

*Г. С. Квасикова*

*кандидат фізико-математичних наук,  
завідувач денного відділення «Електроенергетики, електротехніки  
та електромеханіки, готельно-ресторанної справи»  
ВСП «Фаховий коледж вимірювань  
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку»  
м. Одеса, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

***Анотація.** Сучасний освітній менеджмент – це не просто засіб управління, а також специфічна функція, специфічний інструмент для досягнення закладами освіти відповідних інноваційних результатів освітньої діяльності. Виконання цього надзавдання вимагає розширення сфери відповідальності менеджера освіти, в яку входять як фактори, що впливають на діяльність закладу освіти, управління інноваціями та інноваційними процесами, а також вплив на результати, внутрішні і зовнішні.*

***Ключові слова:** педагогічний менеджмент, принципи педагогічного менеджменту, функції педагогічного менеджменту, інноваційний менеджмент.*

З поняттями «менеджмент» і «менеджер» сьогодні ми зустрічаємось на кожному кроці. Вони входять у нашу лексику, деякі елементи менеджменту ми уже використовуємо у своїй професійній діяльності. Вживаючи слово «менеджер», більшість людей ототожнюють його з образом керівника нового покоління, який використовує у своїй роботі сучасні методи управління. Загалом, це так і не зовсім так.

Основні теоретичні засади менеджменту та педагогічного менеджменту розглядають у своїх працях Н.Л. Коломінський, Ф.І. Хміль, Г.М. Серіков, В.П. Симонов, І.П. Волков. Із зарубіжних досліджень широкому загалу відомі праці фундаторів менеджменту Ф. Тейлора та А. Файоля. Також проблеми менеджменту розглядали М. Альберт, П. Дракер, В. Кінг, Д. Кліланд, М. Мескон

На думку провідних американських спеціалістів, менеджмент – це не управління предметами, а організація та управління працею людей, це система щоденного та перспективного планування, прогнозування й організації виробництва, реалізації продукції і послуг з метою отримання максимального прибутку (матеріального, інтелектуального, духовного). Існують дві точки зору щодо появи менеджменту як науки [1, с. 51]:

1. Появу наукового менеджменту пов'язують з працями Ф.У. Тейлора (США) та Анрі Файоля (Франція) – початок ХХ століття.

2. Менеджмент – це наука, що розвивалася ще у ХVIII–ХІХ столітті.

Головна заслуга фундаторів менеджменту Ф. Тейлора і А. Файоля полягає в тому, що вони довели: ефективно управляти людьми в організації можна лише науково. Однією з галузей менеджменту є менеджмент в освіті, який має свою специфіку та притаманні тільки йому закономірності. Ця специфіка полягає в особливостях предмету, продукту, знарядь та результатів праці менеджера освіти. Предметом праці менеджера освітнього процесу є діяльність суб'єкта управління.

Продуктом праці менеджера є інформація про навчально-виховний процес. Знаряддям праці є слово, мова. Результатом праці менеджера є рівень грамотності, вихованості та розвитку об'єкта менеджменту – студентів. Менеджмент в освіті – це комплекс принципів, методів, організаційних форм та технологічних прийомів управління освітнім процесом, спрямований на підвищення його ефективності.

Основними функціями менеджменту в освіті визначають наступні [2, с. 68]:

- Прийняття розумного рішення.
- Організація виконання прийнятих рішень, створення належних умов для ефективної роботи освітнього закладу, кожного учасника освітнього процесу, забезпечення мотивів та стимулів їх діяльності.
- Контроль виконання рішень.

Призначення менеджменту, власне, в освіті – створити освітнє середовище, що ефективно працює та відповідає сучасним вимогам, є привабливим для реального та потенційного споживача.

Управляти освітою означає керувати всіма компонентами, що її формують, а саме:

- ресурсами освіти, що включають інформаційно – методичну базу, персонал, фінанси;
- безпосереднім освітнім процесом, тобто технологією навчання.

Саме це найчастіше називають сучасним педагогічним менеджментом – правильним використанням продукту освіти кадровими питаннями: оскільки освіта є сферою міжособистісної взаємодії. Менеджмент має налагоджувати ефективний механізм участі кожного в суспільному навчальному процесі. Процес навчання багатопредметний, багатолюдний, багато рольовий. Завдання менеджменту – забезпечити взаємозв’язок, взаємозбагачення різних дисциплін, різних позицій і думок.

Із соціально-психологічної точки зору, менеджмент (як діяльність, процес) – це взаємодія менеджера (керівника) з іншими людьми (підлеглими, партнерами, керівниками тощо), що забезпечує їхню скоординовану активну участь у досягненні поставленої мети.

Професійна специфіка менеджменту в освіті полягає [3]:

- У суб’єктивності, особистісності об’єкта впливу, а також його результаті.
- У значній залежності результату (особистості дитини) від ступеня гуманізації управлінської концепції менеджера.
- У багаторівневій будові системи управління, яка зумовлює опосередкованість, віддаленість кінцевого результату від безпосередніх продуктів діяльності менеджерів (управлінських рішень).

Залежно від логічної основи, управлінська діяльність менеджера освіти може бути проаналізована за змістом і метою (цільові посадові функції), а також за процесом – як процесуальні, динамічні (оперативні) функції.

Для того, щоб організувати освітню діяльність треба дотримуватись безпосередніх принципів, які дотримують освітній процес у відповідно якісному сенсі (Рис. 1).

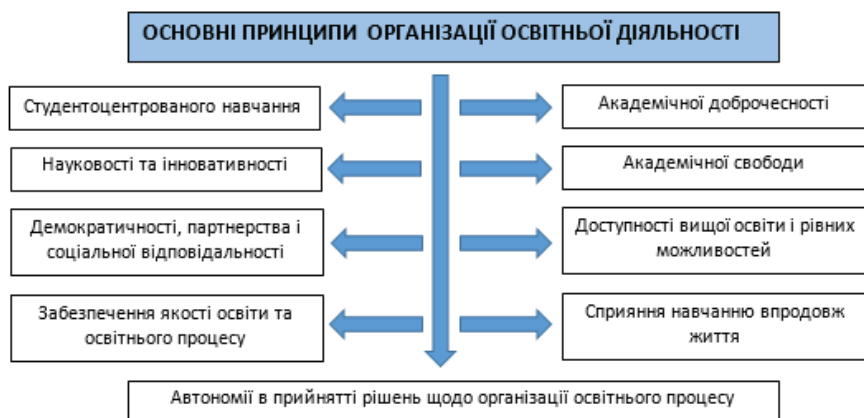


Рисунок 1. Основні принципи організації освітньої діяльності

Фахівці переконані, що реформи в освіті можливі тільки за умов підвищення якісного рівня управлінського складу, розвитку та модернізації системи підготовки менеджерів освіти.

Сучасний керівник закладу освіти повинен:

- аналізувати стан колективу;
- розуміти мотиви поведінки своїх колег;
- спонукати підлеглих до продуктивної праці, стимулювати їх професійний ріст;
- створювати атмосферу в колективі, яка б максимальностимулювала продуктивну працю;
- давати завдання підлеглим так, щоб вони розуміли, чого від них чекають, і старались це виконати;
- ефективно контролювати роботу підлеглих;
- ефективно оцінювати своїх підлеглих, їх можливості та інтереси;
- попереджувати і розряджати конфлікти в колективі;
- будувати ділові стосунки з підлеглими у відповідності з їх індивідуальними особливостями і ситуацією [4].

Значні зміни в політиці, економіці в соціумі вимагають змін і в освіті яка має задовольнити нагальні потреби суспільства. В наш час менеджер повинен бути організатором інноваційного процесу.

**Управління інноваціями** – це діяльність, яка передбачає планування, організацію, керівництво, мотивацію та контроль щодо об'єкту управління шляхом розробки та застосування системи стратегій (обраної в залежності від наявного інноваційного потенціалу підприємства і факторів впливу зовнішнього середовища), і яка спрямована на досягнення поставленої мети [5]. За **системного підходу** виходять з того, що керівники повинні розглядати освітній заклад, як сукупність взаємопов'язаних елементів (персонал, структура, технологія), які орієнтовані на досягнення різних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища (Рис. 2).

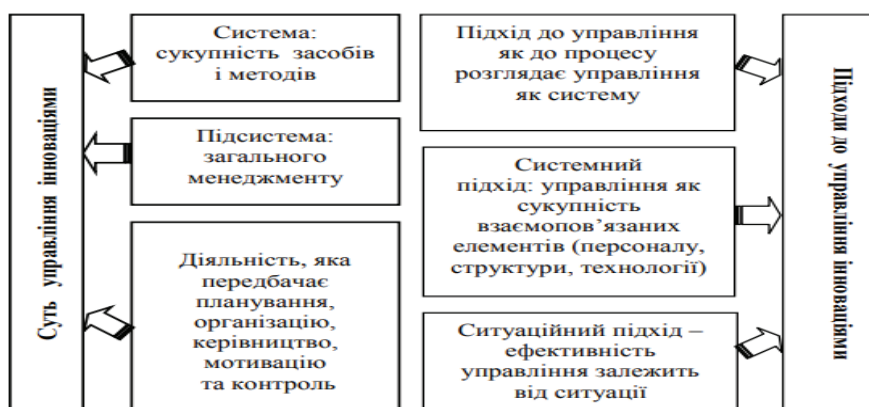


Рисунок 2. Суть управління інноваціями та підходи управління інноваціями в освітньому процесі

Управління інноваційною діяльністю передбачає етапи реалізації:

1. Ініціація (від лат. *initiatio* – здійснення таїнств) – це діяльність, яка полягає у виборі мети та постановці завдань інновації, пошуку ідеї інновації, її обґрунтуванні та матеріалізації. Керівник навчального закладу, перш ніж розпочати впровадження інноваційних технологій, повинен проаналізувати типову ситуацію, та з'ясувати, які саме потрібні зміни в освітньому процесі [7].

2. Маркетинг інновацій (від англ. *market* – ринок) передбачає вивчення ринку споживачів інновацій, їх запитів, інтересів; систему дій з реалізації інновації, забезпечення її рекламою, організації «паблік рилейшнз». Етика педагогічних інновацій ставить певні обмеження перед педагогами. Головною заповіддю має бути: «Не нашкодь!» – інновації не повинні руйнувати здоров'я студентів, самих педагогів [7].

3. Бенчмаркінг інновацій (від англ. *bench* – місце, *marking* – відмітити) є засобом вивчення діяльності організацій конкурентів з метою використання позитивного досвіду. Він може стосуватися аналізу характеристик результатів новацій та організації роботи з інноваціями. Бенчмаркінг охоплює комплекс засобів, що «дають змогу систематично знаходити, оцінювати позитивний досвід конкурентів чи компаній, які є лідерами у галузі, і використовувати його у своїй роботі»[7].

4. Фронткування інноваційного ринку (від англ. *in front* – уперед) передбачає захоплення або відвоювання ринку діяльності інших організацій. Основними джерелами є дані досвіду конкурентів, спостереження за інноваційними процесами та їх результативністю, науково – методична література, матеріали конференцій та семінарів, узагальнений передовий досвід та тощо. Інноваційний пошук повинен бути постійним і системним [7].

5. Інжинірінг інновацій (від англ. *engineering* – винахідливість) означає проектноконсультаційні послуги щодо розробки проектів, програм, впровадження інновацій. Інжинірінг передбачає комплекс робіт, до яких входять: проведення попередніх досліджень; обґрунтування вибору інноваційних ідей; розробка рекомендацій щодо оновлення діяльності; визначення обсягу та змісту робіт щодо впровадження інновацій; розробка та оформлення комплексно – цільових програм і цільових проектів; консультування з проблем впровадження програм [7].

Зміни бувають стихійними та плановими, проте, коли йдеться про управління, то на перше місце, безумовно, виходять прогнозовані, планові зміни.

За напрямками діяльності проекти можуть бути:

- навчальні – які спрямовані на вирішення актуальних проблем навчання;
- виховні – які передбачають спрямування на реалізацію проблем виховання;
- методичні – в основі яких є підвищення професійної майстерності педагогів школи;
- організаційні – спрямовані на розробку та впровадження нової моделі відносин, режиму діяльності, удосконалення управлінської діяльності;
- матеріальнотехнічні передбачають удосконалення матеріальної бази школи, впровадження нових механізмів господарювання.

За терміном виконання проекти бувають:

- оперативні – розраховані на здійснення протягом декількох тижнів чи місяців;
- річні – терміном на навчальний рік;
- перспективні – розраховані як правило від 3 до 5 років.

Основні етапи проектної діяльності – це: формулювання базової проблеми, знаходження варіантів вирішення проблеми, формування інноваційної ідеї та її маркетингове дослідження, постановка стратегічних цілей проекту, побудова «дерева цілей», побудова «дерева робіт», аналіз ризику та невизначеності, створення умов для впровадження проекту та реалізація проекту.

6. Моніторинг просування інновації передбачає комплекс заходів, пов'язаних з відстеженням інновації, аналізом інформації про неї. Він дає змогу вивчити, оцінити та спрогнозувати стан об'єктів інноваційної діяльності. Основна мета моніторингової діяльності полягає у виявленні ефективності інноваційної діяльності. Моніторинг повинен бути цілеспрямованим та безперервним [7].

7. Бранд – стратегія інновацій (від англ. brandt – клеймо, марка) означає управління реалізацією інновації, просування її на ринку попиту, формування свідомості споживачів нового продукту. Бранд – стратегія покликана формувати повне уявлення про інновацію: надійність, гарантії, якість, результативність. Засіб бренд – стратегії є доречним на всіх етапах інноваційного процесу [7].

8. Дифузія або рутинізація інновації. Якщо інновація виконала свою місію, то керівник разом із колективом повинен прийняти рішення щодо її подальшої долі: інновація стане традицією чи її відкинуть як рутинну. Дифузія інновації (від лат. diffusio – розповсюдження) передбачає розповсюдження інновації в нових умовах, ситуаціях, колективах, регіонах тощо. За умов позитивних результатів, інновація стає привабливою для інших закладів освіти. Результатом інноваційного менеджменту можна вважати зміцнення конкурентоспроможності закладу освіти. Такий заклад приваблює творчих особистостей; у ньому позитивно сприймаються креативні ідеї, нагромаджується інноваційний потенціал та розвивається інноваційна культура; формується імідж закладу, який постійно впроваджує інновації, підтримує дух новаторства [6].

Отже, сучасний менеджмент – це не набір єдино правильних методів управління, готових рецептів і правильних відповідей на всі запитання. Менеджмент – це теорія, технологія й мистецтво управління, що постійно оновлюється банком новітніх ідей, уявлень, спостережень, практичних рекомендацій, звернення до яких дає можливість свідомо осмислювати та виконувати посадові обов'язки менеджера як професійно підготовленого і функціонально обізнаного керівника.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Алексюк А.М. Педагогіка вищої освіти України. Історія. Теорія: Підручник. К.: Либідь, 2008. 560 с.
2. Атаманчук П.С. Управління процесом навально-пізнавальної діяльності. Кам'янець-Подільський: К-ПДП, 1997. 136 с.
3. Коломінський Н.Л. Психологія педагогічного менеджменту /Наум Львович Коломінський. К.: МАУП, 2016. 176 с.
4. Педагогічний менеджмент. URL: [http://pidruchniki.ws/15950210/pedagogika/pedagogichniy\\_menedzhment#169](http://pidruchniki.ws/15950210/pedagogika/pedagogichniy_menedzhment#169)
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту. К.: Академвидав, 2007. 576с.
6. Черниш А.П. Менеджмент освіти: навчальний посібник. К.: Видавництво «Університет» КМПУ імені Б.Д. Грінченка, 2008. 49 с.
7. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/15828.html#3>.

*H. Kvasyкова. Features of applying modern educational management. – Article.*

*Summary.* Modern educational management is not just a management tool, but also a specific function, a specific tool for educational institutions to achieve appropriate innovative results of educational activities. The implementation

of this super task requires expanding the scope of responsibility of the education manager, which includes both factors influencing the activities of the educational institution, the management of innovations and innovation processes, as well as the impact on results, internal and external.

**Key words:** pedagogical management, principles of pedagogical management, functions of pedagogical management, innovation management.

УДК 338.48

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5682/2023/39/07>

**M. I. Svietchna**

Bachelor's Degree Student

Linnaeus University

Kalmar, Sweden;

Bachelor's Degree Student

Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Kyiv, Ukraine

**I. V. Svietchnyi**

Postgraduate Student

V. M. Koretsky Institute of State and Law of the National Academy of Sciences of Ukraine

Kyiv, Ukraine

## INSIDE THE BOX OF THE GLOBAL TOURISM PRODUCTION SYSTEM

**Summary.** The article analyzes the concepts of the commodity chain in tourism, features of the global tourism production system. Nowadays, there is a boom in technologies and innovations that leads to changes and improvements in the tourism industry. The network technology has revolutionized the travel industry by making information more accessible, enhancing communication and automating different processes. Innovation gives flashpackers and fans (followers) the feeling of safety and participation. Individuals actively participate in trips that meet the expectations of their social group, using the travel experience to enhance their social status within their network. Commodity chains trace the process of production from raw materials to the final product. The commodity chain concept in tourism helps to develop the complex network of activities and inputs involved in creating the tourist experience. The development of the global tourism production system is able, among other things, to play a certain positive role in the socialization of individuals, especially minors.

**Key words:** tourism, flashpacking, safety, participation, innovations, loneliness, Post-Fordism, chains, socialization, minors, prevention, crime.

The evolution of information technology ignites the expansion and rejuvenation of capitalism, serving as the cornerstone of the networked society, according to Barney [1]. Over the past 20 years many new concepts have appeared but the essence remains the same.

Reconfiguring tourism with a network society means that the tourism industry has been changing all the time and new ways of tourism got used to appear and disappear [2].

Nowadays, there is a boom in technologies and innovations that leads to changes and improvements in the tourism industry. Digital connectivity became an integral part of our everyday life. People (including tourists) all around the world share information every day, every minute. Online booking platforms, personalization of basically everything (as it is in post-Fordist model) and mobile technologies constantly changed the way we travel.

In the 21st century sustainable and eco-tourism has appeared in fashion. Thanks to network nodes and ties systems [1, p. 26], the information “flies” very quickly, resulting in people getting up-to-date and relevant facts in the shortest terms, as Prof. Pettersson Lofquist says in his lectures.

Moreover, remote work gave humanity the opportunity to travel and work at the same time. That means that nowadays people are able to travel much more, take longer vacations (and work during the vacation) and in