (за А. Лазукіним) та ін (Додаток К, К.1 – К.6).

Для наочного представлення використаних під час проведення констатувального етапу експерименту методик, ми сформували таблицю 3.2.

Таблиця 3.2

Методики визначення креативності за визначеними показниками

Критерії креативності	**Показники креативності**	**Методи діагностики креативності**
Спонукально-аксіологічний	– наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; – готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; – мотивація саморозвитку, віра у свої можливості	Спостереження; анкетування, тестування; визначення самооцінки творчих здібностей (О. Тунік); Опитувальник САМОАЛ (за А.Лазукіним); тест вербальної креативності (RAT) С. Медніка (адаптація А.Н. Вороніна, дорослий варіант)
Інформаційно-пізнавальний	– знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; – швидкість, гнучкість, – оригінальність, асоціативність мислення; – знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності	Методика О. Лачінса «Гнучкість мислення», метод експертних оцінок, модифікований тест Н.Вишнякової «Креативність», опитувальник «Визначення креативного потенціалу менеджерів», спостереження, анкетування

Продовж. табл. 3.2

Дієво-практичний	– володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності; – здатність впливати на підлеглих, контактність; – базові управлінські навички, досвід творчої діяльності	Спостереження, анкетування, експрес-метод Джонсона, метод експертних оцінок, аналіз продуктів творчої діяльності та ін.

З метою більш точної діагностики деяких показників креативності (для яких ми не знайшли спеціально розроблених методик) було використано метод експертних оцінок. Експертами були 4 провідні викладачі фахових дисциплін. Адекватність оцінки за кожним показником креативності забезпечувалася попереднім обговоренням всіма експертами основних критеріїв оцінки. У дослідженні було використано п’ятибальну шкалу оцінок. Кожній ознаці співвідносився якісно описаний бал (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Шкала експертних оцінок сформованості ознак креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери

Ступінь вияву ознаки	**Кількість балів**
Виявляється яскраво	5
Ознака виявляється	4
Виявляється слабко	3
Виявляється початково	2
Зовсім не виявляється	1

Низку показників креативності ми діагностували через розроблені нами анкети для студентів (додаток Л, Л.1 – Л.3).

Так, для з’ясування особливостей мотиваційно-ціннісного й когнітивного компонентів креативності студентів ми використовували спеціально розроблену анкету «Креативність та фактори що впливають на її розвиток», яка містила низку запитань (додаток П.1). Так, наприклад, на

запитання анкети: «Що Ви розумієте під поняттям «креативність»? 85 % студентів не змогли дати чіткої відповіді. Серед найбільш поширених були: «творчі здібності» (60 % опитаних); «творчий потенціал» (48 %); «оригінальність» (25 %); «художні здібності» (8 %) та ін. Досить багато студентів ототожнюють поняття «креативність» з поняттям «творчість» (34%). На питання: «У чому специфіка креативності майбутнього менеджера невиробничої сфери?» студентам також було важко відповісти. Студенти, як правило, не пов'язували цю якість з майбутньою професійною діяльністю. Позитивним є те, що значна частка опитаних студентів (70 %) стверджують, відповідаючи на питання: «Чи потребує удосконалення Ваша здатність до творчості», що їхній рівень креативності недостатній й потребує розвитку. На питання анкети: «Які б зміни Ви внесли б у навчальний процес, аби підвищити ефективність формування креативності майбутнього менеджера невиробничої сфери у процесі професійної підготовки?» майже половина студентів (48 %) відповіли, що варто на заняттях з різних предметів розв'язувати більше творчих завдань, 15 % респондентів зазначили, що варто більше уваги приділяти практиці й лише 4 % відповіли, що креативність – це вроджена якість і під час навчання не розвивається. Принагідно зауважимо, що на питання, яке стосувалося ідеалу менеджера невиробничої сфери серед основних якостей, як-то: знання з фаху, професійна компетентність, комунікабельність, відповідальність, принциповість та ін. значна частка студентів відзначила серед професійно важливих якостей креативність.

Ще одна анкета «Визначення необхідних умов що сприяють процесу формування креативності студентів в умовах професійної підготовки» (див. додаток Л.3) пропонувала студентам обрати відповідь із запропонованих варіантів. Варто зауважити, що переважна більшість студентів зазначила, що економічний ВНЗ має потенційні можливості для формування їхньої креативності, яку вони вважають недостатньо розвиненою у себе. До питання: «Які психологічні бар'єри на шляху до формування власної креативності Ви можете назвати?» обиралися різні відповіді, це були:

недостатній рівень знань студентів про власні потенційні можливості (65 %); нехтування педагогами індивідуальних особливостей особистості студентів (34 %); переважання стандартних підходів у навчанні над творчими (18 %); серед інших причин називалися відсутність здібностей до творчої діяльності, відсутність мотивації, безперспективність тощо.

Зауважимо, що показники когнітивного компонента (інформаційно-пізнавального критерію), такі як: знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення; знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності діагностувалися, крім вище названих методик, в основному виконанням творчих завдань студентами, контрольних і самостійних робіт та методом експертних оцінок.

У процесі анкетування ми намагалися також визначити думку студентів про використання в навчальному процесі ігрових методів навчання, а саме ділових ігор. Дані опитування свідчать: близько 40 % студентів стверджують, що ігри зовсім не використовуються на заняттях, такий же відсоток стверджує, що ігри використовуються дуже рідко. Майже 15 % студентів повідомляють, що ігри лише інколи застосовуються, близько 5 % стверджують, що вони використовуються часто. Ділові ігри частіше використовуються на заняттях зі спеціальних дисциплін (так вважають близько 40 % студентів), нечасто – з психолого-педагогічних дисциплін (близько 30 %), рідко – з гуманітарних дисциплін (близько 10 %) та дуже рідко – із суспільних дисциплін.

Більшість студентів бажають, щоб ігри частіше застосовувалися на заняттях (51 % – обов’язково, 37 % – іноді), близько 8 % їх не впевнені в необхідності використання гри в навчальному процесі та майже 4 % не хотіли б брати у них участь. Значна частина усвідомлює ефективність дидактичних ігор у навчальному процесі та вважає, що ігри допомагають навчанню (52 % вважають, що завжди, 35 % – інколи). Значно менше студентів не впевнені (близько 8 %) або вважають, що ігри не допомагають у

навчанні. Крім цього, чимало студентів вбачає позитивний вплив ігор і на стосунки у групі (близько 40 % вважають, що гра може змінити стосунки у групі, 25 % – що іноді, 25 % студентів не впевнені, що гра може змінити стосунки у групі, 7 % не знають, і 3 % – вважають, що гра не може змінити стосунки у групі.

Узагальнення результатів констатувального етапу експериментального дослідження дає підстави визначити три рівні сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери: низький, середній та високий.

Низький рівень креативності: в студентів внутрішня мотивація до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери відсутня чи слабко проявляється; вони не готові вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; не простежується мотивація саморозвитку, не вірять в свої можливості; слабко виявляються знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; не виявляється, чи слабко виявляється швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення; низький рівень знань особливостей розвитку організацій та їх конкурентоспроможності; студенти демонструють слабкий рівень володіння прийомами генерування й аналізу ідей, безініціативність у діяльності; контактність має епізодичні прояви; базові управлінські навички мало сформовані, досвід творчої діяльності мінімальний.

Середній рівень креативності: в студентів простежується внутрішня мотивація до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; вони готові розв’язувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; мотивовані на саморозвиток, вірять в свої можливості; мають належні знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; у них фрагментарно виявляються такі характеристики мислення як швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність; студенти добре обізнані з особливостями розвитку організацій та їх конкурентоспроможності; демонструють задовільний рівень володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціативність у діяльності;

за додаткових стимулів виявляють контактність; достатньо сформовані базові управлінські навички, мають певний досвід творчої діяльності.

Високий рівень креативності: в студентів спостерігається сильна внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; вони готові на високому рівні вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; мотивація саморозвитку та віра в свої можливості яскраво виражені; вони демонструють високий рівень знань в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, глибоке знання технологій управлінської діяльності; швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення виявляються досить часто; студенти блискуче обізнані з особливостями розвитку організацій та їх конкурентоспроможності; демонструють високий рівень володіння прийомами генерування й аналізу ідей, завжди виявляють ініціативність у діяльності, контактність; у них високий рівень сформованості базових управлінських навичок, мають значний досвід творчої діяльності.

Аналіз результатів кількісних показників проведеного експерименту дозволив констатувати наступне: високий рівень сформованості креативності виявлено у досить малої кількості студентів. Градація виявлення креативності у студентів на етапі діагностики представлена в кількісних показниках у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Середні значення рівнів розвитку креативності студентів за визначеними критеріями на початку експерименту

Групи	**Критерії**	**Рівні креативності (%)**		
		Високий	**Середній**	**Низький**
ЕГ (n=240)	Особистісно-спонукальний	14,6 (n=35)	57,1 (n=137)	28,3 (n=68)
	Інформаційно-пізнавальний	16,7 (n=40)	52,1 (n=125)	31,2 (n=75)
	Дієво-практичний	10 (n=24)	40,8 (n=98)	49,2 (n=118)
КГ (n=238)	Особистісно-спонукальний	14,3 (n=34)	58,4 (n=139)	27,3 (n=65)
	Інформаційно-пізнавальний	17,7 (n=42)	52,9 (n=126)	29,4 (n=70)
	Дієво-практичний	10,9 (n=26)	42,4 (n=101)	46,6 (n=111)

Аналіз даних, представлених у таблиці 3.4, свідчить, що на констатувальному етапі педагогічного експерименту рівень креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери був невисоким і в ЕГ і в КГ за усіма критеріями. Так, за особистісно-спонукальним критерієм високий рівень показало 14,6 % студентів в ЕГ і 14,3 % в КГ. Середній рівень виявився у 57,1 % опитаних в ЕГ і 58,4 % в КГ. Низький – 28,3 % в ЕГ та 27,3 % в контрольній. За інформаційно-пізнавальним критерієм: високий рівень показало 16,7 % студентів в ЕГ і 17,7 % в КГ. Середній рівень виявився у 52,1 % опитаних в ЕГ і 52,9 % в КГ. Низький – 31,2 % в ЕГ та 29,4 % в контрольній. За критерієм дієво-практичним: високий рівень засвідчили у 10 % студентів в ЕГ і 10,9 % в КГ. Середній рівень виявився у 40,8 % опитаних в ЕГ і 42,4 % в КГ. Низький – 49,2 % в ЕГ та 46,6 % в контрольній.

Узагальнення результатів початкової діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери показано у таблиці 3.5

Таблиця 3.5

Узагальнені результати констатувального етапу експерименту

Групи		Рівні креативності (%)		
	Кількість	Високий	Середній	Низький
ЕГ	(n=240)	13,7 % (n=33)	50 % (n=120)	36,3 % (n=87)
КГ	(n=238)	14,3 % (n=34)	51,3% (n=122)	34,4 % (n=82)

Як видно з таблиці 3.5, на констатувальному етапі педагогічного експерименту рівень креативності студентів експериментальної та контрольної груп знаходився майже на однаковому рівні. Якщо в ЕГ високий рівень креативності в цілому показало 13,7 % студентів, то в КГ – 14,3 %. Середній рівень креативності ми засвідчили у 50 % студентів ЕГ і у 51,3 % – контрольної. Низький рівень продемонструвало 36,3 % майбутніх менеджерів з ЕГ і 34,4 % з контрольної.

Результати початкової діагностики показано на рисунку 3.1.

Рис. 3.1. Узагальнені результати констатувального етапу експерименту

Результати констатувального етапу педагогічного експерименту свідчать про недостатній рівень креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, про що свідчать і цифрові дані, представлені в табл. 3.5. Проведені дослідження показали також, що в економічному навчальному закладі не створено необхідних умов для реалізації потенційних можливостей майбутніх менеджерів стосовно формування їхньої креативності. Студенти не мають необхідної практичної підготовки щодо складання програм самопізнання, самовдосконалення своєї особистості та реалізації її на практиці. У них не сформовані навички гігієни розумової праці, через що знижується їх працездатність і погіршується робота над професійним самовдосконаленням. Це значно впливає на саморозвиток студентів, розвиток їх професійно важливих якостей і формування готовності до професійного самовдосконалення. Узагальнення отриманих даних дозволило зробити висновок про те, що одним з найважливіших завдань викладачів економічних ВНЗ, у контексті нашого дослідження, є цілеспрямоване створення умов, які б сприяли формуванню креативності у студентів.

Таким чином, проведене діагностичне дослідження дозволило виявити стан креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери на початку експерименту. Було з'ясовано, що загальний стан сформованості креативності у майбутніх менеджерів знаходиться переважно на низькому та середньому рівнях (відповідно у 36 % і 50 % студентів) і лише у незначної частини майбутніх менеджерів, 13 % – на високому рівні. Основними причинами цього є недостатня увага в навчальному процесі економічного ВНЗ до проблем формування креативності студентів. Це свідчить про необхідність здійснення педагогічних впливів щодо розвитку мотивації до творчої діяльності студентів, збагачення їхніх знань з питань технологій управлінської діяльності, особливостей розвитку організацій невиробничої сфери тощо, розвиток їх умінь у цій сфері.

Як можна побачити на рисунку 3.1, результати констатувального експерименту в контрольній та експериментальній групах мають несуттєві розбіжності. Зауважимо, що вибірки експериментальної та контрольної груп є випадковими й незалежними, а величини рівнів сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери мають безперервний розподіл та обчислюються за шкалою в порядку, відповідно до трьох рівнів (високий, середній, низький). З метою доведення, що частотні показники результатів діагностики креативності ЕГ та КГ статистично не відрізняються, ми висунули нульову гіпотезу H_o, за якою контрольна та експериментальна групи за кількісними і якісними показниками креативності статистично різняться. Сформульовану гіпотезу ми перевіряли використовуючи критерій згоди К. Пірсона χ^2:

$$\chi^2 = \frac{1}{n_1 \times n_2} \sum_{i=1}^{n} \frac{(n_1 \times o_{2i} - n_2 \times o_{1i})^2}{o_{1i} + o_{2i}}, \qquad (3.1)$$

n_1, n_2 – кількість студентів відповідно експериментальної та контрольної груп;

i – ранг рівня креативності (у нашому випадку i = 1, 2, 3 (низький, середній, високий));

O_{1i}, O_{2i} – кількість студентів *i*-го рівня відповідно експериментальної та контрольної груп.

Тоді отримаємо:

$$\chi^2=\frac{1}{238\cdot240}\times\left(\frac{(240\cdot34-238\cdot33)^2}{33+34}+\frac{(120\cdot238-122\cdot240)^2}{120+122}+\frac{(87\cdot238-82\cdot240)^2}{87+82}\right)=0,17$$

Відповідно при рівні значущості α=0,05, виконавши підрахунки значення статистики χ^2 за формулою та порівнявши його з критичним значенням статистики $\chi^2_{крит}$, яке у таблиці з урахуванням ступеня вільності v = 2, $\chi^2_{крит.}$ *=0,13* отримаємо, що $\chi^2_{експ} > \chi^2_{крит}$. Тому нульову гіпотезу H_o відхиляємо, натомість приймаємо альтернативну – відібрані експериментальна та контрольна групи студентів для проведення експерименту статистично однакові.

Формувальний експеримент здійснювався протягом 2010-2013 рр. Дослідження проводилося зі студентами спеціальності 6.03001 «Менеджмент».

Головне завдання формувального експерименту – оцінювання ефективності формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери з уведенням експериментального чинника (організаційно-педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор) у ЕГ і без введення експериментального чинника в КГ.

У формувальному експерименті брали участь 240 студентів Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету та 238 студентів Вінницького національного технічного університету. Було сформовано 8 експериментальних та 8 контрольних груп студентів (відповідно (124 і 116) та (116 і 122) студентів). Усі експериментальні ми об’єднали умовно в одну – ЕГ, а усі контрольні – в КГ. Вибір експериментальних та контрольних груп відбувався випадковим чином, а при проведенні експерименту виконувалися

всі вимоги щодо застосування статистичних методів опрацювання результатів педагогічних досліджень: всі вибірки були однорідними та незалежними. У контрольній групі протягом усього експерименту заняття проводились традиційно, за всталеною схемою, за типовими навчальними планами та складеними у відповідності до них навчальними та робочими програмами. В експериментальній групі заняття розроблялись і проводились відповідно з використанням засобів ділових ігор та ІКТ.

Під час формувального експерименту ми впровадили у навчальний процес студентів ЕГ, майбутніх менеджерів невиробничої сфери, навчальну практику, яка проводилася у формі ділової гри «Віртуальне підприємство». Під час проходження навчальної практики студенти створювали віртуальне підприємство та звітували у формі презентацій.

Передбачалось, що формування креативності залежить від спеціальної організації навчального процесу студентів (за якої впроваджуються обґрунтовані вище педагогічні умови формування креативності) і буде більш ефективним, якщо формувати цю якість за допомогою ділових ігор, під час їх використання на практичних заняттях, створення студентами веб-квестів за темами дисциплін професійного спрямування, зокрема, «Менеджменту», під час навчальної виробничої практики та під час самостійного опрацювання студентами навчального матеріалу.

Головним у формувальному етапі експерименту було те, що в експериментальній групі були впроваджені обґрунтовані нами організаційно-педагогічні умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери (розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища; розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів; педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор) та вивчення дисциплін циклу професійної й практичної підготовки проводилося з використанням активних методів навчання, а саме, ділових ігор. Студенти контрольної групи

проходили звичайний курс навчання, де використовувались традиційні форми проведення занять у вигляді лекцій та практичних (без впровадження організаційно-педагогічних умов та ділових ігор).

Серед форм навчальної взаємодії на формувальному етапі експерименту було використано колективні й індивідуальні форми навчальної взаємодії. Групові форми роботи дозволяли стимулювати пізнавальну активність студентів, вони могли виявити себе, висловити власну думку, ознайомитись із позиціями інших. Це сприяло тому, що майбутні менеджери невиробничої сфери могли краще пізнати себе, виробити адекватну самооцінку стосовно власної креативності, переосмислити свої погляди стосовно творчої самореалізації як менеджера і в кінцевому рахунку досягти потрібної внутрішньої мотивації саморозвитку та віри у свої можливості.

Один із напрямів нашої роботи стосувався розвитку мотивів творчої самореалізації студентів створенням творчого навчального середовища. Як вже зазначалося у підрозділі 2.1, для розвитку мотивів творчої самореалізації майбутніх менеджерів невиробничої сфери необхідно створити у студентів потребу в творчій діяльності, тобто сформувати установку на творчу самореалізацію на посаді менеджера невиробничої сфери. Вирішенню цього завдання сприяли такі форми занять, як проблемні лекції й семінари, зустрічі з досвідченими менеджерами, робота у творчих групах, ділові ігри («Виробнича нарада», «Вирішення конфліктної ситуації», «Атестація працівників», гра «Шість капелюхів») та ін.

На семінарських та практичних заняттях з метою формування готовності майбутніх менеджерів вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності ми пропонували студентам розв’язувати завдання на *аналіз професійних ситуацій*, які можуть виникнути у їхній майбутній професійній діяльності. Студенти обговорювали різні точки зору стосовно розв’язання цих професійних проблем, обґрунтовували свою думку, доводили власну точку зору, що посилювало їхню віру у власні можливості.

У результаті вироблялися об’єктивні критерії для самоаналізу себе як майбутнього менеджера невиробничої сфери, у студентів формувалася установка на професійний саморозвиток і формування креативності.

Загалом під час формувального етапу експерименту, створюючи творче навчальне середовище, ми використовували такі засоби, форми та технології підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, що ефективно та результативно забезпечують продуктивність творчої діяльності студентів, розвиток їхньої креативності, оскільки саме творче навчальне середовище забезпечує підтримку студентам, сприяє формуванню креативності кожного його учасника, виступає можливістю найповнішої самореалізації, створює умови для самоствердження, розвиває мотиви творчої самореалізації.

Основними завданнями при створенні творчого середовища були такі:

– стимулювання та підтримка будь-якої творчої ініціативи студента;

– пріоритетність особистісної, а не функціонально-рольової взаємодії учасників;

– сприятливий для навчання емоційний клімат;

– забезпечення колективної взаємодії при проведенні ділових ігор.

А при організації і проведенні ділових ігор намагалися забезпечити: дотримання всіма учасниками правил рольової поведінки; узгодження планів дій; присутність усіх учасників; внесок кожного в розвиток загального проекту; розвиток в учасників процесу навичок слухання й отримання інформації; усвідомлення цілей усіма учасниками; постійне здійснення зворотного зв’язку та ін.

З метою розвитку мотивів творчої самореалізації майбутніх менеджерів невиробничої сфери у творчому навчальному середовищі ВНЗ (студентів ЕГ) ми розробили низку ділових ігор «Оцінка ділових якостей менеджера», «Планування робочого часу», для студентів спеціальності «Менеджмент» з дисципліни «Менеджмент».

Приклад організації однієї з проведених ділових ігор: «Адаптація молодого менеджера» наведено в п. 2. 2. Ця ділова гра проводилася після

вивчення таких тем: «Функції менеджменту», «Система методів менеджменту», «Управлінські рішення», «Комунікації у менеджменті», «Керівництво та лідерство», «Організація особистої праці менеджера», «Менеджер – професійний керівник».

При проведенні ігрових занять досить ефективним було використання «мозкового штурму» та «методу номінальної групи». Ці методи сприяли розвитку здатності студентів абстрагуватися від об'єктивних умов та наявних обмежень, формували вміння зосередитися на певних об'єктах. Використання цих методів передбачало пошук найкращого вирішення проблеми, що винесена для розв'язання, сприяючи формуванню багатьох показників креативності студентів.

У такій роботі активно формувалася і виявлялася мотивація студентів до творчої самореалізації, готовність вирішувати завдання в ситуаціях невизначеності, подальшого розвитку також дістали показники інформаційно-пізнавального критерію креативності.

На лекціях викладачі подавали систематизований опис складних економічних явищ, об'єктів, процесів, розкривали зв'язки та залежності між ними. У цей час ми збагачували знання студентів про особливості розвитку організацій невиробничої сфери, їхньої конкурентоспроможності. Студенти набували досвіду пізнавальної діяльності, тобто знань в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знань технологій управлінської діяльності, знань про основні прийоми генерування й аналізу ідей тощо.

Важливе значення у процесі розвитку показників інформаційно-пізнавального критерію креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери мало використання під час занять проблемних та евристичних методів, зокрема проблемний виклад знань, аналіз професійних управлінських ситуацій, вирішення творчих завдань, евристичні бесіди, ділові ігри та ін.

Серед частково-пошукових методів особливе значення для розвитку таких показників креативності майбутніх менеджерів як швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення мав евристичний метод,

що дозволяв стимулювати самостійний пошук студентами інформації при вирішенні ними проблемних завдань під керівництвом викладача, генерувати більшу кількість ідей, бачити альтернативні шляхи розв'язання різних ситуацій тощо.

Для забезпечення другої умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери – розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів, нами використовувалися різні методи. Зокрема, ігрове проектування, що ґрунтується на ідеї побудови навчального процесу на активній основі, через спільну діяльність викладача і студентів з урахування їхнього власного досвіду. Цей метод, як показало дослідження, позитивно впливає на розвиток таких показників креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери як готовність вирішувати управлінські завдання, наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери, знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності, базові управлінські навички, досвід творчої діяльності.

З метою формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери ми використовували для студентів експериментальної групи ділову гру з веб-підтримкою «Віртуальне підприємство», що призначена для оволодіння студентами сучасними методами та прийомами прийняття рішень з питань загального та функціонального менеджменту, бізнес-планування, економіки, управління персоналом, опанування навичок проведення господарсько-фінансових операцій та виконання службових обов'язків на окремих робочих місцях імітаційних підприємств. Впровадження її в навчальний процес дозволило вирішити таке важливе завдання, як здійснення практичної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, розвиток їх креативності під час проходження навчальної практики у віртуальних організаціях та підприємствах. Цим самим забезпечувалося формування показників дієво-практичного критерію креативності.

Під час формувального етапу експерименту використовувалася з-поміж інших завдань самостійна розробка студентами веб-квестів. Наприклад, під час експерименту був розроблено веб-квест «Мандрівка в інформаційні системи та технології» (Додаток М). Як показало дослідження, крім формування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери нових компетенцій, підвищення мотивації до саморозвитку, підвищення особистісної самооцінки, веб-квест позитивно впливає на формування креативності студентів.

У структурі веб-квесту: анотація, вступ, завдання, процес, ролі, джерела, висновок, карта сайту. На карті сайту подано такі розділи: анотація, відділ ділової інформації, відділ інформаційних технологій, відділ корпоративних комунікацій, відділ маркетингу, відділ персоналу, джерела, завдання, процес, завдання, ролі, фінансовий відділ. Студентам для виконання завдань необхідно було спочатку ознайомитися з відділами компанії, обрати собі відповідну роль (кожна роль передбачала виконання певного завдання), виконати усі завдання відповідно своєї ролі, провести презентацію виконаної роботи. Оцінка виконаної роботи здійснювалася за розробленими критеріями.

Студенти експериментальної групи, відповідно завдань, працювали з таким програмним забезпеченням: «1С-Підприємство», «Парус-підприємство», «Project Expert», «Person-Pro» та пакетом прикладних програм Microsoft Office.

При впровадженні цієї педагогічної умови в експериментальній роботі активно використовувалися завдання на аналіз професійних ситуацій, а також завдання, що імітують професійну діяльність майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Для цього ми пропонували студентам ЕГ варіативні завдання з використанням веб-ресурсів трьох рівнів: репродуктивні, проблемні й творчі. Завдання репродуктивного характеру були спрямовані на точне відтворення теоретичного матеріалу в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знань технологій управлінської діяльності та передбачали

роботу студентів з текстами навчальних посібників (частіше, електронних), статей, монографій, складання таблиць, схем та ін. Це був перший етап розвитку відповідного показника інформаційно-пізнавального критерію. Завдання проблемного характеру були спрямовані на те, щоб підштовхувати студентів до генерування й аналізу ідей, до виявлення ініціативи в діяльності. Як правило, в цій ситуації студентам пропонувалося обговорити найбільш гострі проблеми, які можуть виникати у професійній діяльності менеджера невиробничої сфери. Кожний студент мав можливість висувати різноманітні гіпотези й доводити їх, виявляючи швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення. Завдання творчого характеру полягали в тому, що студентам було запропоновано розробити веб-квести за обраною тематикою.

Велику увагу ми також звертали на забезпечення третьої умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери – педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор.

На початку реалізації третьої педагогічної умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери для забезпечення ефективності педагогічної підтримки студентів під час організації і проведення ділових ігор було розроблено й впроваджено в практику «Програму формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор», що мала на меті ознайомлення викладачів з сутністю і структурою поняття «креативність», умовами, методами й формами її формування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Програма містить три блоки: теоретичні та практичні заняття для викладачів (лекції та семінари), що передбачають залучення викладачів до практичної діяльності з розвитку креативності; стимулювання професійного самовдосконалення педагогів у сфері формування креативності майбутніх менеджерів. Більш детально про це йдеться в п. 2. 4 і в додатку Е.2. Було проведено дискусії, ділові ігри, конференції, круглі столи за тематикою програми, організовано різноманітні види самостійної роботи викладачів,

педагогічні зустрічі, обмін досвідом розвитку креативності майбутніх фахівців у галузі управління.

З метою формування креативності студентів було розроблено низку різноманітних ігрових занять для розділів курсів «Вища та прикладна математика» та «Економіко-математичне моделювання», зокрема, впроваджено ділову гру під назвою «Фірма» з дисципліни «Вища та прикладна математика».

Під час проведення цих ділових ігор ми завжди у кожного студента підтримували надію на успішне розв’язання будь-якої проблеми, оскільки коли не підтримують надію на успіх, діяльність спрямовується на уникнення невдач, конфліктів, ризику, при цьому творчі процеси блокуються, не розвиваються. Викладач має підтримати ініціативу студента та не оцінювати суворо, категорично негативно самостійну роботу студента. Авторитет викладача повинен зберігатись, але студентові не слід цілковито на нього покладатись. Тільки подолання залежності від авторитету і тиску інших може сприяти створенню нового, оригінального, своєрідного. Необхідне доброзичливе ставлення і прийняття, що забезпечує психологічну безпеку та сприяє виявленню креативності.

Загалом діяльність викладача передбачала: формування стимулів та мотивів творчої самореалізації, формулювання настанов для студентів на досягнення мети (власної креативності), планування, консультування, розробку посібників, рекомендацій та інших дидактичних матеріалів на допомогу студентові в організації самостійної пізнавальної діяльності, спрямованої на набуття відповідних знань, умінь, базових управлінських навичок тощо.

При організації й проведенні ділових ігор на формувальному етапі експерименту викладачі намагалися створювати підтримуюче середовище емпатійної та творчої взаємодії зі студентами в пізнавальній, дослідницькій, предметній діяльності та при спілкуванні. Викладачі намагалися: бачити у кожному студенті унікальну особистість; бути не носієм істини, а джерелом

інформації й досвіду; бути доступним для кожного студента; підтримувати їхню ініціативу у різних видах творчої діяльності. Ми ніколи не порівнювали студента з іншими, а тільки з ним самим. Також завжди підтримувалася увага до особистості, інколи висували різні, неузгоджені вимоги, мінімалізували при виконанні творчих завдань зовнішній контроль за поведінкою, підтримували нестереотипну поведінку, що, безумовно, сприяло розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

Експериментальна робота з формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери передбачала комплексне запровадження усіх трьох визначених педагогічних умов з урахуванням специфічності цілей, змісту, організаційних форм, методів та прийомів педагогічного впливу.

Головною організаційною формою експериментальної роботи з формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери було обрано ділові ігри.

Проведений формувальний етап педагогічного експерименту дозволив систематизувати висновки дослідження в цілому.

3.2 Аналіз результатів експерименту

Після проведення формувального етапу педагогічного експерименту, спрямованого на перевірку педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери було визначено результативність цієї роботи. Дієвість формувальних впливів було визначено на основі порівняльного аналізу результатів початкової та прикінцевої діагностики креативності майбутніх фахівців у галузі управління. На основі розроблених критеріїв (спонукально-аксіологічного, інформаційно-пізнавального та дієво-практичного) та відповідних показників оцінено сформованость креативності майбутніх менеджерів в експериментальних і контрольних групах. При цьому застосовано комплекс дослідницьких методів і методик, зокрема

спостереження, бесіда, анкетування, тестування, експертні оцінки, аналіз творчого продукту.

Діагностика креативності у студентів після проведення формувального експерименту проводилася тими ж методами, що й на констатувальному етапі.

Варто відзначити суттєві якісні зміни у студентів ЕГ за показниками спонукально-аксіологічного критерію. Так, наприклад, у них помітно зросла внутрішня мотивація до творчої діяльності, творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери. Студенти після екперименту відзначали, що: «*Мені сподобалося в ділових іграх вирішувати справжні професійні проблеми» (Денис П.), «Я вже хочу швидше на роботу, оскільки відчуваю свою готовність до вирішення складних, нетрадиційних завдань» (Олена М.), «Я почав вірити в свої можливості й переконався після того, як спробував себе під час ділових ігор у різних ролях, що менеджер обов'язково має бути креативним» (Володимир К.).*

Результати кількісних змін креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за спонукально-аксіологічним критерієм подано в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Динаміка креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за спонукально-аксіологічним критерієм

Етапи	**Групи**	**Кількість осіб**	**Кількість осіб, які знаходяться на відповідному рівні креативності, (%)**		
			Низький	**Середній**	**Високий**
Початковий	КГ	238	65(27,3)	139 (58,4)	34 (14,3)
	ЕГ	240	68 (28,3)	137 (57,1)	35 (14,6)
Кінцевий	КГ	238	61 (25,7)	141 (59,2)	36 (15,1)
	ЕГ	240	17 (7,1)	156 (65)	67 (27,9)

Як видно з поданої таблиці, кількість студентів експериментальної групи з високим рівнем сформованості спонукально-аксіологічного критерію креативності після проведення формувального експерименту підвищився (було 14,6 %, стало – 27,9 %);, в контрольній було 14,3 %, стало 15,1 %; середній рівень креативності за цим критерієм в ЕГ – було 57,1 %, стало – 65 %; а в контрольній групі з середнім рівнем сформованості спонукально-аксіологічного критерію було 58,45 %, а після формувального експерименту кількість студентів зросла до 59,2 %; з низьким рівнем креативності в ЕГ за цим критерієм було 28,3 %, а після експерименту стало 7,1 %, як видно, їхня кількість суттєво зменшилася, натомість в КГ до експерименту було з низьким рівнем 27,3 % студентів, а після – 25,7 % (Рис. 3.2).

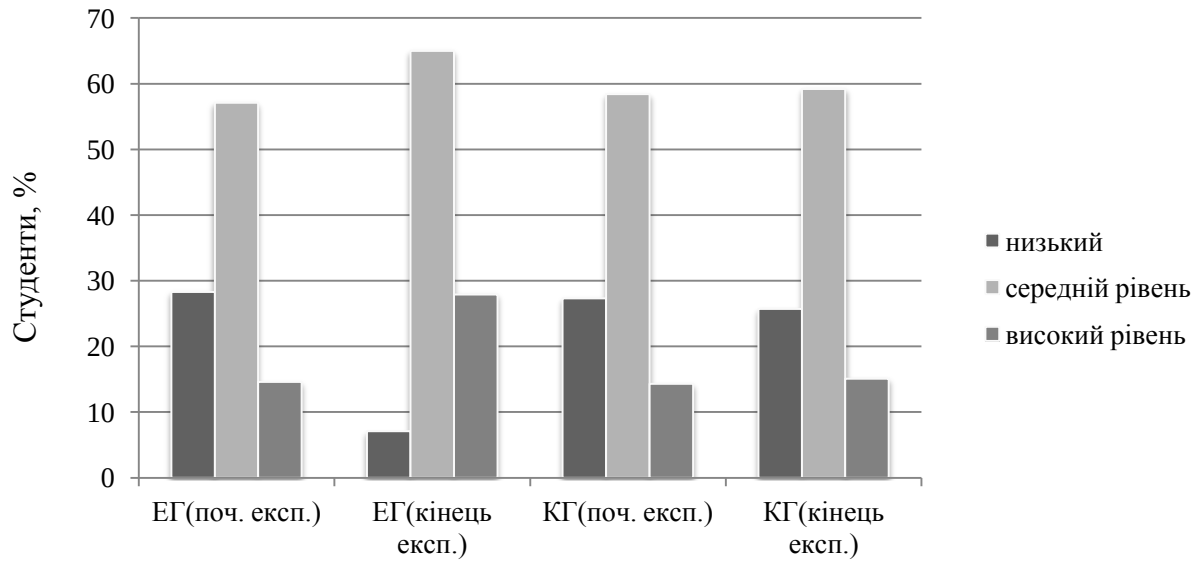


Рис. 3.2. Динаміка рівнів сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери контрольної та експериментальної груп (у %) (за спонукально-аксіологічним критерієм)

Прикінцева діагностика інформаційно-пізнавального критерію креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери також засвідчила якісні і кількісні зрушення у студентів експериментальної групи. Так, через значне зростання мотивації до творчої самореалізації саме на посаді менеджера невиробничої сфери студенти ЕГ продемонстрували підвищення

рівня знань в галузі менеджемнету, бізнесу, маркетингу, знань технологій управлінської діяльності. Причому позитивним був той факт, що ми зафіксували значне зацікавлення у самосійному здобутті професійно важливої інформації, тобто, надситуативну активність, за якої студенти, готуючись до тієї чи іншої гри самостійно знаходили цікаві інформаційні джерела, самостійно висували цікаві гіпотези й ідеї, демонструючи при цьому неабияку гнучкість мислення, здатність бачити альтернативні варіанти розв'язань будь яких виробничих проблем та оригінальність, оскільки більшість з них завжди прагнули до того, щоб управлінські рішення приймати самостійно, демонструючи при цьому високий рівень знань особливостей розвитку організацій невиробничої сфери та враховуючи особливості їхньої конкурентоспроможності.

Результати числових (у %) змін креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за інформаційно-пізнавальним критерієм подано в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Динаміка креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за інформаційно-пізнавальним критерієм

Етапи	**Групи**	**Кількість осіб**	**Кількість осіб, які знаходяться на відповідному рівні креативності, (%)**		
			Низький	**Середній**	**Високий**
Початковий	КГ	238	70 (29,4)	126 (52,9)	42 (17,7)
	ЕГ	240	75 (31,2)	125 (52,1)	49 (16,7)
Кінцевий	КГ	238	64 (26,9)	129 (54,2)	45 (18,9)
	ЕГ	240	24 (10)	161 (67,1)	55 (22,9)

Як видно з поданої таблиці, кількість студентів експериментальної групи з високим рівнем сформованості інформаційно-пізнавального критерію креативності після проведення формувального експерименту підвищився (було 16,7 %, стало – 22,9 %), в контрольній було 17,7 %, стало 18,9 %;

середній рівень креативності за цим критерієм в ЕГ – було 52,1 %, стало – 67,1 %; а в контрольній групі з середнім рівнем сформованості інформаційно-пізнавального критерію було 52,9 %, а після формувального експерименту кількість студентів зросла до 54,2 %; з низьким рівнем креативності в ЕГ за цим критерієм було 31,2 %, а після експерименту стало 10 %, як видно, їхня кількість суттєво зменшилася, натомість в КГ до експерименту було з низьким рівнем 29,43 % студентів, а після – 26,9 % (Рис. 3.3).

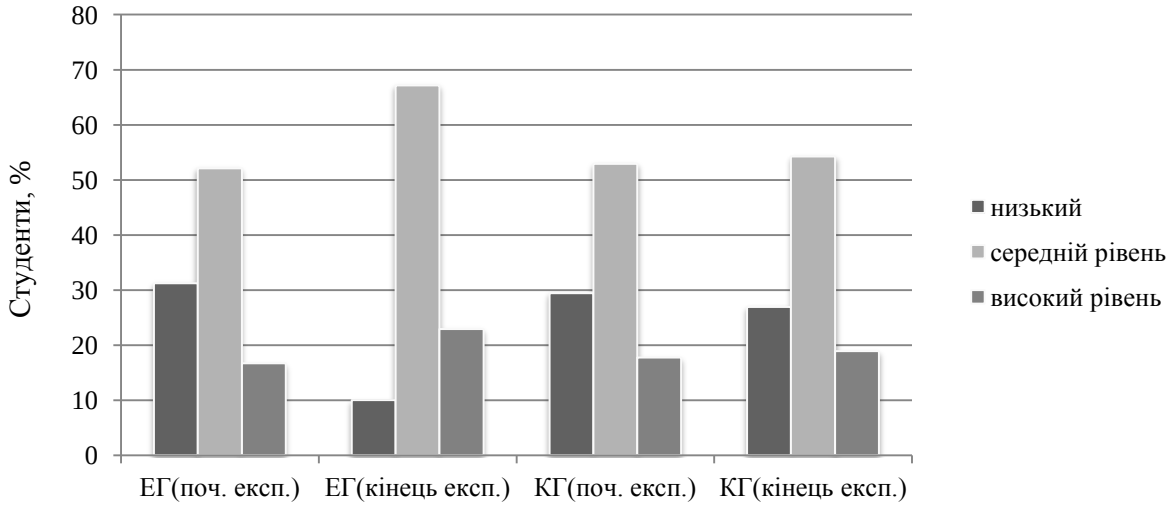


Рис. 3.3. Динаміка рівнів сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери контрольної та експериментальної груп (у %) (за інформаційно-пізнавальним критерієм)

За дієво-практичним критерієм креативності також спостерігалися значні якісні зміни у студентів експериментальної групи. Якщо до експерименту більшість зі студентів намагалася перечекати незручні запитання чи вирішення складних ситуацій, то після експерименту студенти досить часто почали виявляти ініціативу в діяльності, демонстувати володіння прийомами генерування й аналізу ідей, свої власних і тих, що висловлюють однокурсники. Також після експерименту спостерігалось значне підвищення рівня контактності студентів ЕГ, що пояснюється

набуттям досвіду творчої діяльності, досвіду спілкування з «колегами», з «підлеглими» під час участі в ділових іграх.

Результати динаміки креативності за дієво-практичним критерієм майбутніх менеджерів невиробничої сфери подано в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Динаміка креативності за дієво-практичним критерієм майбутніх менеджерів невиробничої сфери

Етапи	**Групи**	**Кількість осіб**	**Кількість осіб, які знаходяться на відповідному рівні креативності, (%)**		
			Низький	**Середній**	**Високий**
Початковий	КГ	238	111 (46,6)	101 (42,4)	26 (10,9)
	ЕГ	240	118 (49,2)	98 (40,8)	24 (10)
Кінцевий	КГ	238	100 (42)	111 (46,7)	27 (11,3)
	ЕГ	240	34 (14,2)	151 (62,9)	55 (22,9)

Як видно з поданої таблиці, кількість студентів експериментальної групи з високим рівнем сформованості дієво-практичного критерію креативності після проведення формувального експерименту підвищився (було 1 %, стало – 22,9 %); в контрольній було 10,9 %, стало 11,3 %; середній рівень креативності за цим критерієм в ЕГ – було 40,8 %, стало – 62,9 %; а в контрольній групі з середнім рівнем сформованості дієво-практичного критерію було 42,4 %, а після формувального експерименту кількість студентів зросла до 46,7 %; з низьким рівнем креативності в ЕГ за цим критерієм було 49,2 %, а після експерименту стало 14,2 %, як видно, їхня кількість суттєво зменшилася, натомість в КГ до експерименту було з низьким рівнем 46,6 % студентів, а після – 42 %.

Динаміка креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за дієво-практичним критерієм представлена на рисунку 3.4.

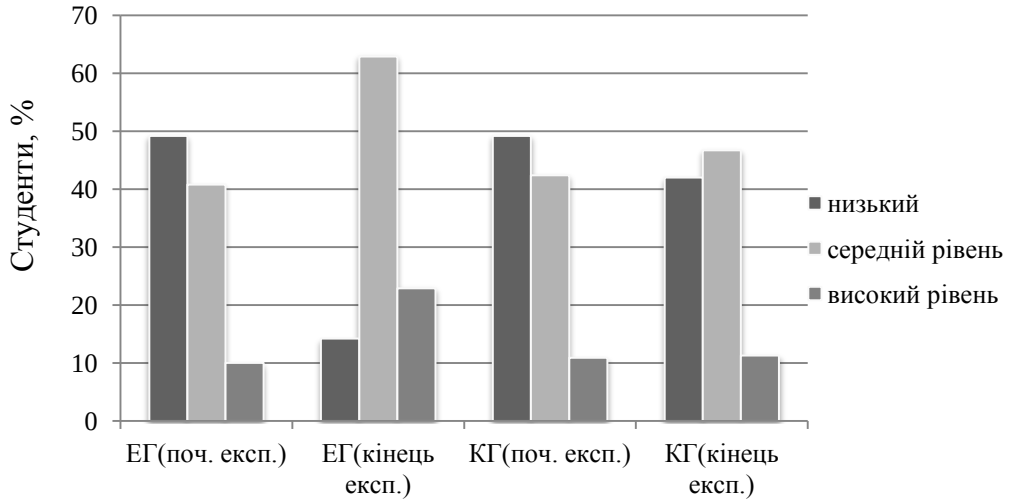


Рис. 3.4. Динаміка рівнів сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери контрольної та експериментальної груп (у %) (за дієво-практичним критерієм).

Таким чином, за результатами формувального етапу педагогічного експерименту з'ясовано, що за дієво-практичним критерієм в експериментальних групах значно зросла кількість студентів з високим і середнім рівнем креативності (з 10 % до 22,9 % та з 40,8 % до 62,9 %).

Порівняння критеріїв креативності за рівнями у студентів контрольної та експериментальної груп до і після впровадження педагогічних умов формування креативності із застосуванням відповідних ігрових технологій засвідчило підвищення відповідних показників в експериментальній групі, в контрольній групі таке підвищення було незначним (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Результати прикінцевої діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери за трьома критеріями

Групи	**Критерії**	**Рівні креативності (%)**		
		Високий	**Середній**	**Низький**
ЕГ (n=240)	Спонукально-аксіологічний	27,9 (n=67)	65 (n=156)	7,1 (n=17)
	Інформаційно-пізнавальний	22,9 (n=55)	67,1 (n=161)	10 (n=24)
	Дієво-практичний	22,9 (n=55)	62,9 (n=151)	14,2 (n=34)
КГ (n=238)	Спонукально-аксіологічний	15,1 (n=36)	59,2 (n=141)	25,7 (n=61)
	Інформаційно-пізнавальний	18,9 (n=45)	54,2 (n=129)	26,9 (n=64)
	Дієво-практичний	11,3 (n=27)	46,7 (n=111)	42 (n=100)

Узагальнені результати прикінцевої діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери показано в таблиці 3.10. Як видно з таблиці, прикінцеві результати, на відміну від початкових, суттєво відрізняються. В ЕГ 24,6 % студентів продемонстрували високий рівень креативності, а в КГ – 15,1 %; середній рівень - 65 %, в той час, як в КГ – 53,4 %, а низький – 10,4 %, а в КГ – 31,5 %.

Таблиця 3.10

Узагальнені прикінцеві результати діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери

Групи	Кількість студентів	Рівні креативності (%)		
		Високий	Середній	Низький
ЕГ	(n=240)	24,6 % (n=59)	65 % (n=156)	10,4 % (n=25)
КГ	(n=238)	15,1 % (n=36)	53,4% (n=127)	31,5 % (n=75)

На рисунку 3.5 показані результати діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери ЕГ та КГ після впровадження педагогічних умов.

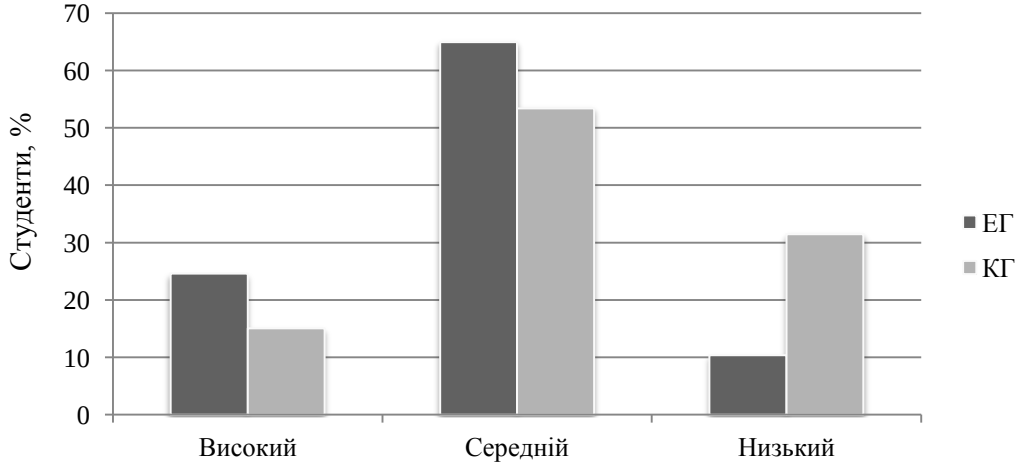


Рис. 3.5. Результати прикінцевої діагностики креативності

У таблиці 3.11 показана динаміка креативності, порівняння результатів діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери до експерименту і після. Як видно з таблиці, якщо до експерименту в ЕГ з високим рівнем креативності було 13,7 % студентів, то стало 24,6 %; якщо з

середнім рівнем було 50 % респондентів, то після експерименту стало 65 %; з низьким рівнем було зафіксовано 10,4 % опитаних, а до експерименту – 36,3 %. В КГ зміни виявилися не такими суттєвими. Так, якщо до експерименту з високим рівнем було 14,3 % студентів, до після – 15,1 %; з середнім рівнем було 51,3 %, а стало – 53,4 %; з низьким рівнем креативності було 34,4 %, а після експерименту – 31,5 %.

Таблиця 3.11

Динаміка креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери

Етапи	Групи	Кількість осіб	Кількість осіб, які знаходяться на відповідному рівні креативності, (%)		
			Низький	Середній	Високий
Початковий	КГ	238	82 (34,4)	122 (51,3)	34 (14,3)
	ЕГ	240	87 (36,3)	120 (50)	33 (13,7)
Прикінцевий	КГ	238	75 (31,5)	127 (53,4)	36 (15,1)
	ЕГ	240	25 (10,4)	156 (65)	59 (24,6)

Результати початкової і прикінцевої діагностики креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери експериментальної і контрольної групи представлені на рис. 3.6.

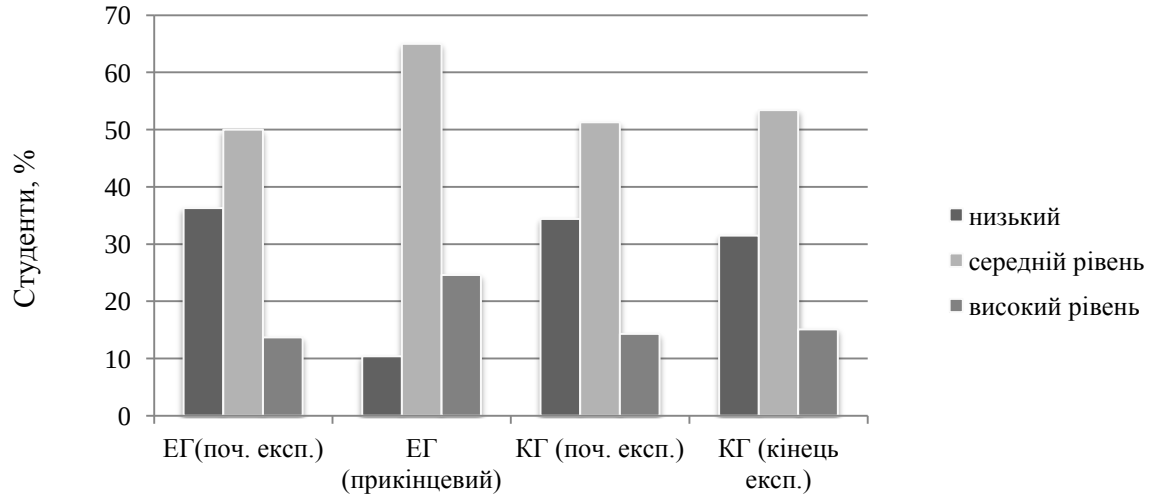


Рис. 3.6. Динаміка рівнів сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери контрольної та експериментальної груп (у %)

Отже, можна стверджувати про те, що під час експерименту підтвердилася гіпотеза про те, що застосування ділових ігор у навчальному процесі підготовки менеджерів невиробничої сфери буде ефективним засобом формування їх креативності на основі впровадження педагогічної моделі, що забезпечує комплексну реалізацію таких педагогічних умов: розвиток мотивів творчої самореалізації студентів створенням творчого навчального середовища; розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів; педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор. Результатом проведеної роботи стало підвищення рівня креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, посилення їх інтересу до розвитку власної креативності, усвідомлення ними провідних способів досягнення високої якості професійної діяльності, формування їхніх умінь володіння прийомами генерування й аналізу нових ідей та базових управлінських навичок. Позитивна динаміка розвитку їхньої креативності (визначена на основі порівняння даних початкового та підсумкового контролю) свідчить про ефективність здійснених під час формувального етапу педагогічних впливів.

Оцінюючи рівні розвитку креативності студентів експериментальної групи за трибальною шкалою – високий рівень набуває 3 бали, середній – 2 бали, низький – 1 бал – одержали за результатами експерименту показники, які наведені в табл. 3.12.

Таблиця 3. 12

Статистичні показники

Рівні	**Експериментальна група на початок експерименту *X*, N_1 = 240 осіб**		**Експериментальна група на кінець експерименту *Y*, N_2 = 240 осіб**	
	кількість осіб	**оцінка в балах**	**кількість осіб**	**оцінка в балах**
Високий	33	99	59	177

Продовж. табл. 3.12

Середній	120	240	156	312
Низький	87	87	25	25
Всього	240	426	240	514
Середній бал	$\bar{X}=\frac{426}{240}=1,78$		$\bar{Y}=\frac{514}{240}=2,14$	

Для перевірки достовірності результатів формувального експерименту і гіпотези дослідження використано методи статистичного аналізу, а саме: *F*-критерій для перевірки рівності статистичних показників (дисперсій) і *t*-критерій Стьюдента для перевірки статистичної значущості різниці результатів експериментальної групи [247].

Для подальших розрахунків визначимо такі величини:

$$\sum_{i=1}^{3} X_i^2=33\cdot3^2+120\cdot2^2+87\cdot1^2=864; \quad (3.2)$$

$$\sum_{i=1}^{3} Y_i^2=59\cdot3^2+156\cdot2^2+25\cdot1^2=1180; \quad (3.3)$$

а також

$$S_x=\sum_{i=1}^{3} X_i^2-\frac{(\sum X_i)^2}{N_1}=864-756,15=107,85; \quad (3.4)$$

$$S_y=\sum_{i=1}^{3} Y_i^2-\frac{(\sum Y_i)^2}{N_2}=1180-1100,817=79,183; \quad (3.5)$$

Знаходимо дисперсію – міру варіації оцінок – для експериментальної групи на початку та наприкінці експерименту:

$$\delta_x^2=\frac{1}{N_1-1}\sum_{i=1}^{3}(X_I-\bar{X})^2=\frac{107,85}{239}=0,45; \quad (3.6)$$

$$\delta_Y^2=\frac{1}{N_2-1}\sum_{i=1}^{3}(Y_I-\bar{Y})^2=\frac{79,183}{239}=0,33; \quad (3.7)$$

Об’єктивність системи експериментального дослідження перевіряється за допомогою *F*-критерію, який встановлює рівність отриманих дисперсій за формулою:

$$F=\frac{\delta_1^2\left(N_2-1\right)}{\delta_2^2\left(N_1-1\right)}; \quad (3.8)$$

де дисперсії $\delta_1^2 > \delta_2^2$, N_1 і N_2 – обсяги вибірок.

Оскільки $\delta_y^2 > \delta_x^2$ і $N_1 = N_2$, то

$$F=\frac{\delta_y^2}{\delta_x^2}=\frac{0,45}{0,33}=1,36; \quad (3.9)$$

За рівнем значущості $\alpha = 0,05$ (95% достовірності) і ступенями вільності $v_1 = N_1 - 1 = 239$, $v_2 = N_2 - 1 = 239$ маємо критично високе значення *F*-критерію 3,02. Оскільки 1,36 < 3,02, робимо висновок про статистичну рівність дисперсій експериментальної групи на початку та наприкінці експерименту.

Для наступних розрахунків *t*-критерію знаходимо стандартну помилку різниці середніх арифметичних значень експериментальної групи на початку та наприкінці експерименту $\delta_{\bar{X}-\bar{Y}}$ за формулою:

$$\delta_{\bar{X}-\bar{Y}}^2 = \frac{N_1+N_2}{N_1N_2}\times\frac{(N_1-1)\delta_x^2+(N_2-1)\delta_y^2}{N_1+N_2-2}; \quad (3.10)$$

отже,

$$\delta_{X-Y}^2=\frac{240+240}{240\times240}\times\frac{239\times0,33+239\times0,45}{240+240-2}=0,00325; \quad (3.11)$$

тоді $\delta_{\bar{X}-\bar{Y}} = 0,057$.

t-критерій Стьюдента вираховується за формулою:

$$t=\frac{|\bar{X}-\bar{Y}|}{\delta_{X-Y}}=\frac{0,36}{0,057}=6,32. \quad (3.12)$$

і порівнюється з критично низьким значенням *t*-критерію, який з урахуванням ступеня вільності $v = N_1 + N_2 - 2 = 478$ і коефіцієнта значущості $\alpha = 0,05$ дорівнює 1,97.

Отже, за результатами підрахунків коефіцієнт Стьюдента дорівнює:

Оскільки 6,32>1,97, робимо висновок про статистично значущу різницю результатів формувального експерименту в експериментальній групі.

За період проведення формувального експерименту в експериментальній групі суттєво зменшився відсоток студентів з низьким рівнем креативності (з 36,3 % до 10,4 %), натомість суттєво підвищилася кількість студентів з високим (з 13,7% до 24,6%) рівнем креативності.

Використання t-критерію Стьюдента засвідчило статистичну достовірність цих змін (α=0,05). За час проведення формувального експерименту в контрольній групі теж відбулися певні зміни у розвитку креативності студентів, однак вони не настільки виражені, як в експериментальній групі, і не досягають рівня статистичної значущості.

Отже, результати педагогічного експерименту підтвердили ефективність обґрунтованих педагогічних умов та розробленої організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

Основні матеріали третього розділу відображено в таких працях автора: [248; 249; 250; 251].

Висновки до третього розділу

Отримані експериментальні дані, якісні й кількісні результати завершальної частини дослідження дають змогу зробити такі висновки:

Унаслідок аналізу результатів, отриманих на констатувальному етапі дослідження, підтверджено існування факту невідповідності традиційної підготовки майбутніх менеджерів в економічному вищому навчальному закладі динамічним потребам сучасних установ невиробничої сфери, незадовільного стану розвиненості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. У більшості студентів відсутня внутрішня мотивація до творчої самореалізації; вони не усвідомлюють необхідності формування креативності для майбутньої професійної діяльності, володіють недостатнім рівнем знань в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу та практичних умінь у цій сфері.

Проведена експериментальна робота дозволила зробити висновок про те, що креативність особистості не є вродженою якістю, а формується як складне особистісне утворення в процесі професійної підготовки при спеціальному створенні відповідних умов, а саме: розвиток мотивів творчої

самореалізації студентів створенням творчого навчального середовища; розробка та впровадження у навчальний процес ділових ігор з використанням веб-ресурсів; педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації і проведення ділових ігор.

З метою перевірки гіпотези дослідження й науково-методичного забезпечення впровадження в педагогічний процес ВНЗ економічного профілю окреслених педагогічних умов розроблено і впроваджено в навчально-виховний процес ВНЗ економічного профілю певні види, форми, заходи аудиторної та поза аудиторної роботи, а саме: «Програму формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор» для викладачів, ділові ігри для вивчення дисципліни «Менеджмент» та інших дисциплін, створення індивідуальних професійно спрямованих творчих проектів у формі веб-квестів; організовано навчальну практику студентів майбутніх менеджерів у формі ділової гри «Віртуальне підприємство».

Проведений формувальний експеримент підтвердив ефективність обґрунтованих педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. У студентів експериментальної групи відбулися статистично значущі кількісні та якісні зміни в основних структурних компонентах креативності, що знайшло комплексний вияв у загальній позитивній динаміці рівнів креативності майбутніх менеджерів. Так в експериментальній групі, на відміну від контрольної, на статистично значущому рівні зменшилася кількість студентів з низьким рівнем креативності (з 36,3 % до 10,4 %), водночас зросла кількість студентів з середнім (з 50 % до 65 %) і високим (з 13,7 % до 24,6 %) рівнями креативності.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. На основі аналізу психологічної та педагогічної літератури та особливостей професійної підготовки менеджерів визначено, що креативність є детермінантою успішної управлінської діяльності, оскільки чинить позитивний вплив на реалізацію майбутніми управлінцями професійних обов'язків, сприяє швидкому ухваленню рішень, розробці оригінальних стратегій, впровадженню інновацій та ін., що зумовлює необхідність цілеспрямованого розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери в процесі професійної підготовки. Обгрунтовано необхідність пошуків нових методів інтенсифікації навчального процесу, створення оптимальних умов для формування креативності, перегляду вимог до майбутніх менеджерів, здатних до творчої управлінської діяльності.

У дослідженні обґрунтовано сутність поняття «креативність майбутнього менеджера невиробничої сфери», схарактеризовано педагогічні та психологічні основи цього поняття як інтегративної особистісної характеристики, що виявляється у здатності відходити у процесі прийняття управлінських рішень від традиційних схем (ураховуючи особливості цільового ринку, форм організації торгівлі та способів підтримання конкурентоспроможності), творчому виконанні своїх функцій, вмінні та сміливості самостійно ставити проблеми, генерувати нестандартні ідеї, швидко розв'язувати проблемні ситуації в управлінській діяльності.

Визначено місце ділових ігор у підготовці майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Основні переваги їх використання полягають у тому, що ділові ігри зміщують акцент із «системи знань» на «систему формування навичок, умінь, способів поведінки», тобто на значущу діяльність для конкретної професії. З'ясовано, що в ділових іграх основний акцент доцільно ставити на формування вмінь та навичок, професійно значущих рис. Схарактеризовано роль ділових ігор у розвитку креативності майбутніх фахівців, доведено, що гра як метод навчання не лише значною мірою

забезпечує розвиток особистості, спонукає її до досягнення мети, але й, створюючи атмосферу творчості, сприяє формуванню її креативності.

2. Зважаючи на погляди українських і зарубіжних дослідників щодо креативності, виокремлено структурні компоненти креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, поведінковий. Відповідно до виділених компонентів визначено критерії та відповідні показники сформованості креативності: спонукально-аксіологічний критерій (наявність внутрішньої мотивації до творчої самореалізації на посаді менеджера невиробничої сфери; готовність вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності; мотивація саморозвитку, віра в свої можливості); інформаційно-пізнавальний критерій (знання в галузі менеджменту, бізнесу, маркетингу, знання технологій управлінської діяльності; швидкість, гнучкість, оригінальність, асоціативність мислення; знання особливостей розвитку організацій та їхньої конкурентоспроможності); дієво-практичний критерій (володіння прийомами генерування й аналізу ідей, ініціатива в діяльності; здатність впливати на підлеглих, контактність; базові управлінські навички, досвід творчої діяльності). Уточнено рівні (високий, середній, низький) сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери.

3. Узагальнення результатів аналізу психологічної та педагогічної літератури, констатувального етапу дослідження, сучасної практики професійної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери, власного досвіду викладання дало змогу визначити педагогічні умови формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери (розвиток мотивів творчої самореалізації студентів шляхом створення творчого навчального середовища; розроблення та впровадження в навчальний процес ділових ігор із використанням веб-ресурсів; педагогічна підтримка майбутніх менеджерів невиробничої сфери під час організації та проведення ділових ігор). Визначені педагогічні умови покладені в основу розробленої організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери

засобами ділових ігор, що комплексно відображає мету, завдання, педагогічні умови, форми, методи, напрями педагогічного супроводу та компоненти, критерії, показники та рівні сформованості креативності студентів.

Аналіз результатів формувального етапу педагогічного експерименту засвідчив, що за критеріями сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери мали місце позитивні зміни, а саме, рівень готовності студентів КГ суттєво не змінився (високий рівень креативності виявлено у 15,1 % респондентів, середній – у 53,4 %, низький – у 31,5 %), у ЕГ високий рівень креативності встановлено у 24,6 % студентів, середній – у 65 %, низький – у 10,4 %. Додаткова перевірка даних із використанням методів математичної статистики підтвердила, що зміни в ЕГ є статистично значущими.

Узагальнені результати дослідно-експериментальної роботи засвідчили ефективність визначених педагогічних умов і дієвість розробленої організаційно-педагогічної моделі формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Встановлено, що найбільш ефективними та результативними засобами розвитку креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери є: впровадження ділових ігор в навчальний процес під час вивчення професійно-орієнтованих дисциплін; Веб-квести; проведення навчальної практики студентів у формі ділової гри «Віртуальне підприємство» з використанням веб-ресурсів, упровадження викладачами ділових ігор чи елементів гри у навчальний процес. Ми дійшли висновку про можливість і доцільність використання запропонованих педагогічних умов для формування креативності студентів, котрі якісним чином впливають на підвищення рівня креативності в майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Цим підтверджується ефективність запропонованої нами методики формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор.

4. За результатами досліджень укладено й апробовано методику формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, що включає низку ділових ігор та індивідуальних професійно орієнтованих

творчих проектів у формі веб-квестів; програму та методичне забезпечення навчальної практики у формі ділової гри «Віртуальне підприємство» з використанням веб-ресурсів; програму школи педагогічної майстерності для професорсько-викладацького складу «Формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор».

Отже, експериментальна перевірка обґрунтованих педагогічних умов формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери, оброблення даних методами математичної статистики підтвердили гіпотезу про те, що рівень креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери можна підвищити шляхом упровадження в професійну підготовку майбутніх фахівців обґрунтованих у дослідженні педагогічних умов. Наявність позитивної динаміки за всіма критеріями креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери свідчить про те, що поставлена мета дослідження досягнута.

Узагальнення результатів теоретичної й експериментальної роботи дало змогу розробити й впровадити в практику методичні рекомендації для професорсько-викладацького складу, студентів економічних ВНЗ щодо формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери засобами ділових ігор. Розроблена методика може бути використана в подальших дослідженнях із проблем професійної підготовки майбутніх менеджерів та з питань застосування ділових ігор із метою розвитку креативності майбутніх фахівців.

Проведене дослідження, певна річ, не претендує на остаточне і вичерпне розв’язання проблеми формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери. Перспективи подальших досліджень полягають, зокрема, у з’ясуванні можливостей формування креативності майбутніх фахівців інших спеціальностей; у питанні вдосконалення організації навчального процесу з використанням ділових ігор, у питанні впливу сучасного соціуму на розвиток творчих здібностей студентів тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гнатко Н. М. Преобразование потенциальной креативности в актуальную в ходе овладения шахматной игрой : дис… канд. психол. наук : 19.00.01 / Гнатко Николай Михайлович. – М., 1993. – 255 с.

2. Курочкина А. Ю. Исследования креативности: постановка проблемы / А. Ю. Курочкина // Проблемы развития инновационно-креативной экономики ; сб. научных статей по итогам Международной научной конференции, С.-Петербург, 19-20 мая 2009 г. ; под общ. ред. проф. Горелова Н. А., проф. Мельникова О. Н. – М. : Издательство «Креативная экономика», 2009. – с. 630-639

3.Guilford J. P. Creativity / Guilford J. P. // American Psychologist. – 1950. – V.5. – P. 444-454.

4.Torrance E. P. The nature of creativity as manifest in its testing. The blazing drive : the creative personality / Torrance E. P. – Buffalo, NY : Bearly Limited, 1987 – 123 p.

5. Дмитрук С. В. Розвиток креативності студентів в умовах дозвілля засобами туристських ігор : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.06 «Теорія, методика і організація культурно-просвітньої діяльності» / С. В. Дмитрук. – К., 2007. – 20 с.

6. Психологический словарь ; под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Педагогика-Пресс, 1996. – 440 с.

7. Краткий психологический словарь / [ред.-укл. Л.А. Карпенко] ; під заг. ред. А. В. Петровського, М. Ч. Ярошевського. – 2-е вид. – Ростов-на-Дону : Фенікс, 1998. – 512 с.

8. Психологічна енциклопедія [автор-упорядник О.Степанов]. – К. : «Академвидав», 2006. – 424 с.

9. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта / Дж. Гилфорд // Психология мышления. – М. : Прогресс, 1965. – С. 433-465.

10. Дружинин В. Н. Психология общих спосібностей / Дружинин В. Н. – СПб. : Питер, 2008. – 358 с.

11. Пономарев Я. А. Психология творчества / Я. А. Пономарев. – М. : Наука, 1976. – 302 с.

12. Barron F. Creativity, intelligence and personality / Barron F., Harrington D. // Ann. Rev. of Psychol. V. 32. – 1981. – P. 439-476.

13. Amabile T. M. The Social Psychology of Creativity / T. M. Amabile. – N.Y., 1983. – 415 p.

14. Стернберг Р. Инвестиционная теория креативности / Р. Стернберг, Е. Григоренко // Психологический журнал. – 1998. – Том 19. – № 2. – С. 144-161.

15. Любарт Т. Психология креативности / Т.Любарт. – М. : Когито-Центр, 2009. – 216 с.

16. Урбан. К. К. Поощрение и поддержка креативности в школе / К. К. Урбан // Иностранная психология. – 1999. – № 1. – С. 41-51.

17. Hayes J. R. Cognitive processes in creativity / J. R. Hayes // Handbook of creativity / J. A. Glover, R. R. Ronning, C R. Reynolds (Eds.). – New York : Plenum, 1989. – P. 135-146.

18. Антонішена В. Л. Визначення сутності поняття креативності в психолого-педагогічній науці / Антонішена В. Л. // Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді : зб. наук. пр. – 2010. – [вип. 14, книга ІІ] – С. 11-18.

19. Антонова О. Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки / О. Є. Антонова // Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі : монографія ; за ред. О. А. Дубасенюк. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2012. – С. 14-41.

20. Tardif T. What we know about creativity?/ Tardif T., Sternberg R. // The nature of creativity. – Cambridge: Cambr. Press, 1988. – P. 429-446.

21. Гергель Є. Л. Психологічні особливості формування креативних здібностей в підлітковому віці : дис. на здобуття наук. ступеня канд.психологічних наук : 19.00.07 / Гергель Євгеній Леонідович. – Київ, 2008. – 289 с.

22. Свидрук І. І. Креативний менеджмент : навч. посібник / І. І. Свидрук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

23. Яковлев В. Я. Философские принципы креативности / В. Я. Яковлев // Вестник Московского Университета. – 2005. – С. 21-30.

24.De Bono E. Lateral thinking: creativity step by step /E. De Bono. – New York : Harper & Row, 1970. – 300.

25.Кульчицька О. І. Обдарованість та психологічні технології її розвитку // Педагогічні технології : наука – практиці : навч.-метод. щорічник / О. І. Кульчицька, С. О. Сисоєва, Я. В. Цехмістер ; за ред. С. О. Сисоєвої. – К. : ВІПОЛ, 2002. – [вип. 1]. – С. 145-192.

26. Яковлева Е. Л. Развитие творческого потенциала личности как цель образования / Е. Л. Яковлева // Мир психологии. – 1996. – № 2. – С. 145-151.

27. Яковлева Е. Л. Развитие творческого потенциала личности школьника / Е. Л. Яковлева // Вопросы психологии. – 1996. – № 3. – С. 28-43.

28. Глотова Г. А. Творческая одаренность личности, проблемы и методы исследования / Г. А. Глотова. – Екатеринбург, 1992. – 83 с.

29. Барышева Т. Психолого-педагогические основы развития креативности / Т. Барышева, Ю. Жигалов – С-Пб., 2006. – 285 с.

30. Гаврилова Е. Д. Дидактические игры как средство развития креативного мышления учащихся : дис... канд. наук: 13.00.01 / Гаврилова Елена Дмитриевна. – Санкт-Петербург., 2002. – 157 с.

31 Михай Чиксентмихайи Креативность. Поток и психология открытий и изобретений /Михай Чиксентмихайи. – изд. : Карьера Прес: 2013. – 528 с.

32. Педагогічний словник ; за ред. М. Ярмаченка. – К. : Педагогічна думка, 2001 – 516 с.

33. Енциклопедія освіти ; за ред. В. Кременя. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.

34. Професійна освіта : словник [укл. С. У. Гончаренко та ін.] ; за ред. Н. Г. Ничкало. – К. : Вища школа, 2000. – 380 с.

35. Педагогика : учебное пособие для студентов пед. учебных заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, А. И. Мищенко, Е. Н. Шиянов. – М. : Школа-Пресс, 1998. – 512 с.

36. Вишнякова Н. Ф. Креативная акмеология. Психология высшего образования : монография / Н. Ф. Вишнякова // «Прикладная креативная акмеология». – [издание 2-е, дополненное и переработанное]. – Мн. : ООО «Дэбор», Т. 2. – 1999. – 300 с.

37. Булка Н. І. Розвиток креативності у молодших школярів із порушеними соціальними зв’язками : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Н. І. Булка. – Одеса, 2005. – 19 с.

38. Кононко О. Л. Дитяча креативність крізь призму Базової програми «Я у Світі» / О. І. Кононко // Дошкільне виховання. – 2008. – № 7. – С. 3-7.

39. Дунаєва О. М. Формування педагогічної креативності майбутніх учителів у процесі професійної підготовки : дис... канд. пед.наук : 13.00.04 / Дунаєва Оксана Миколаївна. – Вінниця, 2008. – 268 с.

40. Пищулина Л. В. Развитие креативной личности младшего школьника в условиях инновационного образования : автореф. дис… канд. псих. наук: спец.19.00.07 / Л. В. Пищулина. – Москва, 2012. – 28 с.

41. Байтимерова Л. С. Формирование креативных умений старшеклассника в образовательном процессе : дис... канд. наук : 13.00.01 / Байтимерова Лейля Саитовна. – М., 2008. – 254 с.

42. Акімова О. В. Теоретико-методичні засади формування творчого мислення майбутнього вчителя в умовах університетської освіти : автореф.

дис ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Ольга Вікторівна Акімова . – Тернопіль : Б.в., 2010. – 43 с.

43. Куцевол О. М. Теоретико-методичні основи розвитку креативності майбутніх учителів літератури : автореф. дис ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Ольга Миколаївна Куцевол ; В.о. Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К. : Б.в., 2007. – 44 с.

44. Сластенин В. А. Педагогика: инновационная деятельность / В. А. Сластенин, Л. С. Подымова. – М. : Педагогіка, 1997. – 348 с.

45. Rogers N. Creative Connection. Polo Alto Science & Behavior Books / Rogers N. – Inc., 1993. – 56 p.

46. Mednik S.A. The associative basis of the creative process / Mednik S.A. // Psychol. Rev. – 1969. – № 2. – p. 220-232.

47. Богоявленская Д. Б. Психология творческих способностей / Д. Б. Богоявленская. – М. : Академия, 2002. – 320 с.

48. Богоявленская Д. Б. О предмете и методе исследования творческих способностей / Д. Б. Богоявленская // Психол. ж-л. – 1995. – № 5.– С. 49-57.

49. Холодная М. А. Психология интеллекта: Парадоксы исследования / М. А. Холодная. – [2-е изд, перераб. и доп.]. – СПб. : Питер, 2002. – 272 с.

50. Глотова Г. А. Творческая одаренность личности, проблемы и методы исследования / Г. А. Глотова. – Екатеринбург, 1992. – 83 с.

51. Э. Фромм. Анатомия человеческой деструктивности ; пер. с нем. Э. Телятниковой. – М. : АСТ, 2006. – 635 с.

52. Торшина К. А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии / К. А. Торшина // Вопросы психологии. – 1998. – № 4. – С. 123-132.

53. Туник Е. Е. Опросник креативности Джонсона / Е. Е. Туник. – СПб. : СПбУПМ, 1997. – 10 с.

54 Taylor C. W. Various Approaches to and Definitions of Creativity // The Nature of Creativity / Sternberg R.J. (Ed.). – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1988. – P. 99-124.

55. Чернілевський Д. В. Педагогіка та психологія вищої школи : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. В. Чернілевський, М. І. Томчук.– Вінниця : Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна», 2006. – 402 с.

56. Морозов А. В. Креативная педагогика и психология / А. В. Морозов, Д. В. Чернилевский. – М. : Акад. проект, 2004. – 560 с.

57. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебное пособие. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.

58. Дафт Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт – СПб. : Питер, 2001. – 832 с.

59. Толковый словарь по управлению. – М. : Аланс, 1994. – 252 с.

60. Ермошенко Н. Н. Словарь предпринимателя / Н. Н. Ермошенко, Н. Н. Скворцов, Н. К. Назимова. – К. : УкрИНТЭИ. – 143 с.

61. Коротков Э. М. Образование менеджера: трудный путь становления и развития / Э. М. Коротков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 3. – С. 120-129.

62. Осиленкер Л. Требования к молодым специалистам на современном рынке труда / Осиленкер Л. // Инновации в образовании. – 2005. – № 5. – С. 41-50.

63. Управління бізнесом : експрес-курс для ділових людей ; авт.-уклад. Г. В. Щокін. – [3-тє вид., перероб.і доп.]. – К. : МАУП, 1998. – 204 с.

64. Воробйова Є. В. Педагогічні умови формування індивідуального стилю професійної діяльності майбутніх менеджерів адміністративної діяльності : автореф. дис ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Воробйова Євгенія Вячеславівна. – Вінниця : Б.в., 2010 . – 20 с.

65. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» напряму підготовки 030601

«Менеджмент» : галузевий стандарт вищої освіти України 6.030601-09 / Міністерство освіти і науки України. – Київ : КНТЕУ, 2010. – 19 с.

66. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра : галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування», напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент», кваліфікацій Бакалавр з менеджменту, менеджер-адміністратор / [розробники стандарту: А. А. Мазаракі, М. І. Зверяков, М. З. Згуровський та ін.]. – Київ : КНТЕУ, 2012. – 19 с. – (Галузевий стандарт вищої освіти України).

67. Шегда А. Менеджмент : учебник / Анатолий Шегда. – [3-е изд., испр. и доп.]. – К. : Знання, 2006. – 645 с.

68. Мартиненко М. Основи менеджменту : підручник / М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 494 с.

69. Скібіцька Л. І. Менеджмент : навч. посібник для вищих навч. закладів / Л. І. Скібіцька, О. М. Скібіцький // Мін-во освіти і науки України. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 415 с.

70. Вербило О. Ф. Теоретичні основи навчання економічних дисциплін : навч. посібник / О. Ф. Вербило. – К. : Вища школа, 1995. – 167 с.

71. Завадський Й. С. Менеджмент / Й. С. Завадський. – Т. 1. – Вид. 2-е. – К. : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. – 542 с.

72. Романовський О. Феномен підприємництва і роль вищої школи в підготовці підприємців / О. Романовський, Ю. Романовська // Вища школа. – 2002. – № 1. – С. 49-59.

73. Тарасов В. К. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров / В. К. Тарасов – Л. : Машиностроение. Ленингр. отд-ние, 1989. – 368 с.

74. Пудич В. С. Введение в специальность менеджмент : учебное пособие для вузов / В. С. Пудич – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 319 с.

75. Волкова Н. П. Управлінська підготовка майбутніх економістів: педагогічний аспект / Н. П. Волкова // Проблеми та перспективи формування

національної гуманітарно-технічної еліти. – Харків : НГУ «ХПІ», 2002. – Ч.2. – С.194-200.

76. Воробйова Є. В. Роль ігрових технологій навчання у професійній підготовці фахівців з адміністративного менеджменту / Є. В. Воробйова // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. пр./ [редкол.: В.Г. Кремень (голова) та ін.. – Харків : НТУ «ХПІ», 2009. – [вип 22] – С. 157-163.

77. Козаков В. Психологія діяльності та навчальний менеджмент : підручник : у 2-х ч. – К. : КНЕУ, 2000. – Ч.1. Психологія субєкта діяльності. – 243 с.

78. Кредісов А. І. Менеджмент для керівників / А. І. Кредісов, Є. Г. Панченко, В. А. Кредісов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 1999. – 556 с.

79. Панченко Є. Г. Менеджмент : навчальні матеріали у схемах і формулах : навч. посібник : [2-е вид., випр. і доп.]. – К. : Знання України, 2008. – 539 с.

80. Фомина М. В. Педагогические условия эффективности интегрированной подготовки инженеров-руководителей / М. В. Фомина // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти. – Харків : НГУ «ХПІ», 2002. – Ч.1. – С. 167-170.

81. Щокін Г. В. Практична психологія менеджменту: як будувати організацію / Г. В. Щокін. – К. : Україна, 1994. – 390 с.

82. Дьяченко М. И. Психология высшей школы / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. – Минск : Изд-во БГУ, 1981. – 383 с.

83. Назаренкова Г. Н. Подготовка профессионала: системно-ролевой подход : учебное пособие к спецкурсу / Г. Н. Назаренкова. – Рязань : Рязанский областной институт развития образования, 2001. – 45 с.

84. Сергєєва Л. М. Управлінські навички молодшого спеціаліста: теорія і методика формування / Л. М Сергєєва. – [монографія] ; за ред. С. О. Сисоєвої. – К. : «К», 2001. – 202 с.

85. Стуколова Л. З. Психолого-педагогическая составляющая в подготовке современных менеджеров : спец. общая педагогика, история педагогики и образования автореферат дис. доктора педагогических наук : 13.00.08 / Стуколова Лариса Зайнулловна. – Казань, 2011. – 41 с.

86. Батоврина Е. В. Развитие креативности управленцев в процессе професссиональной підготовки : автореф. на соискание ученой степени канд.. социол. наук : спец. 22.00.08 «Социология управления» / Е. В. Батоврина – М., 2007. – 26 с.

87. Качеровська Т. В. Навчально-ігрове проектування у професійній підготовці майбутніх менеджерів організацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Т. В. Качеровська. – Одеса, 2005. – 23 с.

88. Хусаинова Г. Р. Развитие творческих способностей студентов – будущих менеджеров в процессе иноязычной подготовки : дис. канд. пед.наук : 13.00.08 / Хусаинова Гузель Рафаэлевна. – Казань, 2010. – 271 с.

89. Исаев В. В. Деловая игра в корпоративном обучении менеджеров гостиничного бизнеса : дис. канд. пед. наук : 13.00.08 / Исаев Владислав Владимирович. – М., 2011. – 151 с.

90. Чередніченко Г. А. Формування творчих здібностей майбутніх бакалаврів-менеджерів у процесі фахової підготовки : дис. канд. пед. наук: 13.00.04 / Чередніченко Галина Анатоліївна. – Ч., 2009. – 286 с.

91. Фастовець О. О. Екологічна підготовка майбутніх менеджерів з туризму у вищих навчальних закладах : автореф. дис... канд. пед. наук : 13.00.04 / О.О. Фастовець ; Ін-т пед. освіти і освіти дорос. АПН України. – К., 2008. – 20 с.

92. Замкова Н. Л. Формування професійних якостей майбутніх менеджерівзовнішньоекономічної діяльності у процесі вивчення іноземних мов : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Н. Л. Замкова. – К., 2005. – 20 с.

93.Самохвал О. О. Формування професійних якостей майбутніх менеджерів митної служби у процесі фахової підготовки : дис... канд. наук : 13.00.04 / Самохвал Олеся Олександрівна. – К., 2009. – 255 с.

94. Лівенцова В. А. Формування культури професійного спілкування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / В. А. Лівенцова. – Т., 2002. – 20 с.

95 Коваль Т. І. Теоретичні та методичні основи професійної підготовки з інформаційних технологій майбутніх менеджерів-економістів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Т. І. Коваль. – К., 2008. – 44 с.

96. Влодарска-Зола Л. Професійна підготовка майбутніх менеджерів у вищих технічних навчальних закладах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Л. Влодарска-Зола. – К., 2003. – 24 с.

97. Богатирьов К. О. Щодо питання про концептуальні засади підготовки майбутніх менеджерів-аграріїв до управлінського спілкування / К. О. Богатирьов // Вісник ОІВС. – 2001. – [вип. 3]. – С. 34-39.

98. Сенча І. А. Педагогічні умови формування дослідницької культури майбутніх менеджерів у процесі фахової підготовки : дис. …канд. пед. наук: 13.00.04 / І. А. Сенча. – Одеса, 2008. – 192 с.

99. Мардас А. Н. Организационный менеджмент [для студ. высших учеб. зав.] / А. Н. Мардас, О. А. Мардас. – Питер, СПб, 2003. – 336 с.

100. Гуревич Р. С. Креативность будущих менеджеров как неотъемлемая состав- ляющая их профессионализма / Р. С. Гуревич, Н. В. Добровольська // Актуальные проблемы современной науки и пути их решения : материалы международной научной конференции аспирантов и докторантов. – Красноярск : Красноярский государственный торгово-экономический институт, 2010. – С. 245-249.

101. Чередніченко Г. А. Формування творчих здібностей майбутніх бакалаврів-менеджерів у процесі фахової підготовки : дис. канд. пед. наук: 13.00.04 / Чередніченко Галина Анатоліївна. – Ч., 2009. – 286 с.

102. Сергєєва Л. М. Управлінські навички молодшого спеціаліста: теорія і методика формування / Л. М. Сергєєва – [монографія] ; за ред. С. О. Сисоєвої – К. : «К», 2001. – 202 с.

103. Ладанов И. Д. Практический менеджмент : [пособие для руководителей, менеджеров и предпринимателей : в 3-х ч.] / И. Д. Ладанов. ; под ред. Сергеюка П. И. – М. : Коммерческая производственная фирма «НИКА», 1992. – Ч.1 : Менеджеры и менеджмент. – 253 с.

104. Волкова В. В. Формування професійної спрямованості студентів-менеджерів на початковому етапі навчання (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.01 «Загальна педагогіка та історія педагогіки» / В. В. Волкова. – Луганськ, 2000. – 20 с.

105. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2011. – 178 с.

106 Выготский Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский ; ред. М. Г. Ярошевский. – М. : Педагогика, 1987. – 344 с.

107 Рубинштейн С. Л. Проблемы способностей и вопросы психологической теории / С. Л. Рубинштейн // Вопросы психологии. – 1960. – № 3. – С. 5-11.

108. Маслоу А. Г. Дальние пределы человеческой психики / А. Г. Маслоу – СПб. : Евразия, 1997. – 270 с.

109. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. – СПб., 2009. – 409 с.

110. Альтшуллер Г. «Найти идею» [Електроний ресурс] / Г. Альтшуллер – Режим доступу : http://www.alpinabook.ru/catalogue/4666.html.

111. Латипов Н. Минута на размышление. Основи интеллектуального тренинга / Н. Латипов. – СПб : Питер, 2005. – 336 с.

112. Барышева Т. А. Развитие креативности у взрослых средствами информационных технологий (из опыта экспериментального исследования) / Т. А. Барышева. – СПб : Питер, 2012. – 122 с.

113. Гриненко І. В. Педагогічні умови розвитку креативності майбутніх учителів гуманітарного профілю у процесі фахової підготовки : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Ігор Васильович Гриненко. – Т., 2008. – 192 с.

114. Фрицюк В. А. Формування креативності майбутніх учителів музики : дис... канд. пед. наук : 13.00.04 / Фрицюк Валентина Анатоліївна. – Вінниця, 2004. – 254 с.

115. Полунина С. Ю. Креативность как профессионально важное качество менеджера [Електронний ресурс] / С. Ю. Полунина. – Режим доступу : http://www.sibupk.nsk.su/confer/2009/doklad12.doc

116. Добровольська Н. В. Структура креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери / Н. В. Добровольська // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. ; редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2013. – [вип. 35]. – С. 236-241.

117. Выготский Л. С. Воспитание творчества, эстетического суждения и технических навыков / Л. С. Выготский // Педагогическая психология. – М. : Педагогика, 1991. – 480 с.

118. Эльконин Д. Б. Введение в психологию развития / Б. Д. Эльконин. – М., 1966. – 245 с.

119. Слюсаренко Н. В. Розвиток творчих здібностей учнів 5-9 класів на уроках обслуговуючої праці засобами ігрової діяльності : навч.-метод. посібник. – Херсон, 2002. – 148 с.

120. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения : опыт теоретического и экспериментального психологического исследования / В. В. Давыдов. – М., Педагогика, 1986. – 240 с.

121. Эльконин Д. Б. Психология игры / Д. Б. Эльконин. – М., 1978.– 368 с.

122. Леонтьев А. Н. Психология общения / А. Н. Леонтьев. – 2 изд. – М. : Смисл, 1997. – 365 с.

123. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии : в 2-х т. / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1989. – Т. 1. – 485 с.

124. Аникеева Н. П. Специфика игровой ситуации / Н. П. Аникеева // Педагогика и психология игры. – Новосибирск : НГПИ, 1989. – 121 с.

125. Берн Э. Игры, в которые играют люди: психология человеческих отношений. / Э. Берн. – Лениздат, 1992. – 400 с.

126. Бельчиков Я. М. Деловые игры / Я. М. Бельчиков, М. М. Бирштейн. – Рига : АВОТС, 1989. – 304 с.

127. Денисова Л. Г. Использование игровых элементов на начальном этапе обучения английскому языку / Л. Г. Денисова // Иностранные языки в школе. – 1984. – № 4. – С. 82.

128. Макаренко А. С. Гра / А. С. Макаренко. – К., 1954. – Т. 4. – С. 367-368.

129. Первин Л. Психология личности: Теория и исследования / Л. Первин, О. Джон : [пер. с англ. М. С. Жамкочьян] ; под ред. В. С. Магуна – М. : Аспект Пресс, 2000. – 607 с.

130. Петрук В. А. Игровые формы обучения теории вероятностей и математической статистике во втузе : дис… канд. пед. наук: 13.00.02 / Петрук Вера Андреевна. – К., 1989. – 177 с.

131. Педагогика : учебное пособие для студентов педагогических вузов и педагогических колледжей ; под ред. П. И. Пидкасистого. – М: Педагогическое общество России, 1998. – 640 с

132. Игровые занятия в строительном вузе. Методы активного обучения ; под ред. В. А. Рыбальского, Е. А. Литвиненко. – К. : Вища школа, 1985. – 303 с.

133. Сыроежкин И. М. Методика разработки и использования деловых игр как формы активного обучения студентов / И. М. Сыроежкин, А. А. Вербицкий. – М. : НИИ ВШ, 1981. – 48 с.

134. Балаев А. А. Активные методы обучения / А. А. Балаев. – М. : Профиздат, 1986. – 95 с

135. Новиков А. М. Введение в методологию игровой деятельности / А. М. Новиков. – М. : «Эгвес», 2006. – 48 с.

136. Тюнникова С. М. Педагогические возможности игры и требования к ее организации / С. М. Тюнникова. – М. : 1987. – 84 с.

137. Занько С. Ф. Игра и учение. / С. Ф. Занько, Ю. С. Тюнников, С. М. Тюнникова. – [части 1 и 2]. – М., Ассоциация «Профессиональное образование», 1992. – 356 с.

138. Усова А. П. Роль игры в воспитании детей [Електронний ресурс] / А. П. Усова. – Режим доступу : http://elib.gnpbu.ru/text/usova_rol-igry-v-vospitanii-detej_1976/.

139. Арстанов М. Ж. Проблемно-моделированное обучение: вопросы теории и технологии / М. Ж. Арстанов, П. М. Пидкасистый, Н. С. Хайдаров. – Алма-Ата : Мектеп,1980. – С. 80.

140. Пидкасистый П. И. Технология игры в обучении и развитии : учебное пособие / П. И. Пидкасистый, Ж. С. Хайдаров. – М. : МПУ, Рос. пед. Агентство, 1996. – 269 с.

141. Педагогическая энциклопедия ; [в 4-х т.]. – М. : Советская энциклопедия, 1966. – Т. 3. – 880 с.

142. Гончаренко С. Український педагогічний словник / С. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997 – 376 с.

143. Піаже Ж. Вибрані психологічні праці / Ж. Піаже ; пер. з англ. Алексєєва Н. Г. і франц. П’ятигорський А. М., Іллінська Л. С., Пустарнакова В. Ф. – М. : Міжнародна педагогічна академія, 1994. – 608 с.

144. Платов В. Я. Деловые игры: разработка, организация и проведение / В. Я. Платов. – М. : Профиздат, 1991. – 192 с.

145. Вербицкий А. А. Методика разработки и использования деловых игр как формы активного обучения студентов / А. А. Вербицкий, И. М.Сыроежин, – М. : НИИ ВШ, 1981. – 48 с.

146. Щербань П. М. Активні методи навчання / П. М. Щербань. – К. : Вища шк., 1982. – 48 с.

147. Выготский Л. С. Воспитание творчества, эстетического суждения и технических навыков / Л. С. Выготский // Педагогическая психология. – М. : Педагогика, 1991. – 480 с.

148. Ельконін Д. Б. Психічний розвиток дитячих віках : вибрані психологічні праці ; под ред. Д. І. Фельдштейна / Д. Б. Ельконін – М. : Московський психолого-соціальний інститут, Воронеж : НВО «МОДЕК», 2001. – 416 с.

149. Кардаш Н. В. Про ігрові форми навчання у вузі / Н. В. Кардаш // The science: theory and practice : Volume 15. Pedagogical sciences. – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o. ; Prague, Czechia, 2005. – P. 51-53.

150. Слюсаренко Н. В. Розвиток творчих здібностей учнів 5-9 класів на уроках обслуговуючої праці засобами ігрової діяльності : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика трудового навчання» / Н. В. Слюсаренко. – Київ, 2001. – 18 с.

151. Васильев И. А. Роль интелектуальных эмоций в регуляции мыслительной деятелности / Васильев И. А. // Психологический журнал. – Т. 19. – 1998. – № 4. – С. 49-60.

152. Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный поход / А. А. Вербицкий – М. : Высшая школа, 1991. – 208 с.

153. Козлова О. В. Деловые игры и их роль в повышении квалификации кадров / О. В. Козлова, М. Л. Разу. – М. : Знание, 1978. – 64 с.

154. Петровский А. В. Основы педагогики и психологии высшей школы / А. В. Петровский. – М. : Изд.-во Моск. госун-та, 1986. – 302 с.

155. Кардаш Н. В. Використання ділових ігор в навчальному процесі як засіб формування професіоналізму майбутніх менеджерів / Н. В.Кардаш, Г. А. Рудомін // Сучасний стан і тенденції розвитку економіки регіонів в контексті євроінтеграційних процесів : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Ялта, 2007. – С. 276-279.

156. Бочарова Т. И. Комплексная деловая игра как средство формирования профессиональных навыков и функций специалиста : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Бочарова Татьяна Ивановна. – Ставрополь, 2006. – 192 с.

157. Гинзбург Я. С. Социально-психологическое сопровождение деловых игр / Я. С. Гинзбург, Н. М. Коряк // Игровое моделирование: Методология и практика. – Новосибирск : Наука, 1987. – С. 8-11.

158. Ромашова И. Б. Финансовый менеджмент. Основные темы. Деловые игры : учебное пособие / И. Б. Ромашова. – М. : КНОРУС, 2012. – 328 с.

159. Набока О. Навчання і виховання майбутніх підприємців / О. Набока // Рідна школа. – 1999. – № 9. – С. 24-28.

160. Вербицкий А. А. Деловая игра в компетентносном формате / А. А. Вербицкий // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2013. – Т. 9. – № 3-2. – С. 140-144.

161. Добровольська Н. В. Методика формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор для викладачів та студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування»напряму підготовки 030601 «Менеджмент» всіх форм навчання [укладач Добровольська Н. В.]. – Вінниця, 2014. – 128 с.

162. Петрова І. В. Різновиди ділових ігор [Електронний ресурс] / І. В. Петрова. – Режим доступу : http: //www.culturalstudies.in.ua›1994-2014 р

163. Види ділових ігор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. ua-referat.com›Види_ділових_ігор

164. Добровольська Н. В. Роль ігрових методів навчання у формуванні креативності майбутніх менеджерів / Н. В. Добровольська // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. ; редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2012. – [вип. 33]. – С. 340-345.

165. Кардаш Н. В. Ділові ігри як засіб формування креативності майбутніх менеджерів / Н. В. Кардаш // Дидактика професійної школи : зб. наук. пр. – Хмельницький : ХНУ, 2006. – [вип. 4]. – С. 50-57.

166. Добровольська Н. В. Щодо питання використання ділових ігор у процесі підготовки майбутніх менеджерів туристичної індустрії / Н. В. Добровольська // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. ; редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2013. – [вип. 36]. – 2013. – С. 248-253.

167. Панфилова А. П. Игротехнический менеджмент: Интерактивные технологи для обучения и организационного развития персонала : уч. пособие / Панфилова А. П. – СПб. : Знание, 2003. – 268 с.

168. Добровольська Н. В. Комп’ютерні ділові ігри при підготовці майбутніх менеджерів / Н. В. Добровольська // Новітні інформаційно-комунікаційні технології в освіті (ІІСТЕ-2012) : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів. – Полтава : ТОВ «АСМІ», 2012. – С. 7-9.

169. Балаев А. А. Активные методы обучения / А. А. Балаев – М. : Профиздат, 1986. – 95 с.

170. Габрусевич С. А. От деловой игры – к профессиональному творчеству : учеб.-метод. пособие / С. А Габрусевич. – Минск : Універсітэцкае, 1989. – 254 с.

171. Прауде В. Р. Применение деловых игр в учебном процессе : учебн. пос / В. Р. Прауде. – Рига : ЛГУ им. П.Стучки, 1985. – 75 с.

172. Смолкин А. М. Методы активного обучения / Смолкин А. М. – М. : Высшая школа, 1991. – 115 с.

173. Трайнев В. А. Учебные деловые игры в педагогике, экономике, менеджменте, управлении, маркетинге, социологии, психологии : методология и практика проведения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 033400 «Педагогика» / В. А. Трайнев. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2005. – 303 с..

174. Хоменко А. Г. Учебные деловые игры как средство формирования профессиональных умений студентов техникумов и колледжей (на примере строительных специальностей) : дис. .. .канд.пед.наук : 13.00.01 / Хоменко Александр Григорьевич. – К., 1994. – 148 с.

175. Яворовская Л. Н. Игровые формы учебных занятий : учебно-методическое пособие / Л. Н. Яворовская. – Х. : Издательство ХНУ им. В. Н. Каразина, 2009. – 234 с.

176. Якобсон В Д. К вопросу класификации учебных деловых игр / В. Д. Якобсон // Межведомственная школа-семинар по активным методам обучения : тезисы докладов. – Вильнюс : ИПКСНХ ЛССР, 1985. – С. 65-66.

177. Куниця Л. І. Ділова гра як засіб розвитку творчих здібностей [Електронний ресурс] / Л. І. Куниця, Г. А. Чередніченко, Л. Шапран. – Режим доступу : http://dspace.nuft.edu.ua›eNUFTIR›…/123456789/1968/1/2.p

178. Горелова И. Н. Деловые игры в экономике : учебн. пособие / И. Н. Горелова, Н. С. Морозова. – Омск : изд-во ОмГТУ, 2006. – 74 с.

179. Ежова Л. В. Постановка и решение управленческих задач на промышленных предприятиях методом деловых игр / Л. В. Ежова. – СПб. : Нева, 2005. – 98 с.

180. Шевчук С. П. Інтерактивні технології підготовки менеджерів : навч. пос. / С. П. Шевчук, В. А. Скороходов, О. С. Шевчук. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2009. – 232 с.

181. Шакирова А. В. Инновационные игры в подготовке менеджеров : учебное пособие / А. В. Шакирова. – Набережные Челны : НОУ ВПО Академия управления «ТИСБИ», 2010. – 95 с.

182. Биков В. Ю. Засоби інформаційно-комунікаційних технологій єдиного інформаційного простору системи освіти України : монографія / [В. В. Лапінський, А. Ю. Пилипчук, М. П. Шишкіна та ін.] ; за наук. ред. проф. В. Ю. Бикова – К. : Педагогічна думка, 2010. – 160 с.

183. Гуревич Р. С. Інформаційно-телекомунікаційні технології в навчальному процесі та наукових дослідженнях : навчальний посібник для студ. пед. ВНЗ і слухачів ін-тів післядипломної освіти / Р. С. Гуревич, М. Ю. Кадемія. – Київ : Освіта України, 2006. – 388 с.

184. Гуревич Р. С. Інформаційні технології навчання як наслідок інформатизації освітньої галузі у педагогічних ВНЗ / Р. С. Гуревич // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців : методологія, теорія, досвід, проблеми. – 2009. – [вип. 22] – С. 3-7.

185. Заболотний В. Ф. Дидактичні засади застосування мультимедіа у формуванні методичної компетентності майбутніх учителів фізики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. пед. наук : спец. 13.00.02 “Теорія та методика навчання (фізика)”/ В. Ф. Заболотний. – Київ. – 2010. – 38 с.

186. Кадемія М. Ю. Підготовка майбутніх учителів до використання ІКТ / М. Ю. Кадемія, Л. С. Шевченко, О. В. Шестопалюк. – Вінниця, 2009. – 100 с.

187. Коломієць А. М. Використання інформаційно-телекомунікаційних технологій у підготовці майбутніх педагогів / А. М. Коломієць, Д. І. Коломієць // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. – Львів : ЛДУ БЖД, 2006. – С. 550-555.

188. Шевченко Л. С. Класифікація та критерії ефективності педагогічних інновацій / Л. С. Шевченко // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців : методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. / Редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ТОВ «Планер», 2012. – [вип. 29]. – С. 184-189.

189. Шестопалюк О. В. Формування готовності майбутніх учителів до роботи в телекомунікаційних освітніх проектах / О. В. Шестопалюк, Л. С. Шевченко // Вища освіта України. – Київ, 2008. – [дод. 3, том IV (11)]. – С. 621-629.

190. Dodge B. Some Thoughts About WebQuests [Електронний ресурс] / B. Dodge. – Режим доступу : http://webquest.sdsu.edu/about_webquests.html.7.

191. Шевченко Л. С. Розвиток пізнавальної активності студентів засобами ВЕБ-квестів / Л. С. Шевченко // Актуальні проблеми математики,

192. Мойсеюк Н. Є. Педагогіка : навч. посібн. / Н. Є. Мойсеюк – К., 1999. – 350 с.

193. Мак-Дональд Д. Игра называется бізнес : пер. с англ. / Д. Мак-Дональд. – М. : Экономика, 1979. – 272 с.

194. Полєщук І. Ф. Підвищення рівня професійної підготовки студентів економічних спеціальностей засобами ігрових форм навчання: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Полєщук Ірина Федорівна. – Київ, 2005. – 265 с.

195. Кардаш Н. В. Формування творчих здібностей як основа креативності майбутніх менеджерів / Н. В. Кардаш // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців:

методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. ; редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ДОВ Вінниця, 2006. – [вип. 10]. – С. 321-327.

196. Кардаш Н. В. Вплив ігрових методів навчання на формування творчої особистості майбутніх менеджерів / Н. В. Кардаш // Наукові записки Ніжинького Державного університету ім Миколи Гоголя : психолого-педагогічні науки ; редкол. : А. І. Кузьмінський (головний редактор) та ін. – Ніжин : Ніжинький Державний університету ім. Миколи Гоголя, 2005. – [вип. 4]. – С. 116-119.

197. Добровольська Н. В. Креативність менеджера як ключовий компонент його професійної компетентності / Н. В. Добровольська // Scientific letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2014. – №4. – С. 21-24.

198. Добровольська Н. В. Проблема професійної підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери / Н. В. Добровольська // Нова педагогічна думка : науково-методичний журнал. – Рівне : Редакційно-видавничий центр Національного університету водного господарства та природокористування, 2013. – № 1. – С. 221-224

199. Краткий психологический словарь ; под общ. ред. А. В. Петровського, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1985. – 431 с.

200. Словарь практического психолога / Сост. С. Ю. Головин. – Минск: Харвест, М.: ООО Изд-во «АСТ», 2003. – 800 с.

201. Гончаренко С. У. Педагогічні дослідження : метод. поради молодим науковцям : навч. посіб. / С. У. Гончаренко. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер» , 2008. – 308 с.

202. Борисова Н. В. Технологичность образовательного процесса как показатель его качества / Н. В. Борисова // Среднее профессиональное образование. – 1998. – № 3. – С. 17-20.

203. Штофф В. А. Моделирование и философия / В. А. Штофф. – М. : Наука, 1966. – 231 с.

204. Кларин М. В. Инновации в мировой педагогике : обучение на основе исследования, игр, дискуссии / М. В. Кларин. – Рига, НПЦ «Эксперимент», – 1995. – 255 с.

205. Безпалько В. П. Слагаемые педагогической технологи / В. П. Безпалько : монография. – М. : Педагогика,1989. – 191 с.

206. Батоврина Е. В. Развитие креативности управленцев в процессе профессиональной подготовки: автореф. дис. на соискание научной степени канд. социологических наук : спец. 22.00.08 «Социология управления» / Е. В. Батоврина. – М., 2007. – 26 с.

207. Гаврилова О. В. Формирование инновационного потенциала будущего специалиста-товароведа в процессе профессиональной подготовки на основе контекстного обучения : дис. на соискание ученой степени канд. пед. наук: 13.00.08 / Гаврилова Оксана Валериевна. – М., 2013. – 193 с.

208. Попова О. П. Розвиток творчого потенціалу майбутнього інженера в процесі професійної підготовки у вищому технічному навчальному закладі: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Попова Олена Петрівна. – Запоріжжя, 2009. 290 с.

209. Хусаинова Г. Р. Развитие творческих способностей студентов – будущих менеджеров в процессе иноязычной подготовки : автореф. дис. на соискание научн. степ. канд. пед.наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Г. Р. Хусаинова. – Казань, 2010. – 271 с.

210. Шахіна І. Ю. Формування креативності у майбутніх учителів математики засобами мультимедіа : дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Шахіна Ірина Юріївна . – В., 2007. – 258 с.

211. Новиков А. М. Методология образования / А. М. Новиков : монография : изд-е 2-е. – М. : Эгвес, 2006. – 488 с.

212. Гуревич Р. С. Теорія і практика навчання в професійно-технічних закладах : монографія. – Вінниця : ТОВ «Планер», Вінниця, 2009. – 410 с.

213. Качеровська Т. В. Навчально-ігрове проектування у професійній підготовці майбутніх менеджерів організацій : дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Качеровська Тетяна Василівна. – О., 2005. – 278 с.

214. Бим-Бад Б. М. Обучение и воспитание через непосредственную среду: теория и практика. / Б.М. Бим-Бад // Труды кафедры педагогики, истории образования и педагогической антропологии Университета РАО. – М. : 2001. – № 3. – С. 28.

215. Биков В. Ю. Будова навчального середовища відкритих систем навчання і освіти : зб. наук. пр. / гол. ред. В. Г. Кузь. – К. : Наук. світ, 2004. – С. 11-23.

216. Данилюк А. Я. Теоретико-методологические основы проектирования интегральных гуманитарных образовательных пространств : автореф. дис. … д-ра пед. наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального обучения» / А. Я. Данилюк. – 2001. – 20 с.

217. Кан-Калик В. А. Педагогическое творчество / В. А. Кан-Калик , Н. Д. Никандров. – М. : Педагогика, 1990. – 144 с.

218. Завадський Й. С. Менеджмент: Management / Й. С. Завадський. – Т. 1. – Вид. 2-е. – К. : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. – 542 с.

219. Педагогічна психологія ; за ред. Л. М. Проколієнко, Д. Ф. Ніколенка. – К. : Вища школа, 1991. – 183 с.

220. Щеглов Г. Н. Развитие навыков исследовательской работы в математической игре / Г. Н. Щеглов // Математика в шк. – 1967. – С. 60.

221. Шапиро С. И. Решение логических и игровых задач (логико-психологические этюды) / С. И. Шапиро. – М. : Радио и связь. – 1984. – 152 с.

222. Євтух М. Б. Забезпечення якості вищої освіти – важлива умова інноваційного розвитку держави і суспільства / М. Б. Євтух, І. С. Волощук // Педагогіка і психологія. – 2008. – № 1 (58). – С. 70–74.

223. Pedler M. The Learning Company. A Strategy for Sustainable Development / [Pedler M., Burgoyne J., Boydell T.]. – Maidenhead : McGraw-Hill, London, 1991. – 224 p.

224. Beard C. The Power of Experiential Learning / Beard C., Wilson J.P. – Derby : Saxon Graphics Ltd, 1989. – 262 p.

225. Добровольская Н. В. Деловая игра как форма контекстного обучения способствующая развитию креативности будущих менеджеров / Н. В. Добровольская // Проблемы и перспективы развития образования в России : сборник материалов XXII Всероссийской научно-практической конференции ; под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2013. – С. 156-160.

226. Аникеева Н. П. Психологический климат в коллективе / Н. П. Аникеева. – М. : Просвещение, 1989. – 224 с.

227. Куцевол О. М. Теоретико-методичні основи розвитку креативності майбутніх учителів літератури : дис ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Куцевол Ольга Миколаївна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К. : 2007. – 350 с.

228. Чумак В. В. Професійно-орієнтована рольова гра в навчанні іншомовного спілкування [Електронний ресурс] / В. В. Чумак. – Режим доступу : http://osvita.ua/school/lessons_summary/edu_technology/34603/.

229. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин. – СПб. : ПитерКом, 1999. – 368 с.

230. Кічук Н. В. Ігрове проектування як інтерактивна дидактична технологія підготовки фахівців / Н. В. Кічук // Наука і освіта. – 2005. – № 3-4. – С. 91-93.

231. Качеровська Т. В. Навчально-ігрове проектування у професійній підготовці майбутніх менеджерів організацій : методичні рекомендації / Качеровська Т.В. – Миколаїв : Видавництво національного університету кораблебудування, 2005. – 94 с.

232. Шевченко Л. С. Розвиток пізнавальної активності студентів засобами ВЕБ-квестів / Л. С. Шевченко // Актуальні проблеми математики, фізики і технологічної освіти : зб. наук. пр. – Вінниця : ФОП Горбачук І. П., 2011. – [вип. 8]. – С. 519-523.

233. Добровольська Н. В. Використання Веб-квестів для формування креативності майбутніх менеджерів / Н. В. Добровольська // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. / Редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2011. – [вип. 28]. – С. 296-300.

234. Лосєва Н. М. Творчість у діяльності викладача вищого навчального закладу / Н. М. Лосєва // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки : зб. наук. пр. / редкол.: Т. І. Сущенко (голов. ред.) та ін. – Запоріжжя, 2003. – [вип. 26]. – С. 64-70.

235 Добровольська Н. В. Методичні рекомендації та завдання до практичних занять з дисципліни «Математика для економістів». / Н. В. Добровольська. — Вінниця : Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, 2011. — Ч. І : Теорія ймовірностей та математична статистика. — 2011. — 75 с.

236. Педагогічна психологія ; за ред. Л. М. Проколієнко, Д. Ф. Ніколенка. – К. : Вища школа, 1991. – 183 с.

237. Щеглов Г. Н. Развитие навыков исследовательской работы в математической игре. Математика в школе / Г. Н. Щеглов. – М., 1967. – С. 60.

238. Шапиро С. И. Решение логических и игровых задач (логико-психологические этюды) / С. И. Шапиро. – М. : Радио и связь. – 1984. – 152 с.

239. Хом’юк І. В. Формування вмінь самостійної роботи у майбутніх менеджерів засобами ігрових форм : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Хом’юк Ірина Володимирівна. – Вінниця, 2002. – 220 с.

240. Добровольська Н. В. Методичні рекомендації і завдання до проведення практичних занять з використанням ПК та ділових ігор із дисципліни «Економіко-математичне моделювання» / [укладачі Н. В. Добровольська, Г. А. Рудомін]. – Вінниця : ВТЕІ, 2010. – Ч. І. : Математичне програмування. – 2010. – 108 с.

241. Добровольська Н. В. Щодо проблеми викладання математичних дисциплін майбутнім менеджерам / Н. В. Добровольська // Актуальні проблеми сучасної науки та наукових досліджень : зб. наук. пр. ; редкол. : Р. С. Гуревич (голова) [та ін.]. – Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2012. – [вип. 3]. – С. 32-36.

242. Добровольська Н. В. Ділові ігри у викладанні дисциплін математичного циклу / Н. В. Добровольська // Актуальні проблеми математики, фізики і технологічної освіти: збірник наукових праць. – Вінниця : ФОП Данилюк В. Г., 2011. – [вип. 8]. – С. 416-420.

243. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. – пер. с англ. ; общ. ред. Е.И. Исениной. – М. : Издат. группа «Прогресс, 1994. – 480 с.

244. Добровольська Н. В. Використання інноваційної технології Веб-квест при викладанні математичних дисциплін для майбутніх менеджерів / В. Добровольська // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. ; [за ред. М. М. Козяра та Н. Г. Ничкало]. – Львів : ЛДУ БЖД, 2012. – [част. 1]. – С. 257-260.

245. Кардаш Н. В. Використання елементів ділової гри на заняттях з вищої математики майбутніх менеджерів / Н. В. Кардаш // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми : зб. наук. пр. / Редкол. : І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця : ООО «Планер», 2005. – [вип. 8]. – С. 307-311.

246. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности ; под ред. Г. С. Никифорова, М. А. Дмитриевой и В. М. Снеткова. СПб., 2003. – С. 293-298.

247. Гончаренко С. У. Педагогічні дослідження : Методологічні поради молодим науковцям / С. У.Гончаренко. – Київ-Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2010. – 308 с.

248. Кардаш Н. В. Про доцільність використання ділових ігор / Н. В. Кардаш // Наукові дослідження – теорія та експеримент’ 2007 : матеріали третьої міжнародної науково-практичної конференції. – Том 4. – Полтава : Видавництво «ІнтерГрафіка», 2007. – С.64-68.

249. Добровольська Н. В. Ділова гра як засіб підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери / Н. В. Добровольська // Вища освіта України. – К. : Вид-во «Гнозис», 2011. – Додаток 2 до № 3. – [том 4 (29)]. – С. 538-545

250. Добровольська Н. В. Проблема підготовки майбутніх менеджерів / Н. В. Добровольська // Проблема інтеграції національних закладів вищої освіти до Європейського освітнього середовища : збірник матеріалів Міжнародної науково-методичної конференції. – Том 2. «Сучасні підходи до забезпечення якості вищої освіти». – Харків : Вид-во «Форт», 2012. – С. 34-37.

251. Добровольська Н. В. Значення ділових ігор у розвитку креативності майбутніх менеджерів / Н. В. Добровольська // Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Теоретико-методологічні та практичні проблеми підготовки фахівців за ступеневою системою освіти : матеріали VIII Всеукраїнської науково-методичної конференції. – Харків : ХДУХТ, 2010. – С. 290-292.

ДОДАТКИ

Додаток А

Здатності випускника ВНЗ з кваліфікацією «Бакалавр з менеджменту» та система умінь

Таблиця А.1

Зміст і номер здатності вирішувати проблеми та задачі соціальної діяльності	Зміст і номер уміння
1	2
1 . Формування стійкого світогляду, правильного сприйняття сучасних проблем розвитку суспільства, людського буття, духовної культури	1.1. Засвоювати та реалізовувати наукові та культурні досягнення світової цивілізації з уважним ставленням до різних культур, релігій, до ідей збереження миру, неухильного дотримання прав людини 1.2. Критично оцінювати та прогнозувати політичні, економічні, екологічні, культурні та інші події та явища 1.3. Проникати в сутність явищ і процесів реального світу, свідомо використовувати наукові знання у пізнавальній та професійній діяльності 1.4. Культурологічні питання сучасності розглядати з позицій вшанування традицій і звичаїв свого народу та культурного надбання людства 1.5. Дотримуватися загальноприйнятих норм поведінки та моралі в міжособистісних відносинах та у суспільстві, сприяти зміцненню моральних засад суспільства, у всій життєдіяльності орієнтуватися на загальнолюдські цінності 1.6. Вносити посильний внесок у гармонізацію людських, міжнаціональних, міжпартійних відносин 1.7. Протистояти проявам расової, національної, статевої, вікової дискримінації

Продовж. табл. А.1

1	2
2. Формування політичної свідомості та політичної культури, а також політичної активності, творчої ініціативи при вирішенні сучасних проблем	2.1. Удосконалювати знання у сфері міжнародного життя та політичних процесів, орієнтуватися у зовнішній та внутрішній політиці держави, знати її історію та специфіку розвитку 2.2. Розпізнавати та використовувати різні види владних відносин, специфіку політичної влади, розуміти її сутність, структуру, функції 2.3. Орієнтуватися у міжнародному політичному житті, геополітичній ситуації, розуміти місце та статус України в сучасному світі 2.4. Орієнтуватися у глобальних проблемах економічного розвитку світових господарських зв'язків, інтеграції України у систему міжнародного поділу праці
3. Розгляд суспільних явищ у розвитку та конкретних історичних умовах	3.1. З'ясовувати причинно-наслідкові зв'язки в історичних подіях, аналізувати й узагальнювати історичний матеріал у певній системі 3.2. Порівнювати, пояснювати, аналізувати та критично оцінювати історичні факти та діяльність осіб, спираючись на отримані знання на основі альтернативних поглядів на проблеми
4. Займати активну життєву та громадянську позицію	4.1. Захищати інтереси держави, поєднувати та взаємоузгоджувати суспільні, колективні та індивідуальні інтереси 4.2. Виконувати конституційні обов'язки, дотримуватися норм законодавства 4.3. Захищати свої права людини та громадянина 4.4. Використовувати для досягнення мети зовнішні обставини
5. Нести соціальну відповідальність за діяльність організації	5.1. Враховувати та прогнозувати соціальні аспекти впливу ділової активності на працівників, споживачів, місцеві спільноти, суспільство 5.2. Вирішувати загальні соціальні проблеми: захист довкілля, прав громадян, інтересів споживача, охорона здоров'я та безпека життєдіяльності 5.3. Дотримуватися етики ділового спілкування

Продовж. табл. А.1

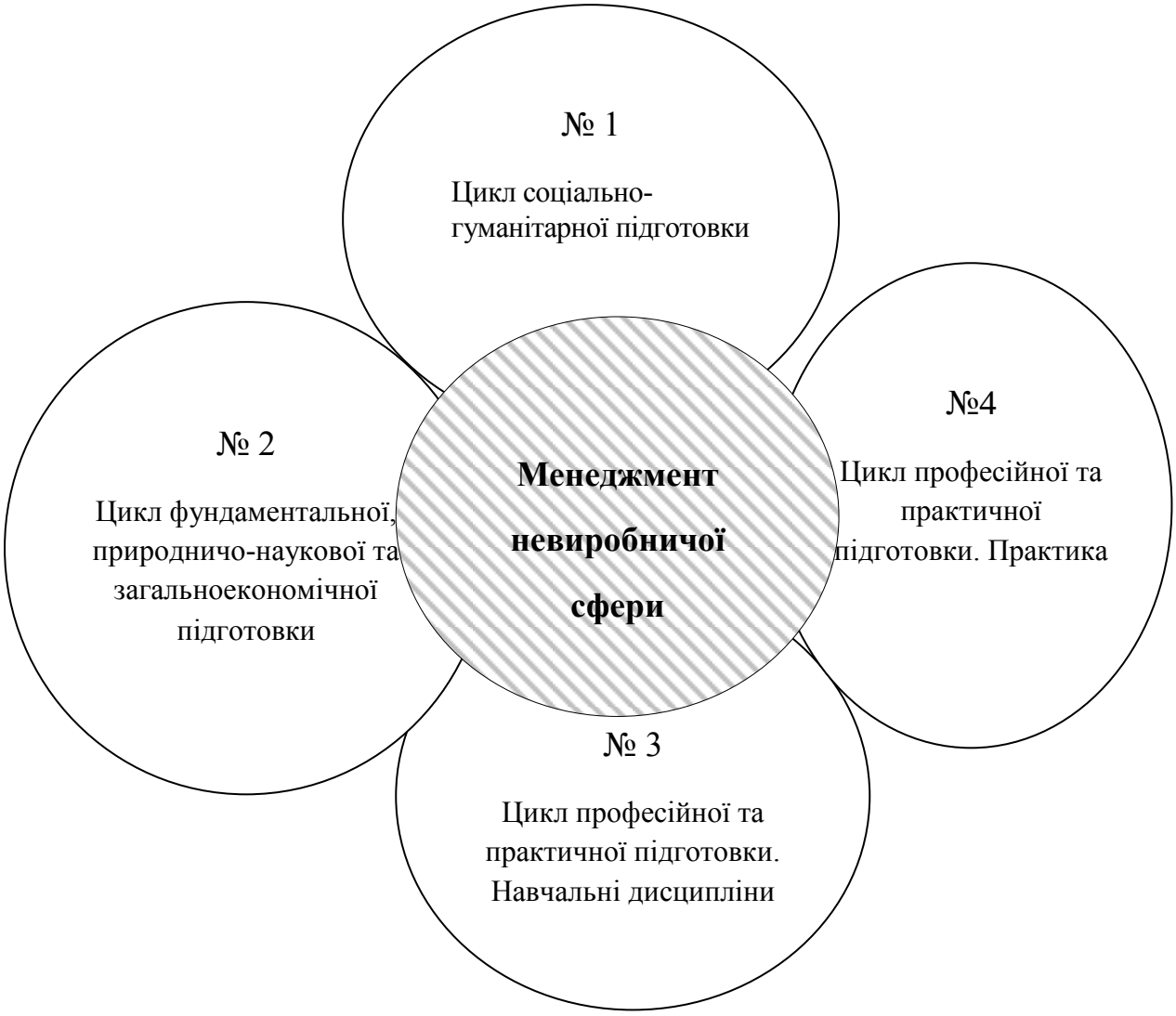
1	2
	5.4. Реалізовувати відносини відповідальності за допомогою сукупності етичних, правових та економічних норм у їх взаємозв'язку 5.5. Нести персональну відповідальність за діяльність співробітників і всієї організації
6. Здатність до ефективної комунікаційної взаємодії, у тому числі засобами сучасних інформаційних технологій	6.1. Спілкуватися державною та, якнайменш, однією з іноземних та слов'янських мов 6.2. Чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання 6.3. Створювати та підтримувати гармонійну соціальну мережу ділових та особистісних контактів як передумову психічного здоров'я та ділового успіху 6.4. Залежно від ситуації обирати найбільш відповідні інформаційні засоби та канали комунікації, користуватися мережею INTERNET 6.5. Створювати власний імідж, вдосконалювати його складові: зовнішній вигляд, манери, ораторське мистецтво, впевненість у собі, позитивну енергетику 6.6. Проявляти та постійно вдосконалювати хороші манери, культуру мови 6.7. Одягатися відповідно до ситуації з урахуванням особливостей зовнішності та віку 6.8. Переконувати, аргументувати, вести конструктивні переговори, результативні ділові бесіди, плідні дискусії, полеміку; толерантно ставитися до протилежних думок, брати участь у дискусіях, критично ставитися до тенденційної інформації 6.9. Доводити інформацію до виконавців, тримати їх у курсі справ, зацікавлювати у вирішенні проблем 6.10. Готувати та проводити публічні виступи в аудиторіях різного типу; відчувати аудиторію 6.11. Ефективно використовувати невербальні засоби спілкування 6.12. Протидіяти маніпуляції, долати бар'єри спілкування, спілкуватися з «важкими» людьми 6.13. Добирати та використовувати психолого-педагогічні технології у професійній та інших сферах життєдіяльності 6.14. Підтримувати врівноважені стосунки з найближчим побутовим оточенням

Продовж. табл. А.1

1	2
7. Здійснення саморегуляції та здорового способу життя	7.1. Пропагувати та вести здоровий спосіб життя, фізично самовдосконалюватися 7.2. Розробляти здоровий режим роботи та відпочинку, додержуватись його 7.3. Дозувати навантаження, уникати систематичної перевантаженості, розвивати власну стресовитривалість, саморегуляцію, підтримувати хороший настрій 7.4. Підтримувати та відтворювати працездатність, швидко відновлювати фізичні та духовні сили 7.5. Зберігати трудову активність в екстремальних ситуаціях
8. Здатність до засвоєння нових знань, самовдосконалення	8.1. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної самооцінки, самокритику, долати власні недоліки та шкідливі звички 8.2. Реалістично й оптимістично ставитися до себе, спокійно сприймати свої невдачі та вчитися на них 8.3. Визначати й усвідомлювати межі своїх знань, долати стереотипи мислення та практики, визнавати й аналізувати помилки, у тому числі власні 8.4. Адаптуватися до зростаючих потоків інформації, до наслідків науково-технічного прогресу, розуміти необхідність професійної мобільності 8.5. Використовувати різні методи та прийоми самовиховання 8.6. Розвивати потенціал лідера, підприємливість і вміння йти на виправданий ризик 8.7. Використовувати психотехнології у самопрограмуванні, самоствердженні 8.8. Здійснювати самоменеджмент, встановлювати життєві цілі, визначати їх пріоритетність, планувати власну кар'єру 8.9. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну) 8.10. Тренувати пам’ять 8.11. Оцінювати й обирати оптимальні сполучення форм постійного підвищення власної кваліфікації

Додаток Б

Блок-схема професійної підготовки менеджера невиробничої сфери



- *блок № 1* (“Цикл соціально-гуманітарної підготовки”):

1) філософія;
2) Історія України;
3) Історія української культури;
4) Українська мова (за професійним спрямуванням);
5) Іноземна мова (за професійним спрямуванням);
6) психологія;
7) соціологія;
8) фізичне виховання.

- *блок № 2* (“Цикл фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки”):

1) основи макроекономіки;
2) основи мікроекономіки;
3) політична економія та історія;
4) статистика;
5) бухгалтерський облік;
6) фінанси, банківська справа;
7) планування;
8) податкова система;
9) біржа.

- *блок № 3* (“Цикл професійної та практичної підготовки. Навчальні дисципліни”):

1) управління маркетингом;
2) основи менеджмента;
3) види та зв’язки в маркетингу;
4) маркетингові моделі;
5) стратегія маркетингу;
6) інтерфейс від ринку до технології;
7) дослідження маркетингу;
8) організація виробництва;
9) креативний менеджмент;
10) реклама та ін.

- *блок № 4*(“Цикл професійної та практичної підготовки. Практика”):

1) навчальна практика «Вступ до фаху»;
2) виробнича практика;
3) переддипломна практика.

Додаток В

Проспект ділової гри «Адаптація молодого менеджера»

Загальна характеристика ВАТ універмаг «Казковий світ».

Характеристика філії № 1, 2, 3. ВАТ універмаг «Казковий світ».

Статут ВАТ універмаг «Казковий світ».

Учасники гри знайомляться зі змістом інформації і завданням, а викладач – керівник гри дає відповідні консультації та пояснення змісту документів.

З доповіддю по-одному із трьох варіантів завдань (визначає керівник гри) виступає лідер підгрупи або інший її член за відповідним дорученням. Інші дві підгрупи опонують доповідача, виступають в ролі експертів і в ході дискусії визначають оцінку підготовленої доповіді.

Таким же чином проводяться обговорення доповідей інших двох підгруп і визначається їх оцінка.

На завершення, викладач – керівник ділової гри підводить підсумки, акцентуючи увагу на сильних і слабких сторонах доповідей і оцінює активність груп.

ЗАВДАННЯ 1

Ви закінчили торговельно-економічний університет і два роки працюєте економістом економічного відділу ВАТ універмаг «Казковий світ».

Голова правління ВАТ універмаг «Казковий світ» запропонував Вам посаду керівника філії № 1, Ви дали згоду. Колектив філії знає Вас тільки як економіста, де Ви інколи заходили в це підприємство із службовими питаннями. Голова правління ВАТ універмаг «Казковий світ» визначив день і число коли він буде представляти Вас колективу філії № 1. Одночасно він запропонував Вам виступити перед колективом філії № 1 з програмою усунення недоліків в роботі цього підрозділу та підвищення ефективності його роботи.

Вам слід підготувати тези свого виступу за таким планом:

– Хто я? Що із себе уявляю як спеціаліст і людина. Моє минуле і сучасне.

– Якими мотивами я керувався, коли дав згоду зайняти посаду керівника філії?

– Як я розглядаю свої нові обов'язки, права, повноваження?

– Яке місце в управлінні я відводжу колективу філії?

– Що я чекаю від колективу філії? На що сподіваюсь?

– Як я собі уявляю майбутнє підприємства в економічному і соціальному аспектах?

– Що я планую робити для підвищення ефективності роботи підприємства і яка концепція моєї програми?

Розробляючи тези виступу, майте на увазі, що члени колективу цього підприємства будуть мати різні думки відносно програми і стилю роботи. Ваш виступ має бути коротким, чітким і переконливим.

ЗАВДАННЯ 2

Ви працюєте один рік керівником секції ВАТ універмаг «Казковий світ» Голова правління ВАТ універмаг «Казковий світ» запропонував Вам посаду керівника філії № 2. Ви дали згоду і були призначені на цю посаду 3 колективом філії № 2 Ви практично не знайомі і ніколи перед ними не виступали. Завтра Ви розпочинаєте свою трудову діяльність. Сьогодні Ви обмірковуєте як проведете перший робочий день і перший робочий тиждень на посаді керівника торгового підприємства.

З цією метою підготуйте собі відповіді на запитання:

1. З ким Ви завтра повинні зустрітися, про що будете вести бесіду?

2. Кому і що слід повідомити?

3. Якими проблемами потрібно зайнятися в першу чергу?

4. Як, від кого і для чого варто вимагати документи?

5. З ким, якою інформацією необхідно обмінятися і з якою метою?

6. Що ви будете робити у перший день роботи: встановлювати ділові контакти; вирішувати гострі проблеми; відміняти застарілі порядки, правила чи щось інше?

Ваш завтрашній день має бути підготовленим і відпрацьованим сьогодні. Ви не маєте права в свій перший день розгубитися, адже – це перший іспит на посаді керівника в новому колективі. Вам слід запам'ятати, що саме в перший день Ви зможете заявити про себе як про здібного організатора.

Вам також необхідно враховувати, що очікування і прогнози відносно Вас є різноманітними. Від вас чекають:

– нової суттєвої інформації;

– втручання в критичну ситуацію, яка склалася напередодні;

– порад, вказівок, допомоги;

– збереження звичного укладу роботи, заведених порядків, невтручання;

– критичних зауважень, заохочень;

– виявлення турботи, уваги і співчуття тощо.

Вас обов'язково будуть порівнювати з попереднім керівником підприємства. Ваші дії, розпорядження, питання, відповіді, манери, жести будуть обов'язково оцінювати. Розробіть план Вашого першого робочого дня і план-графік на тиждень на посаді керівника торговельного підприємства.

ЗАВДАННЯ 3

Після закінчення торговельно-економічного університету Голова правління ВАТ універмаг «Казковий світ» запропонував Вам посаду керівника філії № 3. Завтра Ви заступаєте на посаду завідувача філії № 3. З цього дня майбутнє цього колективу багато в чому буде залежати від рівня Вашого керівництва. Вам довірені інтереси людей, великі матеріальні цінності, організація обслуговування покупців. Вас чекають десятки невирішених питань, неочікувані проблеми, непередбачувані вчинки і дії Ваших підлеглих. Ваша діяльність починається в умовах невизначеності. Але

це не звільняє Вас від обов'язків правильно реагувати, справедливо оцінювати, розумно мислити і приймати оптимальні рішення в кожному окремому випадку. Від правильної поведінки в перші дні Вашої роботи на посаді зав. філії від Вашої самовпевненості у собі, від оцінок ставлення до людей, факторів, явищ, вибору рішень, сприйняття позицій, проектів, порад, вимог буде залежати Ваш авторитет і успіх колективу.

На основі інформації, яку маєте, дайте відповіді на запитання, які сформульовані нижче.

Як Ви себе поводитимете, якщо в перший день перебування на посаді завідувача філії:

– Отримаєте колективну скаргу на одного з працівників філії?

– Колишній завідувач філії критикує Вас за невміння керувати колективом і повільне усунення недоліків в роботі магазину?

– Один з керівників секції подає заяву про звільнення його за власним бажанням?

– Один з продавців магазину звернувся до Вас з проханням дозволити йому сьогодні піти з роботи на 2 години раніше за рахунок того, що систематично затримувався на роботі через великі черги покупців, яких потрібно було обслуговувати?

– До Вас підійде працівник магазину похилого віку і буде лаяти колишнього завідувача філії?

– Побачите, що два продавці магазину більше 30 хвилин розмовляють на побутові теми, а покупці скаржаться на великі черги?

– Вам подзвонить Голова правління ВАТ універмаг «Казковий світ» і робить зауваження з приводу відставання у виконанні плану реалізації товарів та постійних скарг покупців на низьку культуру обслуговування?

– Ваш заступник доповість, що підприємством порушується графік завозу товарів до магазину?

– Що Ви зробите, коли задзвонить телефон, в той час коли Ви проводите виробничу нараду?

Додаток Г

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ

НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ СТУДЕНТІВ У ФОРМІ ДІЛОВОЇ ГРИ

«ВІРТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО»

1. Завдання для організаційного відділу

Основні функції та задачі відділу:

– Підготовка та оформлення документів на відкриття підприємства (статуту, установчого договору, протоколу зборів).

– Реєстрація документів в органах місцевої влади, фондах і т.д. (ліцензій на здійснення діяльності підприємства; отримання дозволу санепідемстанції, пожежної інспекції; ліцензій на продаж алкогольних напоїв, тютюнових виробів; реєстрація в пенсійному фонді, фонді соціального страхування та фонді зайнятості; реєстрація в відділенні банку, відкриття розрахункового рахунку; отримання ідентифікаційного коду та ін.).

– Розподіл документів для надання керівництву фірми за структурними підрозділами, ведення їх обліку, реєстрації та системного обліку контролю за їх виконанням.

– Ознайомлення співробітників фірми з розпорядчими документами.

– Методичне керівництво постановкою діловодства в структурних підрозділах і контролю їх стану.

– Прийняття та відправлення кореспонденції.

– Укладання договорів на оренду (суборенду) приміщень, устаткування.

– Здійснення контролю за виконанням договорів купівлі-продажу, угод.

Завдання 1. Оперативна нарада щодо введення єдиної системи діловодства на підприємстві та порядку реєстрації, складання й оформлення документів.

Завдання 2. Розробити положення про організаційний відділ. Скласти проект наказу про затвердження положення про організаційний відділ.

Завдання 3. Прийом, розгляд і реєстрація документів. Документи, які надходять на підприємство, розподіляються на ті, що потребують обов’язкового розгляду керівництвом або виконавцями відповідно до

функціональних обов'язків, визначення необхідності реєстрації документів, а також встановлення термінів виконання документів, або передаються структурним підрозділам чи безпосереднім виконавцям.

Завдання 4. Оперативна нарада. Провести оперативну нараду щодо дотримання виконання положення про організаційний відділ та посадових інструкцій.

Завдання 5. Складання та оформлення документів.

Розробити інструкції з діловодства та номенклатуру справ. Скласти проект наказу про затвердження номенклатури справ та інструкції з діловодства.

Завдання 6. Внести зміни в статут підприємства з урахуванням його розширення в результаті реструктуризації. Надати проект для узгодження з директор підприємства. Зареєструвати в установленому порядку.

2. Завдання для відділу персоналу

Основні функції та задачі відділу:

– Здійснювати добір та розстановку персоналу за діловими та особистими властивостями, контроль за його правильним використанням на роботі.

– Розробляти заходи щодо формування стабільного трудового колективу, зниження плинності персоналу та зміцнення трудової дисципліни.

– Забезпечувати підприємство необхідною кількістю персоналу керівного складу, спеціалістів, робітників та допоміжного персоналу потрібних професій та кваліфікацій відповідно до затвердженого штатного розкладу.

– Проводити роботу щодо формування резерву спеціалістів для висування або переміщення на інші штатні посади.

– Розробляти разом з планово-економічним та організаційним відділами штатний розклад підприємства, складати перспективні та поточні плани потреби в усіх категоріях персоналу та джерел його поповнення.

– Організовувати та забезпечувати комплектування підприємства працівниками всіх категорій, потрібних професій, спеціальностей та кваліфікацій відповідно до плану по праці.

– Організовувати прийом на роботу, переведення, звільнення особового складу персоналу підприємства відповідно до чинного законодавства та нормативних документів.

– Здійснювати облік усіх категорій персоналу відповідно до вимог

органів управління.

– Організовувати облік порушень працівниками підприємства трудової дисципліни та громадського порядку.

– Формувати та готувати резерв спеціалістів на керівні посади.

– Вивчати ділові та особисті властивості працівників для їх переміщення або зарахування до резерву на висування.

– Аналізувати професійний, освітній та віковий склад персоналу, а також інші соціально-демографічні дані з метою використання для поліпшення якісного складу персоналу, для складання відповідних розділів плану соціального розвитку колективу.

– Організовувати проведення соціологічних досліджень щодо підвищення ефективності роботи з персоналом та стабільності трудового колективу.

– Вести облік заохочень та винагород робітників і службовців.

– Складати розрахунки і заявки па потребу підприємства у молодих спеціалістах і кваліфікованих працівниках, які закінчили університети, інститути, коледжі, технікуми, школи, училища.

– Організовувати проведення атестацій та інших видів оцінки діяльності керівників та спеціалістів, а також матеріально відповідальних осіб. Розробляти заходи з виконання рішень атестаційних комісій та контролювати їх виконання.

– Контролювати виконання керівниками підрозділів наказів і розпоряджень керівництва підприємства щодо питань роботи з персоналом.

– Оформлювати, зберігати та видавати трудові книжки, своєчасно заносити до них необхідні дані.

– Підготовлювати всі види державної звітності та поточної інформації про чисельний та якісний склад персоналу.

Завдання 1. Формування штатного розкладу віртуального підприємства: Проаналізувати існуючий штатний розклад торговельного підприємства та побудувати органіграму. Проаналізувати доцільність створення нових підрозділів на підприємстві. Узгодити (підписи керівників) проект штатного розкладу з усіма підрозділами.

Завдання 2. Побудова та вдосконалення організаційної структури управління віртуальним підприємством:

Відповідно до затвердженого штатного розкладу підприємства разом з іншими керівниками підрозділів розробити проект наказу про введення в дію штатного розділу підприємства і, як додаток до нього, схему організаційної

структури управління підприємством.

Завдання 3. Регламентація управління персоналом: розробка положення про відділ роботи з персоналом та методичних рекомендацій щодо розробки положення про підрозділ для інших підрозділів. Розробити типове положення про структурний підрозділ (зразок положення), а також положення про відділ роботи з персоналом. Скласти проект наказу про розробку положень щодо структурних підрозділів в підприємстві.

Завдання 4. Регламентація управління персоналом та проектування роботи:розробка посадових інструкцій працівників відділу персоналу та методичних рекомендацій для розробки інструкцій посад інших підрозділів

Розробити типову посадову інструкцію (зразок), а також посадову інструкцію менеджера з персоналу. Скласти проект наказу про розробку положень щодо структурних підрозділів у підприємстві.

Завдання 5. Проектування роботи: розробка паспорта робочого місця працівників відділу роботи з персоналом, вищого керівництва підприємства та методичних рекомендацій для розробки паспорта робочого місця для посад інших підрозділів.

Завдання 6. Регламентація управління персоналом: розробка правил внутрішнього розпорядку Розробити проект правил внутрішнього розпорядку. Скласти проект наказу про введення в дію правил внутрішнього розпорядку

Завдання 7. Підбір персоналу: формування вимог до кандидатів на посаду Вищим керівництвом поставлено завдання – заповнити існуючі вакансії максимально відповідними працівниками.

Завдання 8. Підбір персоналу: пошук кандидатів Проблема – заповнення вакансій працівниками, які відповідатимуть розробленим вимогам. Розробити певну політику щодо пошуку кандидатів (внутрішні або зовнішні джерела) і, відповідно, скласти оголошення у періодичні видання (інші інформаційні джерела для пошуку) та розробити аплікаційні форми для кандидатів, які надавали б необхідну інформацію для подальшого відбору.

Завдання 9. Підбір кадрів: формування бази даних про претендентів, їх оцінювання та відбір.

Завдання 10. Призначення на посаду: розробка типових форм заяв та контрактів. Розробити текст і форму трудового контракту та уніфіковані для підприємства форми заяви на прийняття на роботу, на звільнення з посади, переведення на іншу посаду, надання відпустки. Скласти проект наказу про затвердження форм кадрової документації.

Завдання 11. Призначення на посаду: оформлення зарахування на посаду. У разі затвердження керівником кандидата на посаду підготувати контракт для підпису, проект наказу про прийняття на роботу (узгодивши питання оплати праці з планово-економічним відділом).

Завдання 12. Виписування нової трудової книжки

Зараховано особу, яка розпочинає трудову діяльність. На підставі наказу про зарахування на роботу оформити трудову книжку.

Завдання 13. Укладання договору про матеріальну відповідальність На роботу прийнято працівника на матеріально-відповідальну посаду. На підставі наказу про зарахування оформити договір матеріальної відповідальності.

Завдання 14. Призначення на посаду: формування особових справ, ведення трудових книжок та особових карток тощо

Завдання 15. Призначення на посаду: адаптація персоналу, інструктування з техніки безпеки та ознайомлення з правилами внутрішнього розпорядку

Завдання 16. Вивільнення персоналу: документальне оформлення звільнення та архівація особових справ

Завдання 17. Рух кадрів: складання графіка відпусток

За розпорядженням керівника підприємства на підставі пропозицій керівників підрозділів скласти графік відпусток на наступний рік.

Завдання 23. Рух кадрів: оформлення відпусток

Надійшли заяви з резолюціями керівників підрозділів.

На підставі заяв працівників і графіка оформити відпустки.

Завдання 24. Рух кадрів: Оформлення листка непрацездатності

На підставі особової картки чи трудової книжки визначити тривалість безперервного стажу працівника та заповнити відповідні колонки бланку листка непрацездатності, зареєструвати його.

Завдання 25. Оформлення документів працівників, які виходять на пенсію

Добрати необхідні документи (трудова книжка й особова картка), на їх підставі уточнити загальний стаж роботи (у тому числі пільговий). Оформлення пакета: знімання копій, заповнення пенсійної справи, реєстрація у книзі обліку пенсіонерів.

Завдання 26. Оформлення виконавчого листка

На підставі отриманого виконавчого листка внести зміни до особової картки. Записати табельний номер на виконавчому листку і віддати в бухгалтерію.

Завдання 27. Роботи з табельного обліку

Перевірити наявність працюючих на робочих місцях, скласти доповідну, вести облік неявок з причин порушення трудової дисципліни.

Завдання 28. Рух кадрів: складання статистичної звітності

На підставі наявної інформації підготувати звітність за формою №3-ПВ «Звіт про використання робочого часу».

Завдання 29. Рух кадрів: складання статистичної звітності

На підставі наявної інформації підготувати звітність за формою №6-ПВ «Чисельність окремих категорій працівників та підготовки кадрів».

Завдання 30. Рух кадрів: складання статистичної звітності

На підставі наявної інформації підготувати звітність за формою № 1-ПВ «Звіт з праці».

Колективне завдання 1

Зміст ситуації:

Оперативна нарада «Формування штатного розкладу» (до індивідуальних завдань № 1, № 2).

Інформаційне забезпечення:

Надійшли ряд пропозицій керівників підрозділів щодо змін штатного розкладу. Директор надає план реструктуризації підприємства.

Колективне завдання 2

Зміст ситуації:

Оперативна нарада з розробки положення про відділ персоналу та посадових інструкцій (до індивідуальних завдань № 3, № 4).

Інформаційне забезпечення:

Усне повідомлення начальника відділу персоналу про жорстку критику на вчорашній виробничій нараді у директора за невідповідність положення про відділ персоналу сучасним вимогам і відсутність посадових інструкцій, застарілі правила внутрішнього розпорядку.

Існуюче недосконале положення про відділ персоналу, правила внутрішнього розпорядку ____ року.

Літературні джерела.

Колективне завдання 3

Зміст ситуації:

Нарада щодо добору персоналу на вакантні посади (до індивідуальних завдань № 7, № 8).

Інформаційне забезпечення:

Доповідні, які надійшли від керівників підрозділів (з резолюціями директора та з додатками у вигляді посадових інструкцій на вакантні посади і вимог керівників підрозділів до майбутніх співробітників).

Літературні джерела (довідники, газети з оголошеннями).

Колективне завдання 4

Зміст ситуації:

Проведення співбесід з претендентом (-ами) на посаду (під час індивідуального завдання № 9).

Інформаційне забезпечення:

Пакет документів 1-2 претендентів.

Особа (або 2) в ролі претендента на кожну з посад.

Колективне завдання 5

Зміст ситуації:

Нарада з оцінювання і вибору працівників, обговорення форм контрактів (під час індивідуального завдання № 9, до № 10).

Інформаційне забезпечення:

Сформовані пакети документів від претендентів, література і зразки форм контрактів.

Колективне завдання 6

Зміст ситуації:

Аналіз плинності кадрів на підприємстві та заходів щодо стабілізації колективу.

Інформаційне забезпечення:

Розроблений у індивідуальному завданні № 16 звіт про плинність кадрів на підприємстві, особові справи звільнених, накази про заохочення та стягнення, положення про порядок преміювання, колективний договір, протоколи зборів, засідань профспілки тощо.

3. Завдання для відділу маркетингу

Основні функції та задачі відділу: Розробка маркетингової стратегії. Аналіз становища підприємства на ринку, його фінансово-господарської діяльності та ефективності управління підприємством. Розробка стратегії

розвитку підприємства. Виявлення ключових внутрішніх і зовнішніх проблем підприємства, розробка оптимальних способів їх вирішення. Дослідження існуючих мереж збуту.

Аналіз споживчих властивостей послуг, наданих (реалізованих) підприємством, і вимог, які пред'являють до них покупці.

Організація реклами та стимулювання збуту.

Визначення напрямів і планування рекламних кампаній.

Організація рекламних кампаній.

Організація процесу маркетингових осліджень, що включає наступні операції:

– визначення проблеми, пов'язаної зі збутом послуг;

– одержання первинної інформації (зовнішньої і внутрішньої);

– проведення аналізу вторинної інформації (зовнішньої і внутрішньої);

– проведення аналізу даних, що характеризують ринок виду послуг, який розглядається;

– формування рекомендацій за результатами проведеного аналізу;

– використання результатів маркетингового дослідження.

– Збір інформації про конкурентів по наступних напрямах:

– обсяги продажу в цілому і по сегментах ринку;

– загальна доля на ринку;

– цілі й поведінка на ринку;

– самооцінка.

Виявлення сильних і слабких сторін конкурентів.

Упорядкування за результатами маркетингових досліджень оптимістичних, песимістичних і середньозважених прогнозів розвитку ринку, в яких визначаються фази та тривалість життєвого циклу з кожного виду продукції та послуг, що реалізуються підприємством, а також доводиться оцінка потенційних ризиків діяльності підприємства.

Проведення аналізу існуючих мереж збуту послуг.

Виявлення сильних і слабких сторін підприємства щодо своїх конкурентів.

Виявлення ключових внутрішніх і зовнішніх проблем для підприємства.

Розробка пропозицій з ефективного розподілу і використання всіх ресурсів: матеріальних, фінансових, трудових, землі і технологій.

Створення умов і програм переходу управління підприємства від реактивної форми (прийняття управлінських рішень як реакції на поточні проблеми) до форми управління на основі аналізу і прогнозів.

Розробка стратегії розвитку підприємства на основі проведених прогнозів розвитку послуг, що надаються, оцінки потенційних ризиків, проведеного аналізу фінансово-господарського стану й ефективності управління підприємством, а також аналізу сильних і слабких сторін підприємства.

Впорядкування переліку заходів, необхідних для формування стратегії поведінки підприємства на ринку.

Визначення, відповідно до обраної стратегії поведінки підприємства, взаємопов’язаної системи, що складається з:

– збутової політики;

– виробничо-технологічної й інноваційної політик)і;

– цінової політики;

– визначення: потреб споживачів у послугах, що надаються підприємством, а також послугах, що надаються конкурентами: імовірності появи нових споживачів;

– платоспроможності споживачів і їхньої обов’язковості в платежах.

Виявлення потреби споживачів у нових видах послуг.

Координація діяльності всіх функціональних підрозділів зі збору й аналізу комерційно-економічної інформації, створення банку даних по маркетингу послуг підприємства (заявок на реалізацію товарів та надання послуг, договорів на поставку та надання послуг, ємності ринку і т.д.).

Участь у розробленні пропозицій і рекомендацій по зміні технічних, економічних і інших характеристик послуг із метою поліпшення їхніх споживчих якостей.

Організація розроблення стратегії проведення рекламних заходів у засобах масової інформації за допомогою зовнішньої, світлової, електронної, поштової реклами, реклами на транспорті.

Планування й організація участі підприємства в регіональних, українських, міжнародних виставках, ярмарках, виставках-продажах. Підготовка пропозицій з формування фірмового стилю підприємства.

Робота з рекламування послуг підприємства для просування їх на ринки збуту.

Забезпечення при розробленні рекламних матеріалів дотримання норм суспільної моралі, правил конкурентної боротьби Закону України «Про рекламу».

Участь у розробці фірмового стилю підприємства, підготовка сувенірних рекламних продуктів поліграфічного і промислового виконання (блокнотів, календарів, канцелярського приладдя із логотипами підприємства, ін.) для розподілу їх серед працівників підприємства, що вступають у ділові відносини з агентами.

Укладання договорів з рекламування продукції або послуг із сторонніми організаціями у випадках повномасштабної реклами на телебаченні, засобах масової інформації, міському суспільному транспорті та ін.

Встановлення зв'язків із діловими партнерами та розширення зовнішніх зв'язків із метою вдосконалювання рекламної діяльності.

Збір і систематизація інформації про рекламу продукції підприємств-конкурентів.

Аналіз впливу вже проведених і тих, що проводяться, рекламних заходів на зміну попиту на послуги, що надаються.

Впорядкування кошторису рекламних витрат.

Створення та підтримка інформаційної бази даних клієнтів.

Завдання 1. Формування оптимальної товарної політики підприємства. З цією метою необхідно: Здійснити аналіз товарів та послуг, що реалізує підприємство. Дати характеристику товарам, що реалізуються, проаналізувати основних та додаткових послуг, що надаються підприємством. Проаналізувати глибину, широту, насиченість асортименту та їх відповідність внутрішнім регламентуючим документам. Зробити висновки про виключення з асортименту товарів, які не є прибутковими.

Завдання 2. Для вдосконалення фінансово-господарської діяльності готелю розробити рекламну стратегію. З цією метою:

– вивчити сегменти ринку, на яких планується рекламувати товар;

– визначити цілі рекламної кампанії;

– розробити основну ідею рекламної кампанії;

– визначити типи конкретних носіїв реклами (газети, журнали, рекламні ролики й ін.) і їхнє оптимальне сполучення;

– зробити вибір форм і методів реклами в засобах масової інформації, їх текстового, колірного і музичного оформлення;

– спрогнозувати терміни дії реклами;

– визначити витрати, необхідні для проведення рекламної кампанії.

Завдання 3. Зважаючи на посилення конкуренції і зміщення переваг клієнтів, які негативно позначилися на результатах господарювання підприємства, керівництво вирішило провести маркетингові дослідження з метою визначення причин зменшення частки ринку та розробку методів щодо заходів зменшення їх негативного впливу. З цією метою необхідновизначити та обґрунтувати доцільний у даному випадку метод маркетингового дослідження; визначити оптимальний метод формування вибірки та розробити анкету опитування.

Завдання 4. Проаналізувати позиціювання підприємства на регіональному ринку відносно його основних конкурентів.

Завдання 5. Підприємство випустило новий каталог товарів і вирішило його презентувати на семінарі. Вам, як керівнику маркетингового відділу, необхідно:протягом 20 хв. провести презентацію нового каталогу;провести анкетування присутніх на семінарі підприємців (підготуйте анкету).

Завдання 6. Проаналізувати відповідність рекламної політики відповідно потребам цільового ринку даного підприємства.

Завдання 7. Проаналізувати цінову стратегію підприємства та охарактеризувати застосовані методи ціноутворення.

Завдання 8. Вдосконалити систему інформування та обслуговування клієнтів. З цією метою необхідно:

– розробити анкету з метою вивчення ставлення клієнтів до організації обслуговування на підприємстві;

– проаналізувати досвід конкурентів та зарубіжний досвід надання послуг на торговельних підприємствах;

– проаналізувати ефективність надання послугу;

– розробити пропозиції щодо покращення обслуговування клієнтів;

– запропонувати заходи вдосконалення рекламної діяльності підприємства з метою збільшення кількості клієнтів.

Завдання 10. З метою збільшення клієнтів та розширення каналів збуту прийнято рішення про участь підприємства у виставці. З метою визначення мети та цілі участі у виставці:

– розрахуйте кількість працюючих на виставці та їх функції;

– розрахуйте потребу у кількості орендної площі;

– підготувати інформаційно-рекламний матеріал та прес-реліз;

– визначити критерії розрахунку ефективності проведення виставки.

Завдання 11. Вдосконалити систему інформування та обслуговування клієнтів. З цією метою керівництво прийняло рішення про створення

комп'ютерної бази даних клієнтів. Для цього необхідно спроектувати комп'ютерну базу даних клієнтів.

Завдання 12. Вдосконалити рекламно-інформаційну діяльність підприємства. З цією метою необхідно:

– проаналізувати веб-сайти торговельних підприємств (визначити функції, які вони виконують; веб-портали);

– спроектувати веб-сайт підприємства;

– визначити, на яких торговельних порталах вони будуть розміщуватися (розрахувати коефіцієнт цікавості сайта).

Колективне завдання 1

Зміст ситуації:

Керівництву підприємства необхідно на основі обґрунтованого аналізу динаміки основних показників роботи, а також на основі можливих форм класифікації діяльності й ефективного планування маркетингу, розробити комплексну програму підвищення ринкових позицій підприємства.

Колективне завдання 2

Зміст ситуації:

Відмова постійного постачальника співпрацювати з підприємством.

Причини:

– бажання змінити умови угоди по термінах оплати за поставлену продукцію;

– збільшення відпускних цін на продукцію;

– без обґрунтування (відсутність сировини, переорієнтація виробництва).

Колективне завдання 3

Зміст ситуації:

Результати дослідження свідчать, що асортимент додаткових послуг підприємства-конкурента ширший.

Колективне завдання 4

Зміст ситуації:

Результати дослідження свідчать, що ціни на деякі додаткові послуги у підприємства-конкурента.

4. Завдання для планово-фінансового відділу

Основні функції та задачі відділу:

– Здійснювати збір, аналіз та планування фінансово-господарських показників діяльності підприємства, організовувати фінансову діяльність підприємства, спрямовану на забезпечення його необхідними фінансовими ресурсами.

– Визначати вплив факторів на показники фінансово-господарської діяльності підприємства.

– Розробляти заходи щодо формування стабільних показників фінансово-господарської діяльності підприємства.

– Розробляти планові показники фінансово-господарської діяльності.

– Здійснювати контроль за виконанням розроблених і затверджених економічних планів.

– Проводити роботу з виявлення резервів та розробляти пропозиції (заходи) щодо оптимізації та покращання фінансово-господарських показників діяльності підприємства.

– Здійснювати аналіз фінансового-майнового стану підприємства, його платоспроможності, фінансової стійкості, прибутковості, ділової активності, формування та використання окремих груп активів та пасивів підприємства.

– Розробляти відповідно до загальної стратегії діяльності підприємства фінансовий план діяльності, зокрема – такі його розділи: план формування та використання фінансових ресурсів, план руху грошових коштів, балансовий план; узгоджувати основні планові показники з іншими підрозділами підприємства.

– Обґрунтовувати внутрішні фінансові нормативи та цільові показники стану та рівня окремих видів активів та пасивів підприємства, доводити їх до відповідальних осіб (структурних підрозділів).

– Проводити роботу із залучення на підприємство необхідних власних та позикових фінансових ресурсів, узгоджувати потребу в їх використанні з можливостями залучення.

– Забезпечувати контроль за виконанням розроблених планів, дотриманням встановлених нормативів та цільових показників. При необхідності готувати та подавати керівництву пропозиції стосовно оперативного регулювання окремих параметрів господарсько-фінансової діяльності, які визначають стан фінансів підприємства, його платоспроможність та фінансову стійкість, ефективність господарювання в цілому.

– Забезпечувати контроль за реалізацією економічних інтересів власників та кредиторів підприємства стосовно ефективності господарсько-фінансової діяльності, збереження та ефективного використання інвестованих та залучених фінансових ресурсів, повного виконання фінансових зобов'язань з їх використання.

– Розробляти та погоджувати перспективні і поточні плани по всіх фінансово-господарських показниках діяльності підприємства, разом з іншими відділами, (які мають відношення до того чи іншого плану) і згідно стратегічної мети підприємства з урахуванням реального господарського положення підприємства.

– Доводити (погоджувати) та забезпечувати виконання розроблених поточних та перспективних планів до відома відповідних відділів та керівництва підприємства.

– Здійснювати облік (збір) інформації (документації, звітності і т.д.), яка потрібна для проведення аналізу та планування фінансово-господарської діяльності.

– Здійснювати подання потрібної інформації, звітності до Держкомстату України (районного, міського, обласного) органу державної статистики за його вказівкою у встановлені терміни.

– Організовувати облік та виявляти причини перевиконання або недовиконання поточних та перспективних планів підприємства.

– Підготовлювати та контролювати плани діяльності по кожному підрозділу туристично-готельного комплексу.

– Розробляти разом із організаційним відділом, відділом управління персоналом, бухгалтерією, відділом закупівлі та продажу товарів перспективні та поточні плани потреби ресурсів для забезпечення запланованих показників діяльності підприємства.

– Розробляти разом з відділом персоналу та організаційним відділом посадовий розклад підприємства, складати перспективні та поточні плани потреби в професійно-кваліфікованих категоріях персоналу.

– Розробляти стратегію діяльності підприємства відповідно до поставленої підприємством мети (місії).

– Розробляти систему стратегічних цілей діяльності підприємства для досягнення кінцевої мети в межах загальної стратегії розвитку.

– Визначати конкурентоспроможність підприємства, його стратегічний потенціал та конкурентний статус.

– Вивчати та досліджувати (в межах своїх обов'язків) стан та тенден-

ції розвитку зовнішнього середовища.

– Аналізувати обсяг реалізації товарів та послуг, основних та додаткових послуг, окремих послуг підсобних підрозділів, товарообіг з метою поліпшення виконання і перевиконання плану обсягу реалізації товарообігу та послуг.

– Здійснювати нормування, аналіз та планування товарних запасів разом з відповідними відділами (закупівлі та продажу товарів, бухгалтерією), а також регулювати та контролювати утворення товарних запасів.

– Аналізувати та планувати разом з іншими відділами закупівлю і поставку товарів та сировини.

– Здійснювати оцінку ефективності комерційних угод, аналізувати стан, ефективність використання, оцінювати відтворення основних фондів підприємства.

– Аналізувати формування та використання персоналу і його оплату праці разом з відділом персоналу.

– Аналізувати та планувати поточні витрати підприємства разом з відповідними відділами (бухгалтерією).

– Аналізувати і прогнозувати доходи підприємства та джерела їх утворення разом з іншими відділами (бухгалтерією).

– Аналізувати та планувати рентабельність та прибуток загалом по підприємству та окремо по підрозділах.

– Організовувати і планувати розподіл та використання прибутку підприємства в цілому та по окремих підрозділах.

– Контролювати виконання керівниками відповідних підрозділів наказів, розпоряджень, планів щодо планово-економічної роботи на підприємстві.

– Формувати, зберігати та видати іншим підрозділам інформацію щодо аналізів та планів з фінансово-господарської діяльності підприємства за допомогою ПЕОМ.

– Підготовлювати всі види державної звітності та поточної інформації в межах своєї компетенції та обов’язків.

– Узгоджувати фінансові потреби підприємства з наявними можливостями отримання або залучення фінансових ресурсів.

– Організовувати залучення на підприємство необхідних власних та позикових фінансових ресурсів з різних джерел, вивчати та використовувати в своїй роботі сучасні інструменти та моделі фінансування діяльності підприємства, забезпечувати мінімізацію вартості капіталу підприємства.

– Здійснювати аналіз фінансових показників діяльності, забезпечувати обґрунтованість, достовірність та своєчасність аналітичних висновків. Створювати необхідне інформаційне та методичне забезпечення аналітичної роботи, вивчати передовий досвід, сучасні методичні прийоми її виконання.

– Організовувати взаємовідносини підприємства з банківською системою з питань грошового обігу, касової та податкової дисципліни, коротко- та довгострокового кредитування, фінансового інвестування. Забезпечувати вибір обслуговуючого банку, підбір найбільш доцільних з точки зору підприємства інструментів та методів взаємодії з ним.

– Разом з бухгалтерією підприємства відповідати за дотримання термінів подання, повноту та достовірність фінансової звітності підприємства. Здійснювати ретроспективний та перспективний аналіз фінансової звітності підприємства, готувати відповідні пропозиції керівництву підприємства.

– Разом із бухгалтерією підприємства відповідати за дотриманням термінів сплати та справляння окремих видів податків та податкових платежів. Здійснювати моніторинг податкового законодавства, аналіз та планування податкових платежів, готувати пропозиції, спрямовані на оптимізацію обсягу та рівня їх сплати.

– Разом з бухгалтерією підприємства планувати та контролювати рух грошових коштів підприємства, терміни виконання окремих видів зобов’язань та платежів для запобігання виникненню ситуації неплатоспроможності та банкрутства підприємства. При необхідні готувати пропозиції, спрямовані на розв’язання проблеми боргів або неплатоспроможності.

– Здійснювати контроль за ефективністю використання майна (ресурсів) та капіталу підприємства. При необхідності вносити пропозиції, спрямовані на прискорення швидкості обороту активів, реструктуризації майнового комплексу, залучення в оборот активів, що не використовувалися з достатньою ефективністю.

– Контролювати дотримання встановлених фінансових нормативів та цільових показників, вносити пропозиції, спрямовані на створення зацікавленості в їх дотриманні або (при необхідності) про покарання працівників, винних в порушенні фінансової дисципліни, невиконанні фінансових нормативів.

Завдання 1. Проаналізувати обсяг реалізації продукції (послуг) підприємства.

Обґрунтувати обсяг реалізації продукції (послуг) в цілому та окремих видів на плановий період.

Для цього необхідно: визначити джерела інформації про обсяг реалізації продукції (послуг), сформувати базу даних для здійснення аналітичних досліджень.

Проаналізувати ступінь виконання плану та динаміку обсягу реалізації продукції (послуг) у натуральних (чол., трудодні) і вартісних показниках (у фактичних і порівняльних цінах); структуру наданих послуг.

Оцінювання впливу факторів на зміну обсягів реалізації продукції (послуг).

На основі проведеного аналізу визначити обсяг реалізації продукції (послуг) в критичних точках: беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Обґрунтувати виробничу програму планового обсягу реалізації продукції (послуг) та висунути пропозиції щодо можливостей підприємства з формування планового обсягу реалізації.

Узгодити виявлені резерви зростання обсягів реалізації продукції (послуг) з іншими функціональними підрозділами.

Завдання 3. Проаналізувати баланс товарообігу підприємства та обґрунтувати його основні складові на плановий період.

Для цього необхідно: визначити джерела інформації про товарообіг, товарні запаси, товарне забезпечення обороту, сформувати базу даних для здійснення аналітичних досліджень.

Проаналізувати асортиментний склад товарообігу, його динаміку та структуру, як у цілому по підрозділах, так і по окремих його структурних одиницях; в розрізі окремих видів товарообігу (роздрібний, оптовий) і окремих його складових частин (продукція власного виробництва, куповані товари); оцінити вплив факторів товарного забезпечення обороту та інших факторів, які впливають на товарообіг у передплановому періоді.

На основі проведеного аналізу розрахувати планову величину товарообігу можливого і товарообігу необхідного (через розрахунок точки беззбитковості та прибутку необхідного).

Обґрунтувати планову величину товарообігу та висунути пропозиції щодо можливостей підприємства з формування плану товарообігу. Узгодити виявлені резерви зростання товарообігу з іншими функціональними підрозділами.

Завдання 4. Розрахувати норматив товарних запасів на плановий період.

Для цього необхідно: визначити джерела інформації про товарні запаси, товарне забезпечення, сформувати базу даних для здійснення аналітичних досліджень.

Визначити і проаналізувати товарооборотність товарних запасів (в днях і разах), зробити аналіз стану та структури товарних запасів.

Розрахувати залежність суми середніх товарних запасів від зміни швидкості обертання та зміни суми товарообігу.

Проаналізувати стан поставки товарів та дотримання графіка завезення товарів на підприємство. Розрахувати суму втраченого товарообігу та недоотриманого прибутку.

Звернути увагу на те, що розмір нормативу товарних запасів повинен забезпечити виконання плану по товарообігу. Зробити відповідні висновки та пропозиції.

Завдання 5. Проаналізувати стан та визначити основні напрями розвитку матеріальних ресурсів підприємства.

Для цього необхідно: на основі наявних джерел інформації сформувати базу даних про склад основних фондів та матеріальних оборотних фондів.

Дати оцінку виробничої потужності підприємства.

Проаналізувати наявний рух основних підприємства відповідно до їх структури залежно від: характеру використання, цільового призначення, участі у виробничо-експлуатаційному процесі, джерел формування. Зробити аналіз ефективності використання основних фондів.

Провести аналіз складу та стану матеріальних оборотних фондів і фондів обертання, ефективність використання матеріальних фондів та фондів обертання.

Визначити основні тенденції змін показників, їх вплив на обсяг реалізації продукції (послуг) і результати фінансово-господарської діяльності.

Провести дослідження морального та фізичного зносу основних фондів – у разі потреби оцінити вартість, кількість об’єктів, які підлягають зміні. На базі проведеної роботи розрахувати прогнозні обсяги діяльності підприємства, розробити план розвитку основних фондів та матеріальних оборотних активів підприємства на майбутній період.

Узгодити планові розрахунки з іншими функціональними підрозділами підприємства.

Завдання 6. Проаналізувати чисельність персоналу підприємства, скласти плановий штатний розклад, розрахувати явочну і середньооблікову чисельність.

Для цього необхідно: ознайомитись з джерелами інформації про чисельність та склад персоналу, систему матеріального стимулювання, фонд оплати праці.

Проаналізувати чисельність і структуру персоналу; кількісний і якісний склад працівників підприємства в цілому і по окремих підрозділах у динаміці; визначити та проаналізувати по кварталах рівень плинності та коефіцієнт сталості кадрів підприємства, зіставити по кварталах коефіцієнти оновлення та вибуття працівників, проаналізувати динаміку показника загального обсягу робочої сили, розрахувати втрати обсягів діяльності у зв'язку з плинністю кадрів, визначити обсяг та структуру (по категоріях працівників) недоукомплектування штатів підприємства, розробити можливі заходи щодо зменшення рівня плинності кадрів, обґрунтувати послідовність та адресність дій керівництва підприємства із запобігання плинності кадрів.

Скласти контракт найму й оплати праці для окремого працівника підприємства.

Завдання 7. Проаналізувати стан і динаміку продуктивності праці, розрахувати продуктивність праці на плановий період в цілому по підприємству, в т.ч. по підрозділах. Виявити резерви зростання продуктивності праці на підприємстві. Визначити доцільність зростання продуктивності праці та можливість реалізації цієї задачі у взаємозв'язку з фінансово-господарськими результатами діяльності підприємства. З цією метою: проаналізувати стан і динаміку продуктивності праці, виявити фактори, які визначають рівень і можливість зростання продуктивності праці, розрахувати вплив продуктивності праці на основні результати господарської діяльності підприємства.

Обґрунтувати можливі резерви зростання продуктивності праці на підприємстві, визначити кошторис витрат на залучення виявлених резервів і джерела коштів для їх фінансування. Розробити план організаційно-економічних заходів щодо реалізації виявлених резервів. Узгодити їх з іншими функціональними підрозділами підприємства.

Завдання 8. Проаналізувати форми системи оплати праці та розрахувати планову потребу підприємства в коштах на оплату праці. Оцінити можливість підприємства щодо зростання рівня оплати праці. З цією метою: проаналізувати обсяги і структуру ФОП, зробити аналіз динаміки

формування та використання коштів на оплату праці, розрахувати вплив окремих показників на ФОП, дати характеристику діючої системи оплати праці, визначити ефективність використання коштів (за допомогою системи показників), що спрямовуються на оплату праці, розробити план з праці підприємства, враховуючи планове зростання виручки та планове скорочення чисельності працюючих.

Обґрунтувати пропозиції щодо збалансування потреб і можливостей підприємства по оплаті праці окремих категорій працівників підприємства. Розробити пропозиції щодо вдосконалення стимулювання праці на підприємстві та узгодити їх з іншими функціональними підрозділами підприємства.

Також зробити висновки щодо раціональності і відповідності використання коштів ФОП діючим на підприємстві положенням з оплати праці та обґрунтувати пропозиції щодо вдосконалення поліпшення використання ФОП за окремими напрямами.

Завдання 9. Проаналізувати чисельність персоналу підприємства в цілому та по підрозділах; також проаналізувати систему оплати праці. Розробити план з праці підприємства по підрозділах, розрахувати плановий фонд оплати праці, виходячи з даних, які склалися в передплановому періоді і додаткової інформації, розробити посадовий розклад підприємства, розрахувати необхідну чисельність та склад персоналу на плановий період, розрахувати середню заробітну плату працівників.

Завдання 10. Аналіз використання календарного фонду робочого часу по кварталах року виявив ряд його нераціональних втрат, що призводять до зниження запланованої виручки, зменшення рівня продуктивності праці й утримання зайвого персоналу на підприємстві.

Оцінити гостроту цієї проблеми для підприємства, її причини та напрями розв’язання. Для вирішення цієї ситуації необхідно: проаналізувати ефективність використання робочого часу, визначити втрачені можливості підприємства щодо зростання обсягів товарообігу і рівня продуктивності праці в зв’язку з нераціональними втратами робочого часу, розробити рекомендації щодо забезпечення ефективного використання робочого часу на підприємстві, обґрунтувати послідовність і адресність дій керівництва із запобігання втрат робочого часу.

Завдання 11. Проаналізувати доходи підприємства, визначити їх розмір на плановий період. Для цього необхідно: ознайомитись з джерелами

інформації, порядком накопичення та обліку доходів, сформувати базу даних цих показників.

Проаналізувати джерела, динаміку та структуру доходів підприємства.

Визначити розмір реалізованих надбавок (знижок) від реалізації продукції (послуг).

Дослідити резерви зростання дохідності діяльності підприємства. Визначити плановий обсяг доходу підприємства по джерелах надходження, у тому числі від звичайної та надзвичайної діяльності.

Розрахувати планову величину та рівень доходів, які необхідні для беззбиткової роботи підприємства, одержання цільової суми прибутку.

Завдання 12. Проаналізувати витрати підприємства, визначити плановий розмір поточних витрат.

Для цього необхідно: ознайомитися з джерелами інформації, порядком накопичення та обліку витрат обігу, сформувати базу даних цих показників.

Провести аналіз динаміки і структури витрат обігу (за статтями калькуляції та економічним змістом), визначити й проаналізувати рівень витрат у цілому по підприємству. Дати оцінку виконання кошторису поточних витрат у звітному періоді і порівняно з минулим періодом у цілому по підприємству.

Розрахувати умовну економію (перевитрачання) витрат на підприємстві, виходячи з даних за звітний період і додаткової інформації.

Оцінити вплив основних факторів на суму та рівень витрат обігу підприємства, виявити резерви їх оптимізації. Визначити плановий обсяг та рівень поточних втрат, що дозволяють забезпечити отримання цільового прибутку у плановому періоді.

Завдання 13. Проаналізувати прибуток підприємства, спланувати необхідну та можливу величину прибутку.

Для цього необхідно: ознайомитися з джерелами інформації, порядком накопичення та обліку прибутку підприємства, сформувати базу даних цих показників.

Проаналізувати динаміку та структуру прибутку, зробити аналіз структури прибутку за напрямами його використання, проаналізувати динаміку показників рентабельності. Визначити та проаналізувати основні джерела отримання прибутку на підприємстві.

Зробити кількісну оцінку факторів, що вплинули на розмір прибутку та рентабельність діяльності підприємства.

Обґрунтувати необхідну та можливу величину прибутку підприємства на плановий період та розрахувати планову рентабельність, якщо для виконання програми виробничого та соціального розвитку підприємства повинні бути створені наступні фонди:

1. Фонд соціального розвитку.
2. Фонд виробничого розвитку.
3. Фонд матеріального заохочення.
4. Фонд виплати дивідендів. ;
5. Резервний фонд.

Завдання 14. Проаналізувати систему цін і тарифів, яка застосовується в готельному комплексі.

Для цього необхідно: ознайомитись з джерелами інформації, методами встановлення цін на послуги підприємства, сформувати базу даних для аналітичних досліджень.

Провести аналіз встановлення цін та зробити калькуляцію цін на продукцію (послуги), що надає підприємство.

Визначити та оцінити основні фактори, що впливають на рівень цін; визначити вплив цінового фактора на кінцеві результати господарської діяльності; дати обґрунтування цін у сезонний та несезонний періоди; узагальнити інформацію щодо застосування цінових знижок на підприємстві.

Завдання 15. Проаналізувати обсяг та склад активів підприємства. Визначити основні фактори, що зумовили їх формування. Оцінити ефективність використання активів підприємства порівняно з попередніми періодами, підприємствами-аналогами, середньогалузевими значеннями показників ефективності.

Обґрунтувати план розвитку активів підприємства на майбутній період, використовуючи різні методичні підходи до оцінки необхідного обсягу окремих груп активів.

Завдання 16. Проаналізувати обсяг та склад дебіторської заборгованості підприємства, швидкість її обертання. Визначити основні фактори, що зумовлюють виникнення різних груп дебіторської заборгованості. Проаналізувати обсягові та якісні показники, що характеризують процес виникнення та погашення дебіторської заборгованості. Оцінити доцільність відволікання коштів у дебіторську заборгованість з урахуванням економічних інтересів підприємства.

Здійснити експертизу пропозицій відділу маркетингу стосовно розвитку комерційного та споживчого кредиту.

Розрахувати планову потребу в формуванні обігових активів під дебіторську заборгованість (у розрізі окремих видів дебіторської заборгованості та в цілому по підприємству).

Колективне завдання 1

Зміст ситуації:

Згідно з Колективною угодою на N-й рік на підприємстві передбачено різні види доплат і надбавок до посадових окладів і тарифних ставок.

Необхідно:

Розробити аргументовані пропозиції щодо встановлення окремим працівникам певних видів доплат і надбавок, розмірів та пошуку джерел їх виплати з фонду оплати праці.

Колективне завдання 2

Зміст ситуації:

Керівництво підприємства прийняло рішення щодо індивідуалізації підходів до стимулювання праці окремих категорій працівників (головний бухгалтер, бухгалтер І к., економіст) на основі укладання з ними контрактів найму й оплати праці.

Необхідно:

Розробити обґрунтовані пропозиції щодо порядку і розмірів основної та додаткової заробітної плати відповідних працівників, умови та розміри інших соціальних пільг.

Розрахувати необхідні й можливі кошти фонду оплати праці підприємства в зв’язку з переходом на контрактну форму.

Колективне завдання 3

Зміст ситуації:

З метою залучення коштів з прибутку підприємства для придбання нового торговельного обладнання:

Розрахувати потребу в коштах на вказані цілі.

Обґрунтувати можливості підприємства придбати вказане обладнання за рахунок власних фінансових ресурсів (прибутку).

Розробити аргументовані пропозиції щодо оптимізації витрат обігу та зростання прибутку.

Колективне завдання 4

Зміст ситуації: На нараді керівництвом підприємства було звернуто увагу відповідних служб на нераціональне використання робочого часу у

відділі збуту підприємства і внаслідок цього зниження продуктивності праці і товарообігу.

Необхідно:

– проаналізувати витрати робочого часу по підприємству і виявити розмір і причини його витрат;

– провести фотографію і хронометраж використання робочого часу окремими категоріями персоналу;

– скласти програму «Продуктивність праці», обґрунтувавши організаційно-технічні та економічні заходи щодо її зростання з розрахунками очікуваного економічного і соціального ефекту.

Колективне завдання 5

Зміст ситуації:

Отримано термінове завдання від керівництва підприємства – оцінити фінансові можливості для проведення закупівлі ___ товарів на ____ суму тис. грн. Оплату контракту необхідно провести не пізніше наступного тижня.

Необхідно розробити аргументовані пропозиції щодо необхідних заходів, реалізація яких дозволить провести оплату укладеного контракту в повному обсязі у встановлений термін.

Колективне завдання 6

Зміст ситуації:

За даними адміністрації фірма «_____», яка заборгувала підприємству _____тис. грн., виїхала з орендованого офісу і не відповідає за контактними телефонами.

Необхідно розробити та здійснити термінові заходи.

Колективне завдання 7

Зміст ситуації:

Підприємство отримало поштою претензію підприємства « _____» на суму _____тис. грн.

Необхідно терміново підготувати пояснювальну записку керівництву підприємства та відповідь на претензію та розробити план заходів з моніторингу боргів для недопущення повторення такої ситуації.

Додаток Д

Веб-квест «Креативний менеджер» розроблений студентами майбутніми менеджерами ВТЕІ КНТЕУ

Рис. Д.1. Сторінка «Головна» веб-квесту «Креативний менеджер»

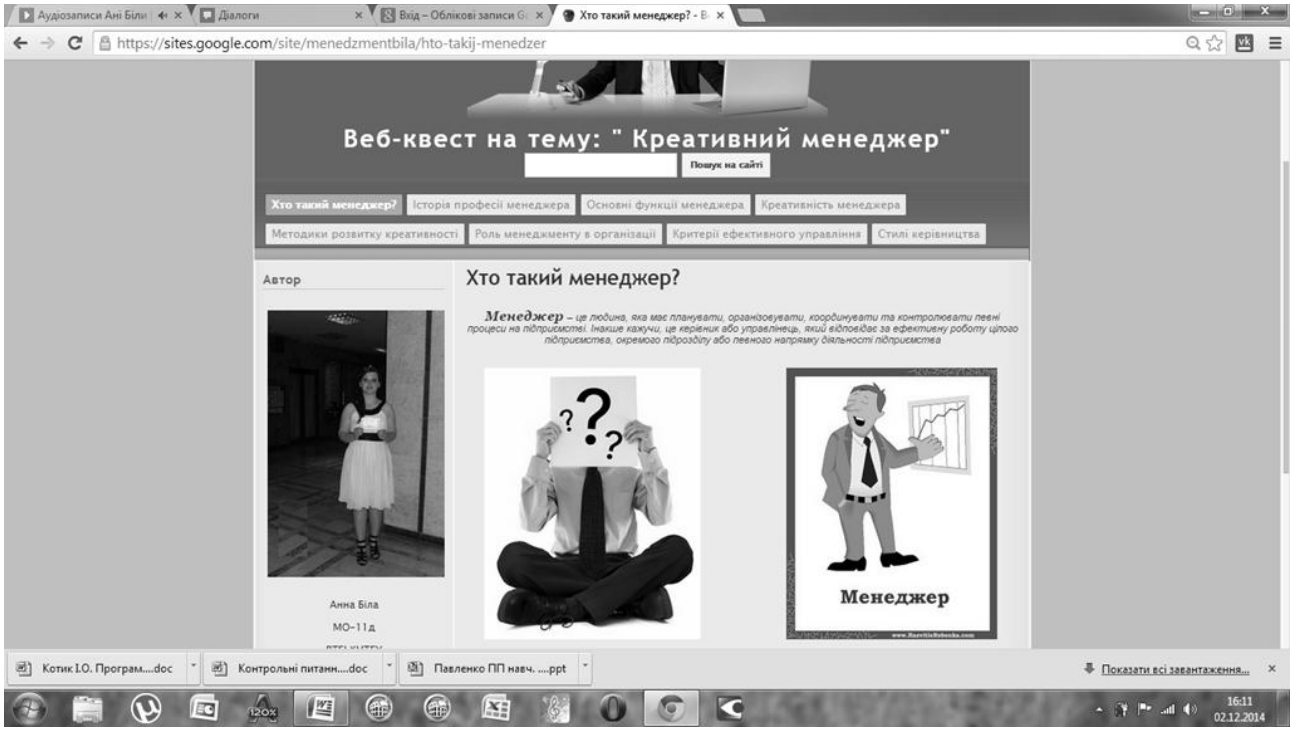


Рис. Д.2. Сторінка «Хто такий менеджер?» веб-квесту «Креативний менеджер»

Рис. Д.3. Сторінка «Історія професії менеджера» веб-квесту «Креативний менеджер»

Рис. Д.4. Сторінка «Основні функції менеджера» веб-квесту «Креативний менеджер»

Рис. Д.5. Сторінка «Креативність менеджера» веб-квесту «Креативний менеджер»

Рис. Д.6. Сторінка «Методики розвитку креативності» веб-квесту «Креативний менеджер»

Додаток Е
Додаток Е.1

Опитування викладачів у формі відкритої бесіди на тему

«Формування креативності майбутнього менеджера»

1. Прізвище, ім’я та по батькові викладача_____

2. Вчений ступінь, звання, посада_____

3. Викладання предметів _____

4. Назвіть основні складові компоненти креативності майбутнього менеджера _____

5. Дайте, будь ласка, якісну оцінку наявної розвиненості творчого потенціалу Ваших студентів_____

6. Який, на Ваш погляд, відсоток Ваших студентів має високий рівень розвиненості творчого потенціалу?_____

7. Що, по-Вашому, найбільш точно характеризує сучасне покоління студентів вищих навчальних закладів економічного спрямування?_____

8. Від яких факторів, на Вашу думку, залежить процес формування креативності майбутніх менеджерів під час оволодіння ними вищою професійною освітою?_____

9. Від чого залежить прояв і подальший розвиток креативності студентів у процесі навчання?_____

10. Від чого залежить прояв і подальший розвиток особистісних і професійних якостей студентів?_____

11. Що у Вашому ВНЗ сприяє розвитку творчих здібностей студентів? Що заважає?_____

12. Які методи розвитку креативності студентів Ви використовуєте у викладанні своїх предметів?_____

13. Чи можете Ви назвати студентів, творчий потенціал яких розвинувся до високого рівня саме під Вашим керівництвом? Назвіть творчі досягнення цих студентів?_____

14. Як би Ви оцінили свій творчий потенціал і його реалізацію у ВНЗ?_____

15. Які б знання Вам знадобилися для більш повного розвитку свого творчого потенціалу, а також для розвитку творчого потенціалу своїх вихованців?_____

16. Будь ласка, розставте пріоритети у списку складових ефективного викладання: особистісні якості викладача; предметна компетентність; педагогічна майстерність; інше_____

17. Яких професійних й особистісних вершин у своєму житті хотілося б Вам досягти?_____

18. Чого головного Ви хотіли б навчити своїх студентів?_____

19. Які професійні якості повинні бути притаманні сучасному менеджеру?_____

20. Що, на Вашу думку, потрібно змінити в організації навчально-виховного процесу у Вашому ВНЗ, щоб творчий потенціал студентів і викладачів мав змогу постійно зростати?

Дякуємо за щирі відповіді!

Додаток Е.2

Київський національний торговельно-економічний університет

Вінницький торговельно-економічний інститут

Кафедра менеджменту та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор

_____В. Т. Сусіденко

ПРОГРАМА

Формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор

для викладачів ВНЗ

Вінниця 2011

Вступ

Перехід до ринкових відносин, формування багатоукладної економіки та розвиток різних форм господарювання потребують підготовки фахівців, що поєднують високу професійну компетентність зі здатністю ефективно працювати за нових соціально- економічних умов. Визначальна роль у цьому процесі належить менеджеру і менеджменту. Але незаперечним є те, що формування висококваліфікованого фахівця відповідного спрямування в ВНЗ, який володіє основами науки управління, специфічними знаннями й уміннями в галузі стратегічного менеджменту, неможливе без розвитку його креативності.

Базис становлення й подальшого розвитку творчого потенціалу фахівця закладається в роки навчання у вищому навчальному закладі – саме там майбутній менеджер навчається сприймати самого себе як представника великої, благородної, апріорі творчої професії; усвідомлює себе як творчу особистість; засвоює на особистісному рівні цінності професійно-творчої діяльності.

Суттєві особистісні досягнення в цьому напрямі можливі лише за умови всілякої підтримки з боку викладачів ВНЗ, вся професійна діяльність яких має бути спрямована на становлення творчої особистості майбутнього менеджера, постійний розвиток його творчого потенціалу.

Підготовка викладачів до зазначеного напряму професійної діяльності виступає однією з головних умов підвищення рівня креативності майбутніх менеджерів у процесі їхньої професійної підготовки у вищому навчальному закладі. Вирішенню цього завдання сприятиме ***“Програма формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор”,*** яка спрямована на забезпечення всебічного педагогічного керівництва розвитком творчого потенціалу майбутніх менеджерів.

Мета програми – теоретико-практична підготовка викладачів ВНЗ до розвитку творчого потенціалу майбутніх менеджерів засобами ділових ігор.

Завданнями програми є ознайомлення викладачів ВНЗ з особливостями формування творчої компетентності спеціаліста майбутнього менеджера, інтерактивними методами навчання, що сприяють розвитку креативності, організація обміну педагогічним досвідом практичної діяльності з підвищення рівня творчого потенціалу майбутніх менеджерів, ознайомлення з таким методом навчання, як ділова гра, основними принципами та правилами її побудови і проведення, забезпечення позитивної мотивації професійного самовдосконалення викладачів у сфері розвитку творчих можливостей своїх вихованців.

Відповідно до мети й завдань зміст програми охоплює три головні розділи роботи з організації всебічного педагогічного керівництва розвитком креативності майбутніх менеджерів, а саме:

– семінарсько-практичні заняття для викладачів, на яких процес розвитку творчого потенціалу розкривається як цілеспрямований,

внутрішньо вмотивований, глибоко особистісний процес професійного становлення майбутнього менеджера;

– залучення викладачів до практичної діяльності з розвитку творчого потенціалу студентів ВНЗ шляхом впровадження ділових ігор в навчальний процес;

– стимулювання професійно-особистісного самовдосконалення викладачів у сфері розвитку творчого потенціалу майбутніх фахівців; надання ними особистісного прикладу творчого підходу до професійної діяльності; бажання розвивати власний педагогічний творчий потенціал.

Тематичний план програми формування креативності майбутніх менеджерів засобами ділових ігор

Захід	
1. ЛЕКЦІЇ ТА -ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ ДЛЯ ВИКЛАДАЧІВ (20 год.)	
1.1	Поняття креативності у психологічній та педагогічній літературі. (2 год.).
1.2	Креативність менеджера та шляхи її розвитку (2 год.).
1.3	Формування креативності майбутнього менеджера як психолого-педагогічна проблема (у вигляді науково-практичної конференції) (2 год.).
1.4	Сутність творчого потенціалу менеджера як інтегральної професійної якості сучасного фахівця. Місце креативності в загальній системі ділових якостей менеджера (2 год.).
1.5	Формування в майбутніх менеджерів механізмів творчого самовдосконалення з метою забезпечення підвищення рівня творчого потенціалу упродовж усієї трудової діяльності фахівця (2 год.).
1.6	Самопроектування й самоактуалізація як чинники професійно-творчого зростання майбутніх менеджерів (у формі диспуту) (2 год.).
1.7	Впровадження в навчальний процес ВНЗ методів активного навчання як неодмінна умова оптимізації розвитку творчих можливостей майбутніх менеджерів (2 год.).
1.8	Створення викладачем творчого навчального середовища на заняттях і в позааудиторних видах діяльності як чинник творчо-особистісного зростання фахівців, розвитку їхнього творчого потенціалу (2 год.).
1.9	Високий рівень творчого потенціалу викладача ВНЗ як фактор розвитку творчого потенціалу студента (2 год.).
1.10	Підвищення рівня педагогічної майстерності викладача ВНЗ як неодмінна умова оптимізації розвитку творчих можливостей майбутніх менеджерів (ділова гра) (2 год.).
2. ЗАЛУЧЕННЯ ВИКЛАДАЧІВ ДО ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ	
2.1	Цілеспрямований розвиток викладачами творчих і особистісних якостей майбутніх менеджерів.
2.2	Організаційна підтримка та мотивація участі студентів у різного рівня наукових конференціях, творчих конкурсах, позааудиторних заходах.

2.3	Створення викладачами алгоритму дій з розвитку творчого потенціалу для студентів експериментальних груп
2.4	Запровадження наукового гуртка для студентів майбутніх менджерів, що сприятиме підвищенню творчого потенціалу
2.5	Впровадження диспутів, творчих конкурсів студентів
2.6	Залучення студентів до участі в науково-творчих проектах, проведенні ділових ігор зі спеціальних дисциплін, формування активної пізнавальної позиції, стимулювання творчої активності майбутніх менеджерів.
2.7	Удосконалення системи інформаційного забезпечення навчального процесу, сприяння доступу студентів до Інтернет-джерел, спрямовування їхнього інформаційно-творчого пошуку.
3. СТИМУЛЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКЛАДАЧІВ У СФЕРІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ	
3.1	Ознайомлення викладачів з методиками формування креативності та адаптація їх щодо власних курсів читання
3.2	Стимулювання участі викладачів ВНЗ в науково-практичних психолого-педагогічних конференціях за тематикою формування креативності студентів.
3.3	Впровадження спеціальних завдань з методичного забезпечення формування креативності студентів у практику підвищення кваліфікації викладачів ВНЗ.

Запропонована програма є авторським баченням реалізації шляхів формування креативності майбутніх менеджерів, результатом проведеної за предметом дослідження науково-теоретичної й практичної роботи. Програма впроваджувалась у Школі педагогічної майстерності, яку було організовано для викладачів ВТЕІ КНТЕУ з метою їхньої цілеспрямованої підготовки до розвитку творчого потенціалу, креативності майбутніх менеджерів.

Очікуваний результат упровадження програми

– Застосування новітніх методів навчання, що сприяють формуванню креативності студентів.

– Підвищення загального рівня творчого потенціалу майбутніх менеджерів.

– Забезпечення внутрішньої готовності студентів до творчої професійної діяльності.

– Створення творчого навчального середовища у ВНЗ й на кожному занятті.

Література до практичних занять

1. Андреев В. И. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности : Основы педагогики творчества / В. И. Андреев. — Казань : Изд-во Казанского университета, 1988. — 238 с.

2. Антонішена В.Л. Визначення сутності поняття креативності в психолого-педагогічній науці В збірнику наукових праць «Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді, випуск 14, книга II, 2010. –С.11-18.

3. Балаев А.А. Активные методы обучения.-М.: Профиздат, 1986.-95 с.

4. Богоявленская Д.Б. О предмете и методе исследования творческих способностей // Психол. ж-л. Т.16. – 1995. – № 5. – С. 49-57

5. Вербицкий А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. — М.: Высшая школа, 1991. – 208 с.

6. Вишнякова Н. Ф. Креативная акмеология. Психология высшего образования : монографія : в 2 т. / Н. Ф. Вишнякова. – [2-е изд., доп. и перераб.].– Мн. : ООО “Дэбор”, 1998. – Т. 1. – 242 с.

7. Дружинин В.Н. Психология общих спосібностей/ Дружинин В.Н. – СПб.: Питер, 2008. – 358 с.

8. Вишнякова Н. Ф. Креативная акмеология. Психология высшего образования : монографія : в 2 т. / Н. Ф. Вишнякова. – [2-е изд., доп. и перераб.] .– Мн. : ООО “Дэбор”, 1998. – Т. 2. – 300 с.

9. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности.: Питер; СПб.; 2009. – 409 с.

10. Клименко В. В. Психологія творчості : навч. посіб. / В. В. Клименко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 480 с.

11. Любарт, Т. Психология креативности / Любарт Т. . – М. : Когито-Центр, 2009 .– 216 с.Режим доступа : http://www.biblioclub.ru/index.php-?page=book&id=56464

12. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навч. посібник. – К.: ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 512 с.

13. .Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.

14. Смолкин А.М. Методы активного обучения.-М.: Высшая школа,1991.-115с.

Додаток Ж

Завдання до ділової гри «Фірма»

з дисципліни «Вища та прикладана математика»

Завдання для відділу бухгалтерії:

1 Банк видає кредитні картки VISA. Було встановлено, що 40% усіх рахунків оплачуються повністю за їх допомогою. З попереднього року вибрано навмання 6 рахунків. Яка ймовірність того, що: а) 4 з них оплачено за допомогою карток VISA; б) не більше чотирьох з них оплачено за допомогою карток VISA; в) хоча б один буде сплачений?

2. Ймовірність вчасної виплати заробітної платні робітникам виробничого відділу – 0,4, працівникам відділу збуту продукції – 0,5, відділу якості і перевірки продукції – 0,75. Визначити ймовірність вчасної виплати заробітної платні хоча б одному відділу.

3. На фірмі працюють 4 відділи: бухгалтерія, відділ виробничий, маркетингу та реклами, відділ збуту. В яких відповідно працює 3, 8, 4, 2 чоловіки. Ймовірність преміювання кращого працівника фірми для відділу бухгалтерії дорівнює 0,8; відділ виробничого відділу – 0,9; маркетингу та реклами – 0,6, відділу збуту продукції 0,85. Знайти ймовірність того, що навмання обраний працівник: а) буде премійований; б) премійований працівник виявився з відділу маркетингу та реклами.

4. Ймовірність нарахувань за стаж до заробітної платні кожного із 400 працівників підприємства складає 0,1. Яка ймовірність того, що нарахування матимуть а) рівно 50 працівників; б) більше ніж 80 працівників?

Завдання для відділу збуту продукції:

1.Дане підприємство-виробник поставляє свою продукцію у ресторанну мережу, спеціалізовані магазини та займається роздрібною торгівлею. Ймовірність того, що партія гранатового соку надійде в першу чергу у ресторанну мережу рівна 0,65, у спеціалізовані магазини – 0,84, повністю продасться вроздріб – 0,65. Знайти ймовірність того, що сік отримає: а) лише один із споживачів; б) лише два споживача; в) всі три споживачі будуть задоволені.

2. На складі фірми знаходиться продукція, що виробляється у двох цехах. Ймовірність виготовлення неякісної продукції для першого цеху становить – 0,067, для другого – 0,06. Перший цех здав на склад –300 упаковок соку, другий – 250. Знайти ймовірність того, що навмання взята одиниця продукції зі складу: а) не буде неякісною; б) неякісна одиниця продукції була виготовлена у другому цеху.

3. Технологічний процес підприємства дозволяє одержати 80% продукції, яка на ринку збуту належить до дорогої цінової групи. Знайти найімовірніше число продукції такого виду серед 30000 одиниць вироблених підприємством, а також відповідну імовірність.

4. Ймовірність продажу однієї одиниці продукції 0,8. Яка ймовірність того, що із 200 запропонованих одиниць продукції а) рівно 120 буде продано; б) менше ніж 100 працівників?

Завдання для відділу виробництва:

1. Підприємство отримало сировину від трьох сільських господарств: від першого - 1000 кг яблук, з яких 50 кг браку (гнилої сировини), від другого – 1500 кг, з яких 100 кг браку, від третього – 800 кг, з яких лише 10 кг був брак. Яблука висипали насипом. Визначити імовірність того. що навмання взятий кг яблук виявився бракованим. Яка імовірність того, що ці яблука надійшли від першого постачальника.

2. Технологічний процес підприємства дозволяє одержати 95% продукції, яка на ринку збуту належить до дорогої цінової групи. Знайти найімовірніше число продукції такого виду серед 400 одиниць вироблених підприємством, а також відповідну імовірність.

3. Служба податків визначила, що 50% всіх особистих декларацій про прибуток містить принаймні одну помилку. Якщо випадково відібрати 10 декларацій, то яка ймовірність того, що рівно 6 із них будуть містити принаймні одну помилку?

4. З бази до магазину відправлено 4000 пляшок пива. За спостереженнями відправника імовірність того, що в дорозі пляшка розіб'ється дорівнює 0,0005. знайти ймовірність того, що по дорозі з 4000 пляшок розіб'ється не менше 3 і не більше 5 пляшок.

Завдання для відділу маркетингу та реклами

1. На ринку збуту зустрічаються натуральні соки, що не містять консервантів. Відповідно дані соки купують працівники деякої фірми з ймовірністю: з високою заробітною платнею – 0,85, з середньою – 0,55, та низькою – 0,15. Відповідно 20 робітників однієї фірми поділяються на тих, що мають високу заробітну платню – це 5 чоловік, середню – 9 чоловік, рівну прожитковому мінімуму – 6 чоловік. Знайти ймовірність того, навмання обраний працівник цієї фірми купує сік; б) навмання обраний працівник фірми купив сік, знайти ймовірність того, що він має середню заробітню платню.

2. Ймовірність несплати додатку для кожного із 400 підприємств складає 0,1. Яка ймовірність того, що податки не сплатять а) рівно 50 підприємств; б) більше ніж 80 підприємств?

3. Ймовірність продажу продукції даної фірми в деякому населеному пункті становить 0,6. Знайти ймовірність того, що з 8 одиниць продукції рівно 5 було продано.

4. Товарознавець перевіряє 24 зразки товару. Ймовірність того, що кожен із зразків буде визнано придатним до продажу, дорівнює 0,6. Знайти найімовірніше число зразків, які товарознавець визнає придатними до продажу та його ймовірність.

Додаток К

Методики визначення креативності

Додаток К.1

Техніка самоаналізу і самовизначення

(модифікована, за С. Вершловським) адаптована автором

Нижче подано перелік суджень, що характеризують ставлення до найрізноманітніших сторін життя. Якщо Ви погоджуєтесь із судженням, поставте, будь-ласка, знак «+», якщо Ви згодні лише частково, то знак «±», якщо Ви не згодні – знак «-».

Таблиця К.1.1

Перелік суджень для самоаналізу

№ з/п	Судження	Ваша відповідь
1	Я люблю відвідувати різні міста, мандрувати, знайомитися з новими людьми.	
2	Я намагаюся впливати на обставини в житті і домагатися свого.	
3	Бажання учнів пізнавати світ, їхні успіхи залежать від вчителя.	
4	Я часто обговорюю з однокурсниками проблеми обраної професії.	
5	Замислюючись про свою майбутню професію, я переживаю сумніви і безнадійність.	
6	Я вважаю за необхідне аналізувати свої погляди стосовно майбутнього фаху.	
7	Я завжди можу придумати щось таке, що дозволить реалізувати задум, план, ідею.	
8	По-моєму, не слід надавати занадто велике значення помилці, що робить людина, Важливо знайти спосіб виправити її.	
9	Керівник повинен з повагою ставитися до підлеглого, до його унікальності й проблем.	
10	Мені нецікаво вивчати предмети економічного циклу.	
11	Мене приваблюють нові думки, погляди на світ.	

Продовж. табл. К.1.1

12	Я завжди можу знайти час і для навчання, і для відпочинку.	
13	У професії мнеджера матеріальна винагорода – не головне.	
14	Я вдячна(вдячний) за конструктивну критику.	
15	Я не бачу перспектив для самореалізації в професії менеджера.	
16	Я віддаю перевагу новітнім технологіям для здобуття інформації.	
17	Моє рішення стати менеджером є самостійним.	
18	Для мене професія менеджера – це щоденна творчість і радість.	
19	Я завжди відверто висловлюю свою думки.	
20	Навряд чи я зможу домогтися значних успіхів, працюючи за фахом.	
21	Якщо я бачу, що мої дії не ведуть до позитивного результату, я можу зупинитись і почати все абсолютно інакше.	
22	У житті є багато важливих речей, і гроші абсолютно все не визначають.	
23	Кожна людина може поставити перед собою ціль, працювати і домогтися успіху.	
24	Я вважаю, що керівник повинен звертати увагу на успіхи підлеглих, а не вишукувати їх недоліки.	
25	Професія менеджера – непрестижна, лише проблеми і невизначеність.	

Інтерпретація результатів

«А» - фактор орієнтації на нове, на розвиток;

«Б» - фактор знаходження самоконтролю;

«В» - фактор знаходження цілі;

«Г» - фактор відкритості світу;

«Д» - фактор відсутності перспектив.

Таблиця К.1.2

Інтерпретація результатів

А		Б		В		Г		Д	
1		2		3		4		5	
6		7		8		9		10	
11		12		13		14		15	
16		17		18		19		20	
21		22		23		24		25	
разом		разом		разом		разом		разом	

Обчисліть, будь-ласка, суму набраних Вами балів по кожному стовпчику таблиці.

«+» - 2 бали;

«+» - 1 бал;

«-» - 0 балів.

Для майбутнього менеджера, здатного ефективно переборювати професійні кризи, характерне високе значення факторів А, Б, В, Г. Така людина знаходить самоконтроль, переборює зовнішні обставини, ефективно реалізує себе в житті, постійно працює над собою, цікавиться новою інформацією, краще усвідомлює себе й виробляє чіткі цілі, приймає рішення й слідує ним.

Високий показник фактора Д свідчить про кризовий стан. Така людина перестає цікавитись новим, не прагне розвивати себе, не в змозі самостійно визначати свої життєві орієнтири.

Додаток К.2

Опитувальник для визначення рівня креативності [246]

Інструкція. Я зачитаю вам ряд тверджень, а ви в протоколі відмічайте свою згоду або незгоду поряд з номером твердження відповідно знаками «+» або «-».

Текст опитувальника

1. Я не віддаю перевагу роботі, в якій усе чітко визначено.
2. Люблю і розумію абстрактний живопис.
3. Мені не подобається регламентована робота.
4. Не люблю відвідувати музеї, оскільки вони всі однакові.
5. Люблю фантазувати.
6. Різноманітні захоплення роблять життя людини багатіше.
7. Один і той же спектакль можна дивитися багато разів, головне - гра акторів, нова інтерпретація.
8. Я вважаю, що краще бути закрійником, ніж кравцем.
9. Мені більше подобається процес діяльності, ніж її кінцевий результат.

10. Навіть у відлагодженій справі намагаюся творчо змінити щось.
11. Сумніваюся навіть в тому, що для інших очевидно.
12. Абстрактні картини дають велике підгрунтя для роздумів.
13. Я не хотів би підпорядковувати своє життя певній системі.
14. Мені подобається робота дизайнера.
15. Не люблю ходити одним і тим самим шляхом.

Протокол для запису відповідей

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Обробка й аналіз даних. Підраховується сума «+». Низький рівень креативності - 0-5 балів, середній - 6-9 балів, високий - 10-15 балів.

Додаток К. 3

Методика О. Лачінса «Гнучкість мислення»

Тест призначений для виявлення пластичності - ригідності мислення.

Оснащення: аркуш паперу, ручка, секундомір.

Інструкція. Вам пропонується написати фразу «В полі вже танув сніг» чотирма різними способами.

Спосіб 1. Після команди «Почали»! напишіть цю фразу стільки разів, скільки встигнете до команди «Стоп»!

Спосіб 2. Після команди «Почали»! напишіть цю фразу друкарськими буквами стільки разів, скільки встигнете до команди «Стоп»!.

Спосіб 3. Після команди «Почали»! напишіть цю фразу стільки разів, скільки встигнете до команди «Стоп»!, таким чином: перша і всі непарні букви мають бути письмовими і великими, а друга і всі парні - маленькими і друкованими.

Спосіб 4. Після команди «Почали»! напишіть фразу своїм звичним почерком, але при цьому повторюйте кожну букву по два рази. Працюйте якнайшвидше до команди «Стоп»!

Обробка і аналіз даних

1. Підраховується кількість написаних букв в кожному завданні: М1, М2, М3, М4.

2. Обчислюється середнє значення для трьох завдань:

$$M_{ср} = \frac{M_2 + M_3 + M_4}{3}.$$

3. Визначається коефіцієнт креативної гнучкості:

Кгн.=Мсер/М1

Якщо Кгн. лежить в межах від 0,5 до 1, то респондент має пластичне мислення, легко і швидко переходить від одного виду діяльності до іншого, оперативно реагує на зміну вхідної ситуації, здатний приймати адекватні рішення.

Значення Кгиб менше 0,5 свідчить про ригідність мислення, тобто низькому рівню креативної гнучкості. Випробовуваний не здатний швидко і адекватно реагувати на зміну ситуації, зазнає труднощі в зміні суб'єктивної програми діяльності.

Додаток К.4

Самооцінка творчих здібностей (О. Тунік)

Інструкція. Це завдання допоможе вам з'ясувати, наскільки творчою особистістю ви себе вважаєте. Серед наступних коротких пропозицій знайдіть такі, які вам підходять краще, ніж інші. Їх слід зазначити знаком «Х» в колонці «В основному вірно». Деякі пропозиції підходять вам лише частково, їх слід позначити знаком «Х» в колонці «Частково вірно». Інші твердження не підійдуть вам зовсім, їх треба помітити знаком «Х» в колонці

«В основному невірно». Ті твердження, відносно яких ви не можете прийти до рішення, треба помітити знаком «Х» в колонці «Не знаю».

Робіть позначки до кожної пропозиції і не замислюйтеся довго. Тут немає правильних чи неправильних відповідей. Відмічайте перше, що прийде вам в голову, читаючи речення. Це завдання не обмежене в часі, але працюйте якнайшвидше. Пам'ятайте, що, даючи відповіді до кожної пропозиції, ви повинні відмічати те, що ви дійсно відчуваєте відносно себе. Ставте знак «Х» в ту колонку, яка понад усе підходить вам. На кожне питання виберіть тільки одну відповідь.

Вам виданий тестовий зошит, в якому містяться усі твердження і лист відповідей. Будь ласка, відмічайте свої відповіді тільки на листі відповідей, нічого не пишіть в тестовому зошиті. Номери завдань тестового зошита відповідають номерам на листі відповідей.

Форма проведения тестування - групова. Час заповнення опитувача не обмежений. Вимагається близько 20-30 хвилин

Опитувальник

1. Якщо я не знаю правильної відповіді, то я вибираю навмання.
2. Я люблю розглядати предмет ретельно і детально, щоб виявити деталі, яких не видно було раніше.
3. Зазвичай я ставлю питання, якщо чого-небудь не знаю.
4. Мені не подобається планувати справи заздалегідь.
5. Перш ніж грати в нову гру, я повинен переконатися, що зможу виграти.
6. Мені подобається уявляти собі, що мені треба буде дізнатися або зробити.
7. Якщо щось не вдається мені з першого разу, я працюватиму до тих пір, поки не зроблю це.
8. Я ніколи не виберу гру, з якою інші не знайомі.
9. Краще я робитиму все як завжди, ніж шукати нові способи.
10. Я люблю з'ясовувати, чи так усе насправді.
11. Мені подобається займатися чимось новим.
12. Я люблю заводити нових друзів.
13. Мені подобається думати про те, чого зі мною ніколи не траплялося.

14. Зазвичай я не витрачаю час на мрії про те, що коли-небудь я стану відомим актором, музикантом, поетом.

15. Деякі мої ідеї так захоплюють мене, що я забуваю про все на світі.

16. Мені більше сподобалося б жити і працювати на космічній станції, ніж тут, на Землі.

17. Я нервую, якщо не знаю, що станеться далі.

18. Я люблю все незвичне.

19. Я часто намагаюся уявити собі те, що думають інші люди.

20. Мені подобаються оповідання або телепередачі про події, що сталися в минулому.

21. Мені подобається обговорювати мої ідеї в компанії друзів.

22. Я зазвичай зберігаю спокій, коли роблю щось не так або помиляюся.

23. Мені хотілося б зробити щось таке, що нікому не вдавалося до мене.

24. Я вибираю друзів, які завжди роблять усе звичним способом.

25. Багато існуючих правил мене зазвичай не влаштовують.

26. Мені подобається вирішувати навіть таку проблему, яка не має правильної відповіді.

27. Існує багато речей, з якими мені хотілося б поекспериментувати.

28. Якщо я одного разу знайшов відповідь на питання, я буду схилятися до неї, а не шукатиму інші відповіді.

29. Я не люблю виступати перед аудиторією.

30. Коли я читаю або дивлюся телевізор, я уявляю себе ким-небудь з героїв.

31. Я люблю уявляти собі, як жили люди 200 років тому.

32. Мені не подобається, коли мої друзі нерішучі.

33. Я люблю досліджувати старі валізи і коробки, щоб просто подивитися, що в них може бути.

34. Мені хотілося б, щоб мої батьки й учителі робили все як завжди, і не змінювались.

35. Я довіряю своїм почуттям, передчуттям.

36. Цікаво припустити що-небудь і перевірити, чи правий я.

37. Цікаво братися за головоломки та ігри, в яких необхідно розраховувати свої подальші ходи.

38. Мене цікавлять механізми, цікаво подивитися, що у них усередині і як вони працюють.

39. Моїм кращим друзям не подобаються безглузді ідеї.

40. Я люблю вигадувати щось нове, навіть якщо це неможливо застосувати на практиці.

41. Мені подобається, коли усі речі лежать на своїх місцях.

42. Мені було б цікаво шукати відповіді на питання, які виникнуть в майбутньому.

43. Я люблю братися за нове, щоб подивитися, що з цього вийде.

44. Мені цікавіше грати в улюблені ігри просто заради задоволення, а не заради виграшу.

45. Мені подобається роздумувати про щось цікаве, про те, що ще нікому не приходило в голову.

46. Коли я бачу картину, на якій зображений хто-небудь незнайомий мені цікаво дізнатися, хто це.

47. Я люблю перегортати книги і журнали для того, щоб просто подивитися, що в них.

48. Я думаю, що на більшість запитань існує одна правильна відповідь.

49. Я люблю ставити питання про такі речі, про які інші люди не замислюються.

50. У мене є багато цікавих справ в інституті і вдома.

Таблиця К.4.1

Ключ до опитувальника

№	В основному вірно (так)	Частково вірно (може бути)	В основному невірно (ні)	Не знаю	№	В основному вірно	Частково вірно (може бути)	В основному невірно	Не знаю
1	О			Р	26	О			с
2	О			Д	27	О			Д
3	О			Д	26			О	Д
4			О	с	29			О	р
5			О	р	30	О			У
6	О			У	31	О			У
7	О			с	32			О	р
6			о	р	33	О			Д
9			о	с	34			О	р
10	О			с	35	О			р
11	О			Д	36	О			р
12	О			Д	37	О			Д
13	О			У	36	О			Д

При оцінці даних опитувальника використовуються чотири чинники, що тісно корелюють з творчими проявами особистості. Вони включають: Допитливість (Д), Уяву (У), Складність (С) і Схильність до ризику (Р). Виходять чотири сирі показники по кожному чиннику, а також загальний сумарний показник.

При обробці даних використовується шаблон, який можна накладати на лист відповідей тесту. Отвори в шаблоні показують відповіді, що відповідають оцінці 2 бали, також на шаблоні відмічені коди для чотирьох чинників, що оцінюються в тесті. Усі відповіді, що знаходяться в клітинах і потрапляють в отвори, отримують 1 бал, окрім останньої колонки «Не знаю». Відповіді в цій колонці отримують мінус 1 бал в сирих балах і віднімаються із загальної оцінки. Використання цієї колонки надає право «покарати» недостатньо творчу, нерішучу особу.

Код чинника четвертої колонки на шаблоні використовується, щоб показати, який з чотирьох чинників відноситься до кожного окремого питання. Цей опитувальник розроблений для того, щоб оцінити, в якій мірі здатними на ризик (з позначкою Р), допитливими (Д), такими, що мають уяву (У) і що віддають перевагу складним ідеям (С) вважають себе випробовувані. З 50 пунктів 12 тверджень відносяться до допитливості, 12 - до уяви, 13 - до здатності йти на ризик, 13 - до чинника складності.

Якщо усі відповіді співпадають з отворами ключа шаблону, то сумарний сирий бал може дорівнювати 100 балам, якщо не відмічені пункти «Не знаю». Якщо учень дає усі відповіді, які не видно в отворах шаблону, то його сира оцінка може скласти 50 балів, якщо жоден пункт не помічений «Не знаю», то чим вище сира оцінка людини, що переживає позитивні почуття по відношенню до себе, тим більше творчою особистістю, допитливою, з уявою, здатною піти на ризик і розібратися в складних проблемах вона є. Усі вищеописані особові чинники тісно пов'язані з творчими здібностями.

Можуть бути отримані оцінки по кожному чиннику тесту (здатність піти на ризик, уяву і т. д.) окремо, а також сумарна оцінка. Оцінки по чинниках і сумарна сира оцінка краще демонструють сильні (висока сира оцінка) і слабкі (низька сира оцінка) сторони дитини. Оцінка окремого чинника і сумарний сирий бал можуть бути згодом переведена в стандартні бали і відмічена на індивідуальному профілі респондента.

Додаток К.5.

ТЕСТ «Креативність, творчий потенціал менеджера»

Виберіть один із варіантів відповідей.

1. Чи вважаєте ви, що світ, який вас оточує, можна зробити кращим?

а) так;

б) ні, він і так досить хороший;

в) так, але тільки трохи.

2. Чи здатні ви своїми зусиллями змінити цей світ на краще?

а) так, у більшості випадків;

б) ні;

в) так, але в окремих випадках.

3. Чи вважаєте ви, що ваші ідеї могли б забезпечити значний прогрес у поліпшенні справи освіти?

а) так;

б) так, але за сприятливих обставин;

в) лише певною мірою.

4. Ваші творчі можливості та прагнення допоможуть у майбутньому змінити дещо кардинально:

а) так, напевно;

б) це малоймовірно;

в) можливо.

5. Коли ви плануєте розпочати якусь справу, ви завжди переконані в позитивному варіанті її вирішення?

а) так;

б) частіше маю сумніви;

в) так, завжди.

6. Чи мрієте ви зайнятися справою, про яку мало що знаєте?

а) так, невідоме завжди приваблює;

б) невідоме мене не цікавить;

в) усе залежить від характеру цієї справи.

7. Вам необхідно виконати незнайому справу.Чи відчуваєте ви бажання зробити це досконало?

а) так;

б) задовольняєтесь тим, чого встигли досягти;

в) так, але тільки тоді, коли мені це подобається.

8. Якщо справа, якої ви не знаєте, вам подобається, чи прагнете дізнатися про неї якомога більше?

а) так;

б) ні хочу навчитися тільки основного;

в) ні, хочу задовольнитися тільки своєю цікавістю.

9. Коли вас спіткає невдача, то:

а) розчаровуєтеся, втрачаєте інтерес;

б) припиняєте дію, бо її здійснення стає не реальним;

в) продовжуєте робити свою справу, навіть тоді, коли перешкоди подолати важко.

10. Виходячи з ваших міркувань, професію слід обирати відповідно до:

а) своїх можливостей, подальших перспектив для себе;

б) соціальної цінності та її престижу;

в) переваг які вона забезпечить.

11. Чи легко ви можете зорієнтуватися на маршруті, який уже пройшли?

а) так;

б) ні, боюся заблукати;

в) так, але тільки там, де місцевість сподобалась та запам'яталась.

12. Чи зможете ви, прослухавши лекцію, зразу переказати увесь її зміст:

а) так, без проблем;

б) усього згадати не зможу;

в) запам'ятовується лише те що цікавить.

13. Коли ви чуєте слово незнайомою вам мовою, чи можете його відтворити по складах, без помилок, не знаючи його значення:

а) так, без великих труднощів;

б) так, якщо це слово легко запам'ятати;

в) відтворю але незовсім правильно.

14. У вільний час я люблю:

а) залишатись на самоті, міркувати;

б) бути в компанії;

в) мені байдуже, бути на самоті чи в компанії.

15. Ви займаєтеся справою і припиняєте її тільки тоді, коли:

а) справу закінчено і виконано бездоганно;

б) більш-менш задоволені результатом;

в) не все ще вдалося зробити.

16. Коли ви на самоті, то:

а) мрієте про якісь абстрактні речі;

б) шукаєте собі конкретну справу;

в) іноді міркуєте про речі, пов'язані з роботою.

17. Якщо якась ідея захоплює вас, ви міркуєте над нею:

а) незалежно від того, де і з ким ви перебуваєте;

б) роблю це тільки на одинці;

в) там, де буде більш-менш спокійно.

18. Коли ви відстоюєте якусь ідею, то:

а) можете відмовитися від неї, якщо вислухаєте переконливі аргументи опонентів;

б) триматиметесь своєї думки, якими б не були аргументи;

в) поміняєте свою думку, якщо спротив буде міцним.

Підрахуйте бали, яких ви набрали, таким чином:

За відповідь "а"- 3 бали; відповідь "б"- 1 бали;За відповідь "в"- 2 бали;

Питання 1, 6, 7, 8 визначають межі вашої допитливості й креативні можливості.

Питання 2, 3, 4, 5 - свідчать про вашу віру в себе;

питання 9 і 15 - характерезують вашу стійкість та переконливість;

питання 10 - виявляє вашу амбіційність;

питання 12 і 13 - свідчать про вашу "слухову" пам'ять;

питання 11-визначає особливості зорової пам'яті;

питання14-засвідчує ваше прагнення бути незалежною особистістю;

питання 16, 17 - характеризують ваше вміння мислити абстрактно;

питання 18 – розкриває сутність вашої зосередженості на справах.

Загальна сума набраних балів показує рівень вашої креативності, творчого потенціалу.

Шкала оцінювання

Рівень творчого потенціалу	низький	середній	високий
Сума балів	23 і менше	24-48	49 і більше

Загальна інтерпретація результатів

Високий рівень. У вас доволі високий творчий потенціал, який надає вам великих особистісних та професійних можливостей. Якщо на практиці реалізувати ваші здібності, то вам розкриють різні форми творчості.

Середній рівень. У вас нормальний творчий потенціал. Ви маєте необхідні якості, що допомагають вам творити, шукати нові ідеї та рішення.Однак у вас є проблеми, які ускладнюють творчий процес. Поставтеся прискіпливіше до себе.

Низький рівень. Ваш творчий потенціал обмежений, або ви недооцінили себе та свої можливості. Відсутність віри у свої сили може призвести до думки, що ви нездатні творити. Спробуйте подолати це в собі й тим самим ви розв'яжете проблему.

Додаток К.6

Експрес-метод Д. Джонсона

Опитувальник креативності Д. Джонсона є експрес-методом психодіагностики креативності. В експериментальній практиці ця методика може бути застосована в якості доповнення до відомих тестів творчого мислення П. Торренса і Д. Гилфорда.

Оцінка надійності опитувальника креативності Д. Джонсона в нашій країні проведена О. Тунік (1997). Отримані нею дані свідчать про «можливість використання опитувальника креативності Джонсона в якості психодіагностичного інструменту для оцінки творчих проявів, доступних прямому спостереженню».

Опитувальник креативності складається з восьми характеристик творчого мислення і поведінки.

Заповнення бланка опитувальника вимагає мінімальної витрати часу (10-30 хвилин). Кожен пункт (характеристика) оцінюється на основі

спостережень експерта в конкретній ситуації (у групі, на заняттях) або на основі тривалого досвіду спостережень. Цей опитувальник дозволяє провести як самооцінку (старший шкільний вік, студенти), так і експертну оцінку креативності іншими особами: викладачам, батьками, одногрупникам. Кожен пункт оцінюється за 5-бальною шкалою: 1 - ніколи, 2 - рідко, 3 - іноді, 4 - часто, 5 - постійно.

Загальна оцінка креативності є сумою балів за вісьмома характеристиками (мінімальна оцінка - 8, максимальна - 40 балів).

Розподіл сумарних оцінок за рівнями креативності

Рівні креативності

Дуже високий 40-34

Високий 33-27

Середній 26-20

Низький 19-15

Дуже низький 14-0

Характеристики креативності

1. Чутливість до проблеми, перевага складнощів, здатність відчувати тонкі, невизначені, складні, суперечливі особливості навколишнього світу.

2. Здатність висувати і виражати велику кількість різних ідей, образів, гіпотез, варіантів.

3. Використання різних стратегій вирішення проблеми, здатність пропонувати різні види, типи, категорії ідей.

4. Здатність доповнювати ідею різними деталями, розробляти, удосконалювати ідею.

5. Оригінальність, нестандартність мислення і поведінки, унікальність результатів діяльності, індивідуальний стиль.

6. Здатність до перетворень, розвитку образів і ідей, динамічність, винахідливість, здатність структурувати.

7. Емоційна зацікавленість в творчій діяльності, почуття гумору, інтерес, потреба, творча мотивація.

8. Незалежність мислення, оцінок, поведінки, відповідальність за нестандартну позицію, стиль поведінки з опорою на себе, самодостатню поведінку.

Опитувальник креативності (лист відповідей)

Дата ВНЗ Група

Заняття/вид діяльності

Респондент(що заповнює анкету)

У таблиці, приведеній нижче, під номерами 1-8 відмічені характеристики проявів (креативності).

Будь ласка, оцініте, використовуючи пятибалльную шкалу, в якій мірі кожен студент має вищеописані творчі характеристики.

Оцінні бали: 5 - постійно, 4 - часто, 3 - іноді, 2 - рідко, 1 - ніколи.

Творчі характеристики

№ Ф. І. О. 1 2 3 4 5 6 7 8

Сума 1,2 і т.д

Додаток К.7

ТЕСТ ВЕРБАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ (RAT) С. МЕДНІКА

(адаптація А.Н. Вороніна, дорослий вариант)

Особливості проведення:

Під час тестування краще уникати спрямованість методики, тобто, не повідомляти, що вивчається творче мислення, креативність. Тест можна представити як методику на «оригінальність». Час тестування не слід обмежувати, проте бажано, щоб на кожну трійку слів витрачалось по 1-2 хв.

Інструкція:

Вам пропонуються трійки слів, до яких необхідно підібрати ще одне слово так, щоб воно складало певне словосполучення з кожним із трьох слів.

Наприклад, для трійки слів голосний, правда, повільно словом-відповіддю може бути слово «говорити» (голосно говорити, говорити правду, повільно говорити). Ви можете також змінювати слова граматично і використовувати прийменники. Наприклад, для слів годинник, скрипка, єдиний відповіддю може бути слово майстер (часовий майстер, майстер скрипки, єдиний майстер).

Намагайтеся, щоб ті асоціації, які спадають Вам на думку, були якомога оригінальні. Спробуйте подолати стереотипи і придумати щось нове та

нестандартне. Спробуйте дати якомога більше відповідей на кожну трійку слів.

ЗМІСТ

1.	випадковий	гора	довгоочікувана
2.	вечірня	папір	стіна
3.	назад	батьківщина	шлях
4.	далеко	сліпий	майбутнє
5.	народна	страх	світова
6.	гроші	квиток	вільне
7.	людина	погони	завод
8.	двері	довіра	швидко
9.	друг	місто	коло
10.	потяг	купити	паперовий
11.	колір	заєць	цукор
12.	лагідна	зморшки	казка
13.	співак	Америка	тонкий
14.	важкий	народження	врожайний
15.	багато	нісенітниця	прямо
16.	кривий	окуляри	гострий
17.	садова	мозок	пустий
18.	гість	випадково	вокзал

Додаток К.8

Методика визначення рівня розвитку креативності як одного з особистісних чинників розвитку творчого потенціалу майбутніх менеджерів

(за модифікованим тестом Н. Вишнякової «Креативність»)

Інструкція. Респондентам пропонується самостійно оцінити свої якості, відповідаючи на запитання тесту. Уважно прочитайте запитання. При позитивній відповіді на запитання ставте знак “+”, при негативній – знак “-” в графі “Я-реальний” і “Я-ідеальний”. Довго над відповіддю не замислюйтесь, тому що перша відповідь імпульсивна і зазвичай правильна. Будьте щирі!

№ з/п	Індекс питання	Зміст
1	М	Чи замислюєтесь Ви, які причини змушують Вас створювати щось нове?
2	Д	Чи трапляються у Вас неприємності через власну цікавість?
3	О	Чи з’являється у Вас бажання оригінально вдосконалити гарну річ?
4	У	Чи мрієте Ви стати відомим, створивши щось соціально нове?
5	І	У ситуаціях ризику Ви довіряєте інтуїції?
6	Е	Ви вважаєте, що в конфліктних ситуаціях можна уникнути емоційних переживань?
7	Г	Чи відповідаєте Ви жартом, якщо Вас розігрують?
8	П	Для Вас більш важливим є творчий характер майбутній професії, ніж її грошова оплата?
9	М	Ви продумуєте наслідки ухваленого Вами рішення?
10	Д	Ви втрачає інтерес до нового, якщо воно пов’язано з ризиком?
11	О	Чи доводилось Вам вдало використовувати речі не за їх призначенням?

12 У Чи буває так, що коли Ви розповідаєте про який-небудь реальний випадок, то вдаєтеся до вигаданих подробиць?

13 І В екстремальних ситуаціях Ви частіше прислухаєтеся до голосу розуму, ніж до інтуїції?

14 Е Чи надає Вам емоційне задоволення процес творчої діяльності?

15 Г Чи любите Ви жартувати й сміятися над собою?

16 П Чи винаходили Ви щось нове в цікавій для Вас сфері діяльності?

17 М Чи стомлює Вас робота, що вимагає творчого мислення в нестандартних ситуаціях?

18 Д Чи відзначає Ваше оточення, що Ви до всього вникаєте?

19 О Чи є рідкісним Ваше захоплення?

20 У Чи виникають у Вас незвичайні образи, пов’язані з реальними подіями?

21 І Ви іноді передчуваєте, хто телефонує Вам, ще не знявши слухавки?

22 Е Чи байдужі Ви до негативних проявів емоцій чужих людей?

23 Г Чи смієтеся Ви над своїми невдачами?

24 П Відвідували б Ви заради нових знань спеціальні заняття, навіть якщо це пов’язано з незручностями?

25 М Чи достатньо для Вас дрібної деталі, натяку на проблему, щоб захопитися її розробкою?

26 Д Ви шукаєте відповіді на свої філософські дитячі питання?

27 О Чи відчуваєте Ви втрату інтересу до оригінальних, ризикованих пропозицій Ваших одногрупників?

28 У Чи фантазуєте Ви зараз стосовно того, як би Ви жили в іншому місті або в інший час?

29 І Вам важко передбачати наслідки майбутньої події?

30 Е Чи відчуваєте Ви емоційне піднесення й натхнення, розпочинаючи нову справу?

31 Г Чи буває так, що Ви заздалегідь готували жарт або жартівливі історії з метою розвеселити компанію?

32 П Чи стомлюють Вас несподіванки в навчальній діяльності, що вимагають нових виходів з ситуації, що створилася?

33 М Ви вигадуєте варіанти вирішення важких проблем, перш ніж зробите вибір найбільш продуктивного?

34 Д Коли Ви довго не пізнаєте нове, Ви відчуваєте незадоволеність?

35 О Вам подобаються такі завдання, які вимагають кмітливості, навіть якщо вони пов’язані з труднощами реалізації?

36 У Стикаючись з незвичайними проблемами, Ви передбачаєте перспективи їх вирішення?

37 І Чи бачили Ви коли-небудь сон, який передбачав події, що відбувалися потім?

38 Е Чи співчуваєте Ви людям, які не досягли бажаного результату у творчості?

39 Г Чи використовуєте ви гумор для виходу зі скрутних ситуацій?

40 П Ви обрали спеціальність з урахуванням своїх творчих можливостей?

41 М Вам важко продумати багато негативних наслідків конфліктної проблеми?

42 Д Чи зможете Ви ризикнути кар’єрою заради пізнання нового?

43 О Чи будете Ви займатися створенням чогось незвичайного, якщо це пов’язано з якимись труднощами?

44 У Вам важко уявити незнайоме місце, в яке Ви прагнете потрапити?

45 І Чи траплялося так, що Ви пригадали людину, з якою давно не зустрічалися, а потім раптом несподівано вона подзвонила чи написала Вам листа?

46 Е Чи співчуваєте Ви обдуреній людині?

47 Г Чи трапляється, що Ви самі вигадуєте анекдоти і смішні історії?

48 П Якщо Вас позбавлять можливості працювати, то життя для Вас втратить цікавість?

49 М Чи ґрунтовно Ви продумуєте всі етапи своєї творчої діяльності?

50 Д Чи хочеться Вам часом розібрати річ для того, щоб з'ясувати, як вона працює?

51 О Ви імпровізуєте під час реалізації вже розробленого плану дій?

52 У Ви складаєте цікаві історії, казки?

53 І Чи буває так, що Ви за якихось незрозумілих причин не довіряєте деяким людям?

54 Е Ви схильні сильно переживати, якщо Вас обдурили?

55 Г Чи дратує Вас жарт, виражений у формі іронії?

56 П Ви відчуваєте, що Ваша майбутня професія дозволить покращити навколишній світ?

57 М Чи думаєте Ви над тим, які причини приховані у творчій діяльності людини?

58 Д Чи цікавить Вас, як живуть сусіди?

59 О Чи віддаєте Ви перевагу спілкуванню з людьми з незвичайними поглядами?

60 У Чи фантазували Ви про те, що можна зробити, отримавши спадок?

61 І Вам важко визначити характер людини з першого погляду?

62 Е Ви співчуваєте бідним людям?

63 Г Чи вважають Вас оточуючі дотепною людиною?

64 П У Вашій творчій навчальній діяльності було багато поразок?

65 М Ви міркуєте про причини успіхів і поразок у своїй творчій діяльності?

66 Д Якщо Ви зустрічаєте нове слово, Ви впізнаєте його значення в довіднику?

67 О Чи цікавлять Вас люди, які дотримуються тільки традиційних поглядів на життя?

68 У Чи складаєте Ви вірші?

69 І Дивлячись на знайому людину, Вам важко вгадати, як складеться її життя?

70 Е Ви рідко висловлюєте свої емоції, спостерігаючи вуличні сварки?

71 Г Чи Вам важко з гумором вийти зі складної ситуації?

72 П Чи можете Ви у справах піти на ризик, якщо шанси на успіх не гарантовані?

73 М Чи достовірно Ви відновлюєте за випадковими деталями цілісний результат?

74 Д Чи намагалися Ви дослідити генеалогічне дерево життя?

75 О Якщо б Ваші знайомі знали, про що Ви мрієте, то вважали б Вас диваком?

76 У Вам важко уявити себе в зрілому віці?

77 І Чи буває так, що Ви боїтеся іти на зустріч з незнайомою людиною через інтуїтивне занепокоєння?

78 Е Спостерігаючи драматичну подію в житті людей, чи відчуваєте Ви, що це відбувалося з Вами?

79 Г Чи віддаєте Ви перевагу комедії перед іншим жанрам?

80 П Чи обов’язково творчість повинна супроводжувати професійну діяльність?

Обробка результатів. Кількість балів за кожним індексом креативності визначається за ключем тесту – збіг відповіді за ним відзначається 1 балом.

Ключ до тесту

№ питання	Індекс	Ключ до відповіді	№ питання	Індекс	Ключ до відповіді
1.	О	+	41.	О	+
2.	Л	+	42.	Л	+
3.	В	+	43.	В	-
4.	И	+	44.	И	+
5.	М	+	45.	О	+
6.	Э	+	46.	Э	+

7.	Ю	+	47.	Ю	+
8.	П	+	48.	П	+
9.	О	+	49.	О	+
10.	Л	-	50.	Л	+
11.	В	+	51.	В	+
12.	И	-	52.	И	+
13.	М	+	53.	М	+
14.	Э	-	54.	Э	+
15.	Ю	+	55.	Ю	-
16.	П	-	56.	П	+
17.	О	+	57.	О	-
18.	Л	+	58.	Л	+
19.	В	+	59.	В	+
20.	И	+	60.	И	-
21.	М	-	61.	М	+
22.	Э	-	62.	Э	+
23.	Ю	+	63.	Ю	+
24.	П	-	64.	П	-
25.	О	-	65.	М	+
26.	Л	+	66.	Л	+
27.	В	+	67.	В	+
28.	И	-	68.	И	+
29.	М	+	69.	М	-
30.	Э	+	70.	Э	+
31.	Ю	+	71.	Ю	-
32.	П	+	72.	П	+
33.	О	+	73.	О	+
34.	Л	+	74.	Л	+
35.	В	+	75.	В	-
36.	И	+	76.	И	-
37.	М	+	77.	М	+
38.	Э	+	78.	Э	-
39.	Ю	+	79.	Ю	+
40.	П	+	80.	П	+

Формула визначення креативності:

$$\text{КРЕАТИВНІСТЬ} = \frac{\text{творче відношення до професії}}{1.951} \cdot 0.802 + \frac{\text{допитливість}}{2.087} \cdot 0.798,$$

де 0.802 − навантаження як внесок індексу в нову інтегральну характеристику; 1.951−стандартне відхилення по восьмому індексу.

Додаток К.9

Опитувальник САМОАЛ

(за А. Лазукіним)

ІНСТРУКЦІЯ

Із двох варіантів тверджень виберіть той, який Вам більше подобається або краще узгоджується з Вашими уявленнями, точніше відображує Вашу думку. Тут немає гарних чи поганих, правильних чи неправильних відповідей. Найкращою буде та, яка виникне першою.

1. а) Наступить час, коли я буду жити по-справжньому, не так, як зараз.

б) Я впевнений, що зараз я живу по-справжньому.

2. а) Я захоплююся своєю професією.

б) Не можу сказати, що мені подобається моя професія і те, чим я займаюся.

3. а) Якщо незнайома людина надасть мені послугу, я почуваю себе зобов’язаним їй.

б) Приймаючи послугу від незнайомої людини, я не почуваю себе зобов’язаним їй.

4. а) Мені буває важко розібратися в своїх почуттях.

б) Я завжди можу розібратися у власних почуттях

5. а) Я часто замислююся над тим, чи правильно себе повів у тій чи іншій ситуації.

б) Я рідко задумуюся над тим, наскільки правильною є моя поведінка.

6. а) Я почуваю себе незручно, коли мені говорять компліменти.

б) Я не почуваю себе незручно, коли мені говорять компліменти.

7. а) Здатність до творчості – природна властивість людини.

б) Далеко не всі люди мають здатність до творчості.

8. а) У мене не завжди є час на те, щоб бути у курсі новин літератури і мистецтва.

б) Я докладаю зусиль, щоб орієнтуватись у новинах літератури і мистецтва.

9. а) Я часто приймаю ризиковані рішення.

б) Мені важко приймати ризиковані рішення.

10. а) Деколи я можу дати співбесіднику зрозуміти, що він здається мені нерозумним та нецікавим.

б) Я вважаю недопустимим той факт, щоб дати зрозуміти людині, що вона нерозумна і нецікава.

11. а) Я люблю залишати приємне “на потім”

б) Я не залишаю приємне “на потім”.

12. а) Я вважаю некоректним переривати розмову, якщо вона цікава лише моєму співрозмовнику.

б) Я можу швидко і рішуче перервати розмову, якщо вона цікава лише одній стороні.

13. а) Я прагну досягнення внутрішньої гармонії.

б) Стан внутрішньої гармонії, скоріше за все, недосяжний.

14. а) Не можу прямо сказати, що я собі подобаюся.

б) Я собі подобаюся.

15. а) Я думаю, що більшості людей можна довіряти.

б) Думаю, що без крайньої необхідності людям довіряти не варто.

16. а) Праця, яка погано оплачується, не може приносити задоволення.

б) Цікавий, творчий зміст роботи – це вже нагорода для людини.

17. а) Досить часто мені буває скучно.

б) Мені ніколи не буває скучно.

18. а) Я не буду поступатися власними принципами навіть ради корисних справ, за які люди могли б бути мені вдячні.

б) Я зміг би поступитися власними принципами задля справ, які б викликали вдячність оточуючих людей.

19. а) Деколи мені важко бути щирим.

б) Мені завжди вдається бути щирим.

20. а) Коли я подобаюсь собі, мені здається, що я подобаюсь і оточуючим.

б) Навіть коли я подобаюся собі, то розумію, що є люди, яким я неприємний.

21. а) Я довіряю своїм бажанням, які раптово виникають.

б) Свої раптові бажання я завжди намагаюся обдумати.

22. а) Я повинен досягти досконалості в усьому, що роблю.

б) Я не дуже турбуюся, коли мені не вдається досягти досконалості усьому.

23. а) Егоїзм – природна властивість будь-якої людини.

б) Для більшості людей егоїзм нехарактерний.

24. а)Якщо я одразу не знаходжу відповіді на питання, то можу відкласти його на невизначений час.

б) Шукаючи відповідь на питання, яке мене цікавить, я можу не зважати на час.

25. а) Я люблю перечитувати книги, які мені подобаються.

б) Краще прочитати нову книгу, ніж повертатись до вже прочитаної.

26. а) Я намагаюся чинити так, як того очікують від мене оточуючі.

б) Я не схильний замислюватися над тим, чого від мене очікують оточуючі.

27. а) Минуле, теперішнє і майбутнє здаються мені єдиним цілим.

б) Вважаю, що моє теперішнє не дуже пов’язано з минулим чи майбутнім.

28. а) Більшість того, що я роблю, приносить мені задоволення.

б) Лише дещо з моїх занять по-справжньому мене задовольняє.

29. а) Бажаючи розібратись у характері і почуттях оточуючих, люди часто бувають нетактовними.

б) Прагнення розібратись в оточуючих людях виправдовує деяку нетактовність.

30. а) Я добре знаю, яке почуття можу пережити, а яке ні.

б) Я ще не до кінця зрозумів, які почуття зможу пережити.

31. а) Мене мучить совість, коли я серджуся на тих, кого люблю.

б) Мене не мучить совість, коли я серджуся на тих, кого люблю.

32. а) Людина повинна спокійно ставитися до того, що вона може почути про себе від інших.

б) Цілком природною є образа, коли чуєш неприємну думку про себе.

33. а) Зусилля, яких вимагає пізнання істини, варті того, бо приносять користь.

б) Зусилля, яких вимагає пізнання істини, не варті того, навіть якщо приносять задоволення.

34. а) У складних ситуаціях треба діяти перевіреними способами – це гарантує успіх.

б) У складних ситуаціях необхідно знаходити принципово нові рішення.

35. а) Люди рідко дратують мене.

б) Люди часто мене дратують.

36. а) Якщо була б можливість повернути минуле, я багато б чого змінив.

б) Я задоволений своїм минулим і не хочу в ньому нічого змінювати.

37. а) Головне в житті – приносити користь і подобатись людям.

б) Головне в житті – робити добро і служити істині.

38. а) Інколи я побоююсь здаватися надто ніжним.

б) Я ніколи не боюсь здаватися надто ніжним.

39. а) Я вважаю, що виявляти свої почуття набагато важливіше, ніж обмірковувати ситуацію.

б) Не варто необмірковано виявляти свої почуття, не зважившн на ситуацію.

40. а) Я вірю в себе, коли відчуваю, що можу вирішити поставлені переді мною завданнями.

б) Я вірю в себе навіть тоді, коли відчуваю нездатність вирішити власні проблеми.

41. а) Здійснюючи вчинки, люди керуються взаємними інтересами.

б) За своєю природою люди схильні турбуватися лише про власні інтереси.

42. а) Мене цікавлять усі нововведення у майбутній професійній сфері.

б) Я скептично відношусь до більшості нововведень у своїй професійній сфері.

43. а) Я думаю, що творчість повинна приносити користь людям.

б) Я вважаю, що творчість повинна приносити людині задоволення.

44. а) У мене завжди є своя точка зору з важливих питань.

б) Висловлюючи власну точку зору, я схильний прислуховуватися до думки авторитетних людей.

45. а) Секс без кохання не є цінністю.

б) Навіть без кохання секс – це дуже важлива цінність.

46. а) Я відчуваю себе відповідальним за настрій співрозмовника.

б) Я не відчуваю себе відповідальним за настрій співрозмовника.

47. а) Я легко можу змиритися з власними недоліками.

б) Змиритися із власними недоліками мені нелегко.

48. а) Успіх у спілкуванні залежить від здатності людини розкритися для інших.

б) Успіх у спілкуванні залежить від уміння підкреслити власні позитивні сторони і приховати недоліки.

49. а) Моє почуття самоповаги залежить від того, чого я досяг.

б) Моя самоповага не залежить від моїх досягнень.

50. а) Більшість людей звикли діяти „шляхом найменшого опору”.

б) Думаю, що більшість людей несхильні „шляхом найменшого опору”.

51. а) Вузька спеціалізація необхідна для справжнього вченого.

б) Заглиблення у вузьку спеціалізацію робить людину обмеженою.

52. а) Дуже важливо, чи є у людини в житті радість пізнання і творчості.

б) В житті дуже важливо приносити користь людям.

53. а) Мені подобається брати участь у дискусіях .

б) Я не люблю дискутувати.

54. а) Я цікавлюсь передбаченнями, гороскопами, астрологічними прогнозами.

б) Вказані явища мене не цікавлять.

55. а) Людина повинна працювати заради задоволення власних потреб і блага своєї сім'ї.

б) Людина повинна працювати, щоб реалізувати свої здібності й бажання.

56. а) У процесі розв'язання особистих проблем я керуюся загальноприйнятими уявленнями.

б) Власні проблеми я розв'язую так, як вважаю за потрібне.

57. а) Воля потрібна для того, щоб стримувати бажання і контролювати почуття.

б) Головна функція волі – підсилювати зусилля і збільшувати енергію людини.

58. а) Я не соромлюсь виявляти слабкість перед друзями.

б) Мені важко виявляти слабкість навіть перед друзями.

59. а) Я завжди прагну до чогось нового.

б) Я прагну до чогось нового, коли це необхідно.

60. а) Я вважаю вислів «вік живи – вік учись» неправильним.

б) Вислів «вік живи – вік учись» я вважаю правильним.

61. а) Я вважаю, що сенс життя полягає у творчості.

б) Не думаю, що у творчості можна знайти сенс життя.

62. а) Мені буває непросто познайомитись з людиною, якій я симпатизую.

б) Я не відчуваю труднощів у процесі знайомства з людьми.

63. а) Мене засмучує, що значна частина життя проходить даремно.

б) Не можу сказати, що якась частина мого життя проходить даремно.

64. а) Обдарована людина зобов'язана виконувати свій обов'язок.

б) Талант і здібності означають набагато більше, ніж обов'язок.

65. а) Мені вдається легко маніпулювати людьми.

б) Я вважаю, що маніпулювати людьми неетично.

66. а) Я намагаюся обминати розчарувань.

б) Я роблю те, що вважаю необхідним, не звертаючи увагу на можливі розчарування.

67. а) У більшості ситуацій я не можу дозволити собі байдикувати.

б) Існує багато ситуацій, коли я можу дозволити собі байдикувати.

68. а) Критика на мою адресу знижує мою самооцінку.

б) Критика майже не впливає на мою самооцінку.

69. а) Заздрість характерна лише для невдах, які вважають, що їх обійшли.

б) Більшість людей заздрісні, хоча і намагаються це приховати.

70. а) Обираючи для себе заняття, людина повинна враховувати суспільну значущість.

б) Людина повинна займатись, насамперед, тим, що її цікавить.

71. а) Я думаю, що для творчості необхідні знання в обраній галузі.

б) Я думаю, що знання для творчості не є обов'язковими.

72. а) Думаю, я можу сказати, що живу з почуттям щастя.

б) Я не можу сказати, що живу з почуттям щастя.

73. а) Я вважаю, що люди повинні аналізувати себе і своє життя.

б) Я вважаю, що самоаналіз приносить більше шкоди, ніж користі.

74. а) Я намагаюся знайти обґрунтування навіть тим вчинкам, які я здійснюю лише тому, що мені цього хочеться.

б) Я не шукаю пояснення своїм діям і вчинкам.

75. а) Я впевнений, що кожен може прожити своє життя так, як йому хочеться.

б) Я думаю, що у людини мало шансів прожити своє життя так, як їй хочеться.

76. а) Про людину ніколи не можна із впевненістю сказати: добра вона чи зла.

б) Переважно, оцінити людину дуже легко.

77. а) Для творчості необхідно дуже багато вільного часу.

б) Мені здається, що в житті завжди можна знайти час для творчості.

78. а)Переважно мені легко переконати співрозмовника у своїй правоті.

б) У суперечці я намагаюся зрозуміти точку зору співрозмовника, а не переконати його.

79. а) Якщо я роблю що-небудь виключно для себе, то мені буває незручно.

б) Я не відчуваю незручності, якщо я роблю що-небудь виключно для себе.

80. а) Я відчуваю себе творцем власного майбутнього.

б) Не думаю, що я істотно впливаю на власне майбутнє.

81. а) Вислів „добро повинно бути з кулаками" я вважаю правильним.

б) Не думаю, що вислів „добро повинно бути з кулаками" є правильним.

82. а) По-моєму, недоліки людей набагато помітніші, ніж їхні позитивні сторони.

б) Позитивні сторони людини побачити набагато легше, ніж її недоліки.

83. а) Деколи я боюся бути самим собою.

б) Я ніколи не боюся бути самим собою.

84. а) Я намагаюсь не згадувати про свої попередні неприємності.

б) Час від часу я схильний повертатися до своїх спогадів про попередні невдачі.

85. а) Я вважаю, що метою життя повинно бути щось важливе.

б) Я зовсім не вважаю, що метою життя обов'язково повинно бути щось особливе.

86. а) Люди прагнуть до того, щоб розуміти і довіряти один одному.

б) Акцентуючи увагу на власних інтересах, люди не розуміють оточуючих.

87. а) Я стараюсь не бути „білою вороною".

б) Я дозволяю собі бути „білою вороною".

88. а) У відкритій розмові люди переважно щирі.

б) Навіть у відкритій розмові людині важко бути щирою.

89. а) Буває, що я соромлюся виявляти свої почуття.

б) Я ніколи цього не соромлюся.

90. а) Я можу робити що-небудь для інших, не вимагаючи, щоб вони це оцінили.

б) Я очікую від людей, що вони оцінять те, що я для них роблю.

91. а) Я виявляю свою симпатію до людей, не будучи впевненим, що вона взаємна.

б) Я рідко виявляю свою симпатію до людей, не будучи впевненим, що вона взаємна.

92. а) Я думаю, що в процесі спілкування потрібно відкрито виявляти своє незадоволення іншими.

б) Мені здається, що в процесі спілкування люди повинні приховувати взаємне незадоволення.

93. а) Я погоджуюся із протиріччями у самому собі.

б) Внутрішні протиріччя понижують мою самооцінку.

94. а) Я прагну відкрито виражати свої почуття.

б) Думаю, що в процесі відкритого вияву почуттів завжди є елемент нестриманості.

95. а) Я впевнений у собі.

б) Не можу сказати, що я впевнений у собі.

96. а) Досягнення щастя не може бути головною метою людських відносин.

б) Досягнення щастя – головна мета людських відносин.

97. а) Мене люблять, бо я цього заслуговую.

б) Мене люблять, бо я сам здатен любити.

98. а) Нерозділене кохання може зробити життя нестерпним.

б) Життя без кохання гірше, ніж нерозділене кохання.

99. а) Якщо розмова не вийшла, я спробую побудувати її по-іншому.

б) Причина того, що розмова не вийшла, полягає у неуважності співрозмовника.

100.а) Я намагаюся створювати гарне враження про себе.

б) Люди бачать мене таким, яким я є насправді.

Прагнення до самоактуалізації виражається такими пунктами тесту:

1б	26б	51б	76б
2а	27а	52а	77б
3б	28а	53а	78б
4б	29б	54б	79б
5б	30а	55б	80а
6б	31б	56б	81б
7а	32а	57б	82б
8б	33б	58а	83б
9а	34б	59а	84а
10а	35а	60б	85а
11а	36б	61а	86а
12б	37б	62б	87б
13а	38б	63б	88а
14б	39а	64б	89б
15а	40б	65б	90а
16б	41а	66б	91а
17б	42а	67б	92а
18а	43б	68б	93а
19б	44а	69а	94а
20б	45а	70б	95а
21а	46б	71б	96б
22б	47а	72а	97б
23б	48а	73а	98б
24б	49б	74б	99а
25а	50б	75а	100б

Окремі шкали опитувальника САМОАЛ представлені такими пунктами:

1). **Орієнтування у часі:** 1б, 11а, 17б, 24б, 27а, 36б, 54б, 63б, 73а, 80а.

2). **Цінності:** 2а, 16б, 18а, 25а, 28а, 37б, 45а, 55б, 61а, 64б, 72а, 81б, 85а, 96б, 98б.

3). **Погляд на природу людини:** 7а, 15а, 23б 41а, 50б, 59а, 69а, 76а, 82б 86а.

4). **Потреба у пізнанні:** 8б, 24б, 29б, 33б, 42а, 51б, 53а, 54б, 60б, 70б.

5). **Креативність (прагнення до творчості):** 9а, 13а, 16б, 25а, 28а, 33б, 34б, 43б, 52а, 55б, 61а, 64б, 70б, 71б, 77б.

6). **Автономність:** 5б, 9а, 10а, 26б, 31б, 32а, 37б, 44а, 56б, 66б, 68б, 74б, 75а, 87б, 92а.

7). **Спонтанність:** 5б, 21а, 31б, 38б, 39а, 48а, 57б, 67б, 74б, 83б, 87б, 89б, 91а, 92а, 94а.

8). **Саморозуміння:** 4б, 13а, 20б, 30а, 31б, 38б, 47а, 66б, 79б, 93а.

9). **Аутосимпатія:** 6б, 14б, 21а, 22б, 32а, 40б, 49б, 58а, 67б, 68б, 79б, 84а, 89б, 95а, 97б.

10). **Контактність:** 10а, 29б, 35а, 46б, 48а, 53а, 62б, 78б, 90а, 92а.

11). **Гнучкість у спілкуванні:** 3б, 10а, 12б, 19б, 29б, 32а, 46б, 48а, 65б, 99а.

Примітка:

Шкали № 1,3, 4, 8, 10, 11 містять 10 пунктів, інші – по 15. Для одержання результатів, які можна було б співставити, кількість балів за вказаними шкалами треба помножити на 1,5. 15 балів становить 100%, а число набраних балів – х%.

Додаток К.10

Експертне оцінювання сформованості креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери (мотиваційно-ціннісний компонент)

Шановні експерти!

Будь ласка, оцініть за 5-бальною системою, в якій мірі у кожного студента виявляються вищезгадані характеристики.

Аркуш відповідей

*Дата*_____

*Інститут*_____

Курс _____ *Група*_____

*Експерт(ПІБ)*____ _____

№	Прізвище та ім'я студента		Самокритичність	Здатність адекватно оцінювати вплив діяльності на студентів	Здатність виявляти недоліки
1.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
2.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
3.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
4.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
5.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
6.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
7.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
8.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
9.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
10.		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6

Додаток Л

Додаток Л.1

Анкета майбутнього менеджера невиробничої сфери

Дякуємо за участь в анкетуванні!

1. Чи вважаєте Ви підготовку до творчої діяльності необхідним компонентом загальної фахової підготовки майбутніх менеджерів невиробничої сфери?

2. Чи бажаєте Ви в майбутньому особисто приймати участь в інноваційній економічній діяльності?

3. Чи володієте Ви достатньою інформацією про сутність креативності?

4. Чи готові Ви вирішувати управлінські завдання в ситуаціях невизначеності?

5. Чи сформовані у Вас вміння та навички, необхідні для ефективної взаємодії з підлеглими, здатності впливати на підлеглих?

6. Чи здійснюєте Ви самостійно пошук фахової літератури з метою саморозвитку?

7. Чи знаєте Ви особливості розвитку організацій невиробничої сфери та їхньої конкурентоспроможності?

8. Чи влаштовують Вас методи та форми навчання, які використовуються при викладанні фахових предментів? Якщо ні, то назвіть причини.

9. Які методи та форми навчання необхідно використовувати для формування креативності майбутніх менеджерів невиробничої сфери?

Додаток Л.2

Анкета для студентів

«Креативність та фактори що впливають на її розвиток»

1.Що Ви розумієте під поняттям «креативність» особистості?

2.У чому специфіка креативності майбутнього менеджера невиробничої сфери?

3.Під впливом яких факторів, на Вашу думку, відбувається формування креативності?

4.Чи потребує удосконалення Ваша здатність до творчості?

5.Якими засобами Ви цього досягаєте? Що Вам заважає у процесі самовдосконалення?

6.Чи впливає навчально-виховний процес в університеті на розвиток Вашої креативності?

7.Які б зміни Ви внесли б у навчальний процес, аби підвищити ефективність формування креативності майбутнього менеджера невиробничої сфери у процесі професійної підготовки?

8.Яким є Ваш ідеал менеджера невиробничої сфери?

Додаток Л.3

Анкета для студентів

«Визначення необхідних умов що сприяють процесу формування креативності студентів в умовах професійної підготовки»

Інструкція: Вам пропонується анкета щодо визначення необхідних умов для сприяння процесу формування Вашої креативності в умовах професійної підготовки. Відповідайте на питання, вибираючи свій варіант відповіді.

1. Що Ви розумієте під поняттям «креативність»?

а) творчі здібності;

б) талант;

в) вміння співати, малювати тощо;

г) Ваш варіант відповіді.

2. Чи вважаєте Ви необхідним підвищення рівня розуміння Вами поняття «креативність»? (Підкресліть).

– Так

– Ні

3. Чи вважаєте Ви, що економічний ВНЗ створює сприятливі умови для формування креативності майбутнього менеджера? (Підкресліть).

– Так

– Ні

4. Які психологічні бар'єри на шляху до формування власної креативності Ви можете назвати? (Підкресліть або впишіть).

а) недостатній рівень знань студентів про власні потенційні можливості;

б) нехтування педагогами індивідуальних особливостей особистості студента;

в) переважання стандартних підходів у навчанні над творчими;

г) Ваші пропозиції…

5. Що можна зробити, на Вашу думку, щоб процес формування креативності майбутніх менеджерів набув ефективності?

а) введення нового курсу про креативність;

б) проведення постійних консультацій для студентів з питань самовдосконалення та творчого розвитку;

в) впровадження новітніх технологій навчання та творчого підходу;

г) Ваші пропозиції…

6. Чи вважаєте Ви себе достатньою мірою креативним? (Підкресліть).

– Так

– Ні

7. Якщо «ні», то які можливі причини недостатнього рівня креативності? (Підкресліть або впишіть).

а) відсутність потреби у креативності;

б) відсутність знань про креативність;

в) відсутність підтримки з боку викладачів;

г) негативне ставлення викладачів до відхилень і поведінці;

д) Ваші пропозиції…

Додаток М

Веб-квест з дисципліни «Інформаційні системи та технології» розроблений студентами групи МО-11 ВТЕІ КНТЕУ «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

Рис. М.1. Головна сторінка веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

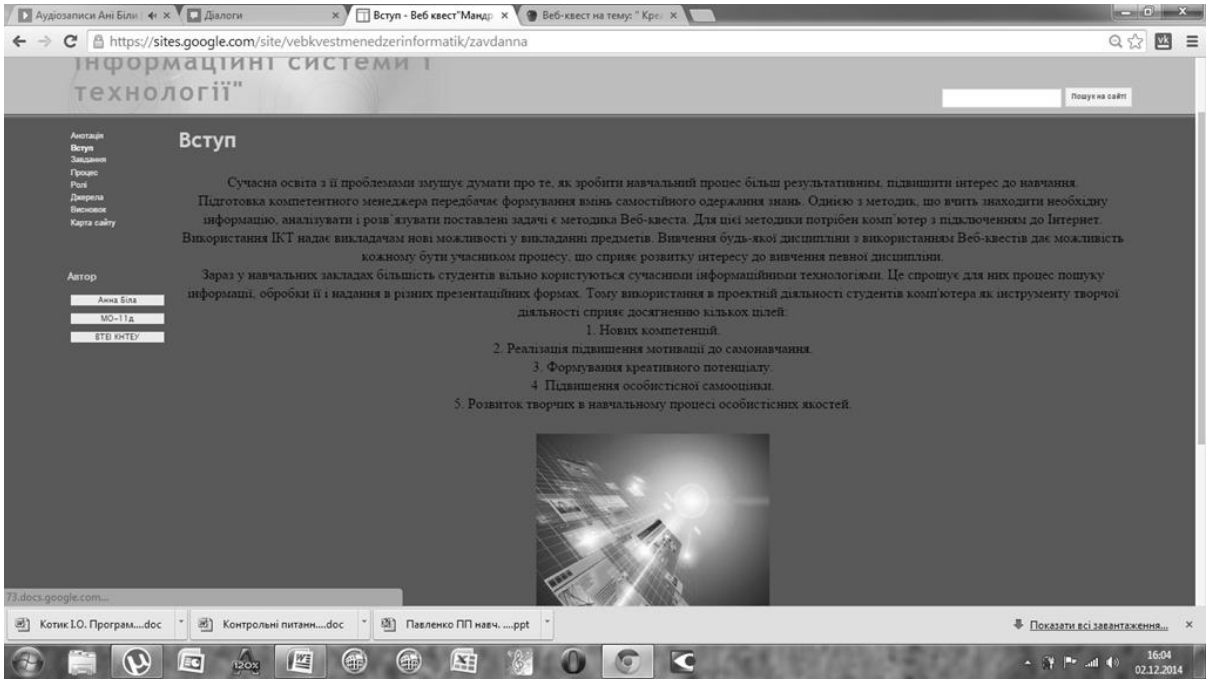


Рис. М.2. Сторінка «Вступ» веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

Рис. М.3. Сторінка «Завдання» веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

Рис. М.4. Сторінка «Процес» веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

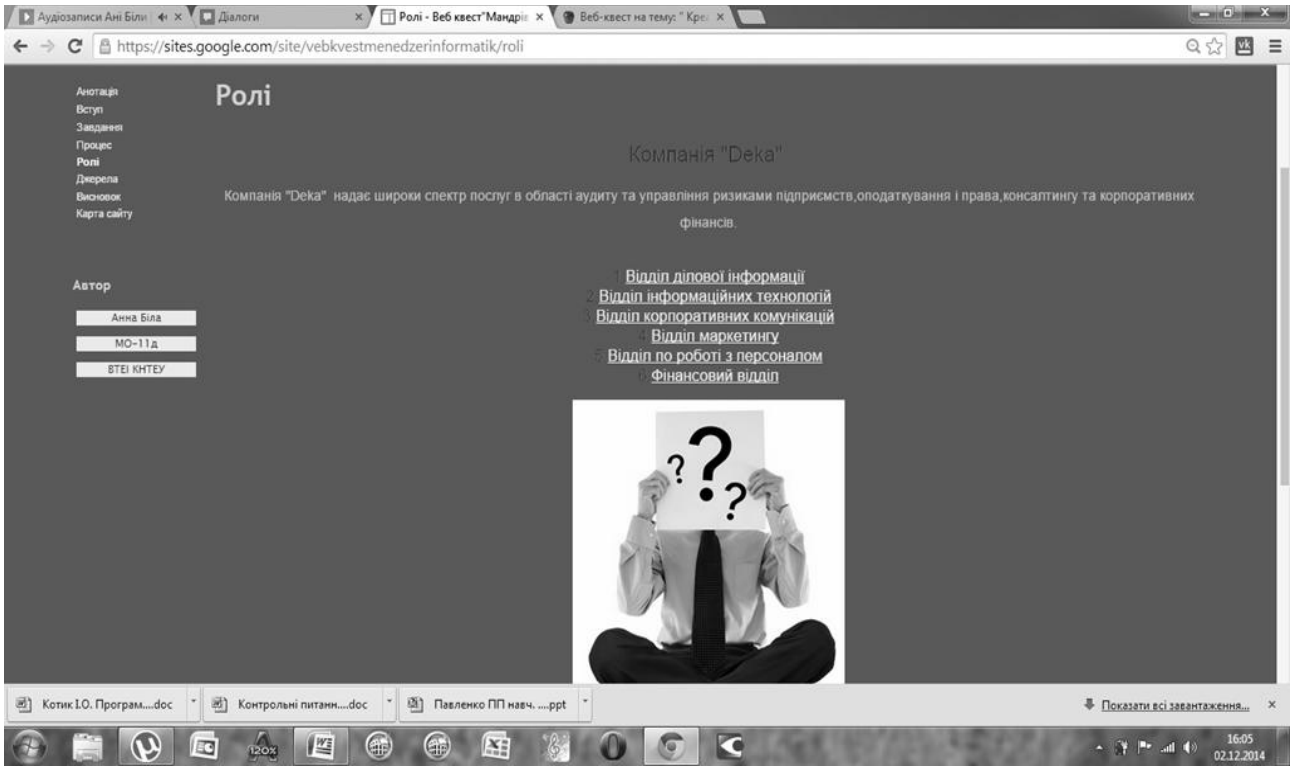


Рис. М.5. Сторінка «Ролі» веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»

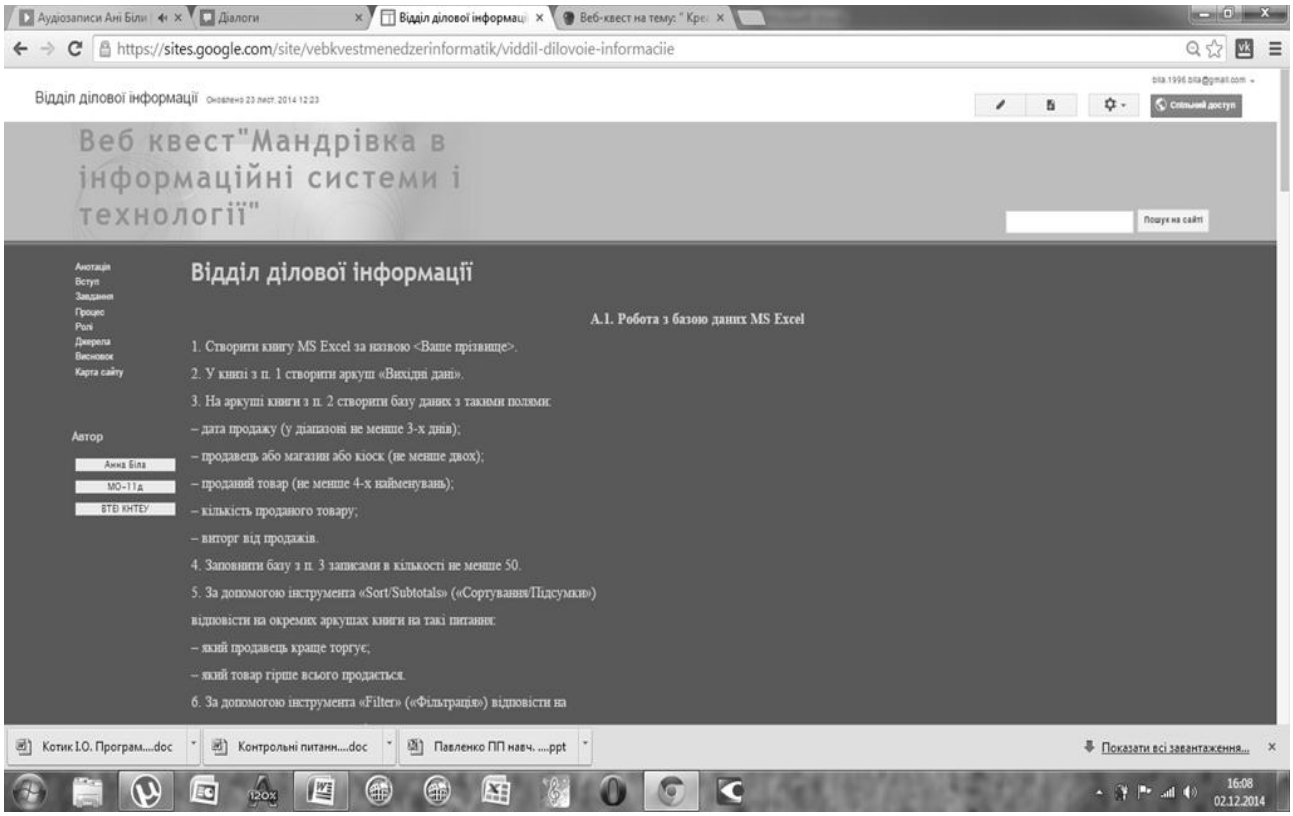


Рис. М.6. Сторінка «Відділ ділової інформації» веб-квесту «Мандрівка в інформаційні системи та технології»