

МЕНЕДЖМЕНТ У ВИЩІЙ ШКОЛІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Юрій ОСІК

Copyright © 2012

“Більше поцінувавши те, що можна точніше виміряти,
ми ризикуємо помилитись там, де могли б бути ближче до істини”.
(Джон Бенхем, британський промисловець)

Очевидно, що не лише довкілля впливає на наш психодуховний стан, а й наше мислення діє на світ, у якому ми живемо й повсякденно реалізуємося. Сучасне уявлення про сутність менеджменту впливає на розвиток менеджменту і управління соціальними системами на всіх рівнях – від мікро- до макро- і мегарівня. А це означає, що певною мірою напрям поступу чинного суспільства і його швидкість залежать від того, яким бачиться сучасний менеджмент у цілому і як це бачення передається студентам, тобто яку *модель менеджменту* втілюємо у життєдіяльність вищої школи.

Фінансово-економічна криза 2008–09 років, як не парадоксально, викликана далеко не економічними чинниками. Навіть нобелівські лауреати у галузі економіки визнають, що вона спричинена скупістю, нечесністю, аморальністю. Менеджмент причетний до цього не в останню чергу. Значить, його потрібно певним чином трансформувати, модернізувати.

Якщо проаналізувати зміст реформ у вищій школі, то виразно бачиться *інструментальний характер змін навчання* – комп'ютеризація, стандартизація, сертифікація, мобільність і таке інше. Натомість когнітивному, методологічному та іншим важливим аспектам навчання приділяють менше уваги. І програма аналогічного курсу радикально не змінюється. Саме у цій царині постають “незручні” питання. Ось лише декілька з них.

Перше. Науковці суспільствознавчого амплуа визначають загальний соціумний розвиток як *есхатологічний*; тому постає питання про те, як назвати сучасний постраціональний поступ суспільства – розвитком чи антирозвитком, прогресом, регресом чи чимось іншим? Якщо поступ людства має циклічний чи спіралеподіб-

ний характер, то як визначити його теперішню стадію? Виникає проблема координат і критеріїв виміру напряму та результативності соціально-економічного руху-поступу чинного суспільства. Вже економістам з їх концептом “людина економічна” було непросто при пошуку ефективності останнього, що не може визначатися точкою перетину кривих байдужості на діаграмі Еджуорта чи точкою Парето-ефективності, що відповідає “ринковій” рівновазі. Редукція ефективності тільки до обміну певними благами – досить вузьке її тлумачення навіть стосовно ефективності обміну, оскільки цей вид взаємодії залежить від ефективності тих дій, котрі передували обміну, головно від ефективності створення вартостей обмінюваних благ. Моделі інформаційного обміну вказують на залежність продуктивності обміну від ефективності роботи інститутів, які уможливають життєвість цих моделей. Загалом ефективність значною мірою залежить від успіху менеджменту, його рішень, що визначають алокацію ресурсів, забезпечують адаптивність чи контр-адаптивність економічних суб'єктів [1, с. 11–12]. Треба приймати до уваги і так звані “не-економічні” чинники – ментальні особливості та параметри організаційної культури, у тому числі й пасіонарність етносу в цілому.

В економічній раціональності сучасної людини проглядається дивна ірраціональність. Чому ефективність економічного стилю життєповсякдення полінезійського чи африканського племені обов'язково є нижчою від американського способу життя? Первісні племена не знищують середовище свого існування, не обкрадають сусідів, не залишають своїх і будь-яких інших нащадків на загибель. Розквіт американської економіки, котрий ґрунтується на історичному

випередженні і чіткій системі структурної залежності [1, с. 13], сутнісно становить світову економічну експансію. Саме найбільш економічно забезпечені країни примушують менш забезпечені і бідні країни, як своїх сателітів і периферію [2], вести себе так, що дикунами радше назвати нас, аніж народи, котрі знаходяться на ранніх етапах цивілізації.

Коли до раціонального сегмента економічної поведінки додати ірраціональну, то справа пошуку критеріїв суспільного поступу ускладнюється ще більше. До того ж важливими у цьому контексті є складники здоров'я і рівня кваліфікації як дві базисні функції господарювання. Вони привносять усвідомленість в економічний розвиток, адже мета людського суспільства – продовжити своє існування й активну господарську діяльність якомога довше, забезпечивши найповніше розкриття своїх творчих здібностей і соціокультурного досвіду.

Може рівень задоволення працею і життям у цілому взяти за основу суспільного благополуччя чи те, наскільки людина відчувається щасливою? На жаль, щастя – це досить незручний для економічного аналізу показник, хоча вочевидь більш емний, ніж, скажімо, матеріальний добробут. Коли американська рекрутингова агенція Career Bliss на підставі опитування 200 тисяч співвітчизників оголосила 10 найщасливіших професій, то серед них виявилися працівники (перелік від першого до десятого місця) – із сфери біотехнологій (бурхливий розвиток галузі), менеджери у роботі з клієнтами і шкільні вчителі (переконані, що їхня праця дуже важлива і конче потрібна суспільству), офісні працівники у сфері технічної підтримки й адміністративного забезпечення, бухгалтери і працівники відділів закупок (приємно витратити не свої гроші), фінансисти (ейфорія від дотику до великих грошових потоків), працівники некомерційних соціальних організацій (від них не вимагають щоденного звіту про виконану роботу), працівники охорони здоров'я (моральне задоволення від того, що саме вони допомагають людям), і лише на десятому місці перебувають найбільш матеріально забезпечені юристи [3].

Немає натяку на матеріальний достаток (багато грошей) і в переліку десяти складових щастя для наших сучасників, що отримані психологами на основі опитування: поділись із ближнім, роби “приємний” самоаналіз (тобто згадує події, які викликали радість і задоволення), не соромся трохи “почивати на лаврах”, учися насолоджуватись, отримуй радість

від дрібниць, не шкодуй часу на улюблене заняття, частіше перебільшуй свої емоції, глибше відчувай важливі моменти життя, радій гарним подіям, частіше промовляй “дякую” [4].

Відомий американський спеціаліст у сфері реклами Майкл Ньюман, креативний директор всесвітньовідомої рекламної агенції “Worldwide Toyota Board”, автор міжнародного бестселлера “The 22 Irrefutable Laws of Advertising” присвячує найвищому емоційному почутті – любові – цілий розділ. “Щоб зрозуміти, чого хочуть споживачі, вам знадобиться творчість, прозоріння, а також точність і глибина. Пам'ятайте: любов – не гра в одні ворота. У вас не вийде аналізувати їхню любов, якщо ви не полюбите самі. Якщо ви залишитеся стонорним спостерігачем, то нічого не отримаєте. Я би вибрав дослідження, котре рахує серцебиття, а не кількість пальців на руках” [5].

Вочевидь можна прогрес визначати: а) кількістю вільного від роботи часу, протягом якого людина відчувається вдоволеною життям, б) скромністю у споживанні як мірою доброзичливості до інших (багато китайців і голландців їздять на роботу велосипедами) чи в) усе ж економічними критеріями.

Економіка щастя, скажімо, цілеспрямовано вивчається у Вищій школі економіки при Московському державному університеті. Ця гілка економіки обґрунтовує тезу, що щастя полягає не у споживанні матеріальних благ, а у поєднанні з ними духовних цінностей, коли людина переходить від споживання до сприйняття. Фахівець у сфері економіки щастя О.Б. Долгін вважає, що людина відчувається щасливою, коли відмовляється від певного комплексу благ, віддаючи їх іншим [6]. Він розмежовує два підрозділи економіки – благополуччя і щастя. Перша намагається фіксувати якість життя, виходячи з критеріїв, що можуть бути об'єктивно виміряні (спроможність покупців, середньодушовий прибуток тощо). Все це, безумовно, важливо, але самопочуття людей, екзистенційний пульс суспільства залежать від чогось іще, що лишається за межами виміру господарювання. Друга – економіка щастя, – навпаки, оперує виключно суб'єктивними оцінками людей, а тому їх опитують та анкетують на предмет того, задоволені вони життям чи ні.

О.Б. Долгін називає кілька причин, через які зростання матеріального добробуту безпосередньо не може бути конвертоване у щастя: 1) для людини важливим є не тільки абсолютний рівень благополуччя, а й його зростання; процес покращення гріє душу не менше,

ніж результат; тому чим краще йдуть справи, тим важче досягати нових значних зростань; 2) якщо взаємозв'язок між рівнем задоволення та об'єктивним покращенням відобразити графічно, то крива перетвориться у петлю гістерезиса, оскільки втрати непокоять людей набагато більше, ніж радують їх співрозмірні здобутки; 3) оскільки критеріїв якості життя багато, і не всі вони одночасно спрямовані догори, то один дисонанс може переважити у свідомості весь здобуток; 4) щастя – не автономна величина, його відчуття народжується у порівнянні з навколишніми (наприклад, самопочуття жителя України чи Казахстану мало залежить від достатку дагчан чи від убогості папуасів, але сильно – від достатку сусідів); 5) більш яскраву емоційну реакцію викликають події, які трапляються рідко (скажімо, для благополучних соціумів – це неприємності, котрі виявляються особливо болючими) [7].

Друге. Вважаємо за непотрібне переорієнтувати менеджмент на суто соціально-етичне змістовлення, адже у практиці господарювання доволі *етичного менеджменту* і, відповідно, етичних грамотних менеджерів. Натомість студентам не подають кібернетичні засади цієї важливої дисципліни. “Загальну теорію управління” чомусь вивчають лишень їхні ровесники із технічних спеціальностей, а не з економічних. При цьому розвиткові зміни у складній соціально-економічній системі (наука менеджменту) і стабільність системи як єдиного цілого (етика менеджменту та організаційна культура) повинні розглядатися у діалектичному взаємодоповненні [див. 8]. І хоч у наш час есхатологічної техногенної діяльності людства окремі науковці трактують етику в цілому і біблійну зокрема з антропоцентричного погляду, все ж етика менеджменту і підприємництва має подаватися студентам як природоцентрична дисципліна.

Третє. Важливе місце у вищій школі має посісти *рефлексія в менеджменті*, оскільки сучасний керівник інформаційно переважаний, знаннєві канали засмічені непотрібною або й шкідливою інформацією. Як наслідок, збільшується частка робочого дня на “збагачення” інформаційної руди, тоді як на її рефлексування не вистачає часу. Фактично менеджер випадає із вертикального виміру у виключно горизонтальний. У цьому аналітичному розрізі цікавим є “парадокс Салінза”: на противагу сучасній людині, котра вимушена працювати більше 8 годин на добу, “дикі” племена на підтримання свого життя (мислив-

ство, збирання овочів і фруктів тощо) працюють у середньому лише 2–5 годин на день. Звідси парадоксальний висновок: “Хоча це видається дивним, однак людина, котра веде первісний спосіб життя, має значний ресурс” [9]. “Людство проклало шлях від полювання та збирання, коли всі мали час для своєї рідної бездіяльності...” [10], котра заповнювалася ритуалами, танцями, посвяченнями та іншими колективними, груповими й індивідуальними заняттями. Сам М. Салінз називав такі спільноти “суспільствами достатку”, коли вертикальний вимір буття поєднується з горизонтальним, у тому числі й психодуховним.

У продовження зазначеного Т. Котарбинський так пише про колективну працю: двоє людей, коли працюють, то або допомагають один одному, або заважають [11]. Незаперечно, що менеджментом можна назвати тільки перший варіант співпраці. Джим Коллінз розвиває цю ідею таким чином: “Компанії, котрі досягли видатних результатів, сутнісно не зосежувалися на тому, що робити, щоб стати великими; вони акцентували увагу на тому, чого не потрібно робити, і на тому, що треба припинити робити негайно” [12].

На сьогодні ієрархічна структура менеджменту досягає небачених висот, оскільки існують його “різнокаліберні системи” – менеджмент якості, система постійного вдосконалення, системи стандартизації, сертифікації і метрології, система документування та ін., що позбавляють сучасного керівника вертикальної рефлексивності. Скажімо, скільки часу втрачають учителі та викладачі на написання поурочних планів, конспектів лекцій, програм, методичних вказівок, звітів? І все це в додаток до 125–175% аудиторних годин від норми робочого дня.

Окремі теоретики від менеджменту обстоюють таку модель керівника: “...створюйте собі проблеми та розв'яжуйте їх, і тоді з'являться нові проблеми у більшій кількості. Ви їх долаєте, однак інших нових проблем стає ще більше”. Отож “радійте, у вас проблеми!” [13]. Неважко уявити: керівник, загнаний у глухий кут radoщами низки проблем свого підприємства, не переймається проблемами вічними – добра і зла, життя і смерті, сенсу свого перебування на цьому світі та ін.

Четверте. Емоційні засади мотивації – гнів, заздрість, страх, помста – це справді впливові чинники економічної поведінки. Так, абсолютна більшість сучасної реклами побудована на засадах *емоційного сприйняття*. І хоча емоції – явища незручні для економічного

аналізу, проте без них сучасний менеджмент видається неповновартісним. Для наочності всього один яскравий приклад: Нобелівська премія 2011 року вручена Томасу Сардженту і Кристоферу Сімсу за емпіричні дослідження причин змін та очікувань у макроекономіці.

П'яте. У вищій школі країн СНД в контексті Болонського процесу тотально впроваджується *тестування* для контролю знань студентів. Однак відомо, що для моніторингу засвоєння проблемного матеріалу тестування малоприсадатне, не кажучи про те, що іспити “німим” тестуванням на комп'ютері для майбутніх керівників непридатні взагалі. Але це виявляється виправдано тим, щоб нейтралізувати непорядних викладачів-хабарників і досягнути об'єктивності контролю знань. На жаль, результати таких змін ще більше формалізують і без того формальне наповнення сучасної вищої освіти. Може доцільно Міністерству освіти Республіки Казахстан, поряд із Болонською системою, відновити класичну, принаймні допоки це ще можна реально зробити, зважаючи на її часткову руйнацію. І нехай буде вища школа багатоманітною на освітні моделі, як це має місце в інших країнах СНД (Росія, Україна) і дальнього зарубіжжя.

Це тільки зовні все виглядає гарно – високий бал, і ніяких непорозумінь. І як у краші радянські часи, наздоганяємо і випереджаємо Америку за валовим збором випускників ВНЗ з дипломами бакалаврів, котрі у західному світі прирівнюються до випускників коледжів. Проте набагато важче віднайти, до чого прирівнюються їхні знання та вміння.

Такі парадоксальні кроки вищої школи хвилюють не тільки казахстанських науковців. Як зазначає В. Савельєв, перебудова традиційної освіти “на засадах Болонської декларації може взагалі спричинити знищення її національного варіанту”, адже “сприяє подальшому продукуванню “одновимірної людини”, функціонера з дещо модифікованими здібностями, а не спеціалістів з креативним світобаченням і світорозумінням, котрий є пластичною основою для вирішення творчих і водночас проблемних завдань, які щедро постачає сучасне життя та швидкі зміни у галузі науково-технічного прогресу” [14, с. 244]. Тому логічним й обґрунтованим є висновок про те, що вища освіта в Україні (а відтак і в країнах СНД) функціонує і змінюється всупереч перебігу загальноцивілізаційних і культурних процесів людства.

ВИСНОВКИ

1. Перебудова традиційної освіти на засадах Болонської декларації, впровадження тестового контролю знань студентів не узгоджуються із логікою розгортання вітакультурних і полідіалогічних процесів, а тому завдають не виправаних утрат вищій школі у виконанні основного завдання – у забезпеченні якісної підготовки висококомпетентних фахівців для всіх сегментів сучасного суспільного виробництва.

2. Менеджмент вищої школи має бути спрямованим не на площинний раціоналізм здобування високих балів, а на всебічний розвиток і креативність майбутнього спеціаліста з обов'язковим формуванням у нього високих морально-етичних властивостей та особистісних рис (відповідальність, толерантність, рефлексивність тощо).

1. *Сухарев О.С.* Теория эффективности экономики. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 368 с.

2. *Шапталов Б.Н.* Экономическая экспансия. Теория и практика обретения национального богатства. – М.: Экономика, 2008. – 317 с.

3. <http://rian.ru/world/20110401/359887133.html>

4. <http://rian.ru/society/20100723/257684543.html>

5. *Ньюман М.* 22 непреложных закона рекламы. – М.: АСТ, 2008. – 320 с.

6. Телевізійна передача “Тем временем” // Російський канал “Культура”, 23.01.2012.

7. *Долгин А.Б.* Экономика счастья. По каким правилам подводятся итоги? // <http://artpragmatica.ru/book/in/pic/Dolgin.pdf>.

8. *Абдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 336 с.

9. *Иди М.* Недостающее звено. – М.: 1977. – 160 с.

10. *Геллнер Э.* Нации и национализм. – 1991. – 252 с.

11. *Котарбинский Т.* Трактат о хорошей работе. – М.: Экономика, 1975. – 271 с.

12. *Коллинз Д.* От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. – Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.

13. *Адизес И.* Идеальный менеджер: Видеосеминар. – М., 2009.

14. *Савельев В.* Вища освіта України перед викликами ХХІ століття: критичний вимір // Психологія і суспільство. – 2009. – №4. – С. 242–247.

АНОТАЦІЯ

Осік Юрій Іванович.

Менеджмент у вищій школі: проблеми і перспективи розвитку.

Стаття висвітлює низку “незручних” питань для сучасної освітньої моделі менеджменту у вищій школі,

а саме: а) що таке економіка щастя і як їй навчати?, б) як можливе соціально-етичне узмістовлення менеджменту у діяльності майбутнього фахівця?, в) чому потрібна рефлексія у менеджменті і як її здійснювати ефективно?, г) чим вагоме емоційне сприйняття економічної поведінки та якою мірою на емоції і почуття має зважати менеджер?, д) у чому обмеженість тестового контролю знань студентів як для їхньої професійної компетентності, так і для повноцінного особистісного розвитку.

Ключові слова: вища школа, модель менеджменту, людина, економічний стиль життя, економічне щастя, матеріальні блага, духовні цінності, етичний менеджмент, рефлексивність менеджера, емоційне сприйняття, тестування, професійна компетентність.

АННОТАЦІЯ

Осик Юрій Іванович.

Менеджмент в высшей школе: проблемы и перспективы развития.

Статья освещает последовательность “неудобных” вопросов для современной образовательной модели менеджмента в высшей школе, а именно: а) что такое экономика счастья и как ей обучать?, б) как возможно придание социально-этического содержания менеджмента в деятельности будущего менеджера?, в) почему нужна рефлексия в менеджменте и как её осуществлять эффективно?, г) чем весомо эмоциональное восприятие экономического поведения и в какой степени на эмоции и чувства должен ориентироваться менеджер?, д) в чём ограниченность тестового контроля знаний

студентов как для их профессиональной компетентности, так и для полноценного личностного развития.

Ключевые слова: высшая школа, модель менеджмента, человек, экономический стиль жизни, экономика счастья, материальные блага, духовные ценности, этический менеджмент, рефлексивность менеджера, эмоциональное восприятие, тестирование, профессиональная компетентность.

ANNOTATION

Osik Yuriy.

Management in Higher School: Problems and Aspects of Development.

The article touches upon a number of “uncomfortable” for the modern educational model of management in higher school questions, namely: a) what is economy of happiness and how to teach it?, b) how is it possible to add some social-ethical features to management in the activity of a future specialist?, c) why is reflection need in management and how to realize it efficiently?, d) the significance of emotional acceptance of economical behavior and how much has the manager give attention to emotions and feelings”, e) where is the limitation of tests evaluation of students knowledge for their professional competence and full personal realization?

Key words: higher school, model of management, person, economical lifestyle, material welfare, spiritual values, ethical management, reflexivity of a manager, emotional acceptance, testing, professional competence.

Надійшла до редакції 12.03.2012.