

УДК 378.6:336 (005)

Л. Ф. Догиль, доктор экономических наук, профессор
Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ПРЕПОДАВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В СИСТЕМЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены ключевые аспекты философии обучения с учетом современной тенденции бизнес-образования в Беларуси, направленной на индивидуальный спрос на программы, способности обучающегося и приобретенный им опыт, особенности характера, мировоззрения и возраста.

Ключевые слова: *бизнес-образование, управление знаниями, предпринимательские компетенции, практико-ориентированность*

L. F. Dogil, Grand PhD in Economic, Professor
School of Business of BSU, Minsk, Belarus

IMPROVING THE METHODOLOGY OF TEACHING MANAGEMENT DISCIPLINES IN THE BUSINESS SYSTEM

The article examines the key aspects of the teaching philosophy, taking into account the current trend in business education in Belarus, aimed at individual demand for programs the learners abilities and experience gained, features of character, outlook and age.

Keywords: *business education, knowledge management, entrepreneurial competence, practice-oriented*

В настоящее время в системе бизнес-образования происходят значительные изменения, которые реализуются на фоне ряда фундаментальных тенденций, связанных с философией обучения в вузе – это история учебно-методических традиций, взаимодействий, научных школ, практика научной вузовской коммуникации, направленной на инновационное управление бизнес-процессами и компанией в целом, учитывающей особенности ведения белорусского бизнеса в условиях интеграционных процессов со странами ЕС и государствами – членами ЕАЭС.

В этом стремлении достигнуты значительные результаты. В нашей стране успешно функционируют центры бизнес-образования и тренинговые порталы. Развивающее обучение в сфере бизнеса также преуспевает и включает в себя три больших блока: формат МВА, программы Открытого университета Великобритании и многосессионные и однодневные курсы. Особенно популярным направлением являются бизнес-тренинги в сфере продаж, по работе с персоналом и клиентами. Успешно функционирует портал ЕВР, который предлагает разнообразные формы подготовки специалистов: лекции, семинары, тренинги, мастер-классы, деловые игры, уделяется значительное внимание корпоративному обучению [1].

Активную роль на рынке услуг в сфере бизнес-образования играет Белорусская торгово-промышленная палата, осуществляющая свою деятельность в целях содействия развитию предпринимательства в республике, интегрирования ее экономики в мировую хозяйственную систему [2].

Тем не менее в настоящее время в бизнес-структурах и бизнес-системах реального сектора экономики Беларуси имеется немало проблем, основная из которых – низкая эффективность менеджмента большинства организаций. В связи с этим особую актуальность приобретает проблема поиска новых подходов при реализации обучающих программ и особенно включающих менеджмент, личную эффективность каждого из членов управленческой команды компании, а также процесс умозаключений, логических построений и развитие межличностных отношений на практике. А еще – это проблема самосовершенствования и искренней веры в плодотворность поисков и исканий, в преобразующую силу знаний, направленных на приобретение не только функциональных, но и гибких навыков для успешного управления бизнес-процессами.

Философия обучения с учетом современной тенденции белорусского бизнес-образования – это индивидуализация спроса на программы в соответствии с собственными запросами и интересами обучающихся, нечто, касающееся способностей, приобретенного опыта, характера, мировоззрения и возраста одновременно. Именно одновременное воздействие квалификацией, поведением и внутренним обаянием обучающего на обучаемого, либо провоцирует и продлевает процесс обучения, либо же угнетает и останавливает его.

Исходя из этого, учить – это не столько передавать знания, сколько спровоцировать желание усваивать и наращивать их. В современном процессе обучения достижение того и другого обеспечивается в первую очередь путем установления обратной связи с аудиторией, завоеванием доверия, симпатии и внимания слушателей. В методологии преподавания едва ли не самым значительным представляется обнаружение живого интереса ко всему вслух высказанному преподавателем и подтвержденного эффективными способами инфографики, такими как визуализация сложной информации, краткость представления результатов расчетов. Немаловажное значение при усвоении знаний придается взаимодействию человеческих и технических ресурсов, в частности, внедрению онлайн-технологий в учебный процесс [3].

Однако несмотря на все достижения в области технических средств обучения, научить человека высокому профессиональному мастерству и привить навыки выбора наиболее верного решения в сложных хозяйственных ситуациях может только человек. И это первое, и главное в работе любого преподавателя. Это – исходное, позволяющее констатировать, что наилучшая доминирующая функция применения онлайн-технологий проявляется только при самом процессе обучения: вебинары, тренинги, онлайн-проекты и т. д. Промежуточный же мониторинг и заключительный контроль – только в аудитории, без применения онлайн-технологий.

Более того, многолетний опыт общения со студенческой аудиторией рождает мысль о том, что процесс обучения – обоюдный процесс, ведь студенты тоже воздействуют на преподавателя, заставляя его то и дело менять прежние суждения, изменяя угол зрения на известные и возникающие проблемы, обнаруживать противоречивость в ранее безусловно признаваемом, иначе ставить вопросы и вновь и вновь рассуждать, не прекращая поиск все новых и новых аргументов и стиля изложения мыслей.

Все, что следует далее, – учет специфики предмета преподавания, то есть того, что предписывает усвоить та или иная область знаний. В случае, если речь идет, например, о менеджменте риска, то здесь смена акцентов привела к сдвигу проблемного поля при решении вопросов, связанных с имиджем, репутацией и риском. В настоящее время важно уделять особое внимание изменению факторов влияния на корпоративную ценность бренда. Среди них важно выделить эмоции; растущий дефицит времени, внимания и доверия; изме-

нение общественных ценностей и формирование социального капитала. К тому же эти проблемы сказываются на ожиданиях заинтересованных сторон, поскольку они становятся все более важными по мере нарастания процессов глобализации. Люди, занимающиеся бизнесом в реальных отраслях экономики, равно как и ученые, чаще всего игнорируют либо неправильно оценивают значение чувств или эмоций в управлении бизнесом, особенно при реализации проектов с высокими потенциальными рисками. Члены управленческой команды компании более склонны выделять рациональные или интеллектуальные аспекты деловой деятельности. Однако при недостатке экономических различий логика эмоций становится зачастую единственной и самой надежной движущей силой бизнеса, где психологическим факторам отводится ведущая роль при принятии решений. Отсюда следует вывод, что компании должны сосредоточиться как на рациональных, так и на эмоциональных составляющих в поведении людей, чтобы использовать особенности этого поведения для достижения стратегических задач.

При рассмотрении и рациональных, и эмоциональных аспектов поведения менеджмента компании важнейшую роль играют каналы коммуникации. Это нечто большее, чем эффективные связи с общественностью, и в значительной степени связано с поведением компаний, их подразделений и отдельных людей. Так, например, в Республике Беларусь возникают значительные трудности при становлении и развитии предпринимательства и бизнеса по системе франчайзинга. Обусловлено это тем, что данное направление ведения коммерческой деятельности не поставлено в рамки четко отлаженных законодательных актов, классификация данных отношений не имеет окончательного завершения, не разработаны эффективные модели и механизмы использования франчайзинга во многих сферах бизнеса, франчайзинговые отношения складываются зачастую без учета местных обычаев, корпоративной культуры, уровня развития социальных отношений. Как итог в настоящее время из 42 договоров, зарегистрированных в период с 2006 по 2012 г. действуют 32.

И теперь главный «экспортный товар» риск-менеджмента в обмене с другими направлениями менеджмента организации – это концепция рациональности и эмоциональности. Образно говоря, экспортным товаром является не только идея, а та особая, весьма специфическая форма восприятия рациональности – рациональность предпринимателя или бизнесмена, максимизирующего полезность, в частности получение добавленной стоимости и преуспевающего в этом. При этом внимание к способам достижения желаемой рациональности, к оптимальным сочетаниям издержек и доходов, к учету колебаний на рынке спроса и предложения вполне оправдано, ибо в действительности процесс выбора не менее важен, чем его результаты. К тому же все более важным становится учет самих аспектов выбора, то есть нуждается в осмыслении проблемы, так называемой процедурной рациональности.

Такого рода переориентация в теоретических отражениях экономической жизни, глубокое переосмысление ее начал и последствий потребовали трансформации многих доселе применяемых научных методов. Гипотетически выстроенная абстрактная модель управления компанией должна включать ряд элементов, отражающих реальные возможности осуществления контроля за факторами окружающей предпринимательской среды, за поведением объекта управления, оценивать способности регулятора с учетом критериев оптимизации и целевого функционала. Применительно к задаче управления субъектом бизнеса данный набор элементов модели трансформируется в систему взаимосвязанных моделей:

- 1) модель учетно-аналитической системы (МУАС);
- 2) модель функционирования предприятия (МФП);
- 3) модель организационно-распорядительной системы (МОРС);
- 4) модель целевой функции управления предприятием в соответствии с реализуемой программой (МЦФУП).

Апробация указанных моделей при выполнении индивидуальных и групповых заданий (дисциплины: стратегический менеджмент, управление рисками и страхование) студента-

ми старших курсов, обучающихся по специальности «Бизнес-администрирование» Института бизнеса БГУ позволила выявить необходимость в создании современных программ обучения по следующим дисциплинам: бюджетирование и контроллинг в бизнесе, менеджмент и маркетинг цифрового бизнеса, инновационный менеджмент на базе навигационного оборудования и систем, цифровой сервис как новый сегмент экономики бизнеса.

Однако важно заметить, что использование различных моделей, разрабатываемых в рамках исследования бизнес-операций, не могут дать руководителям компаний готовых решений. Они могут лишь с учетом принимаемых допущений определить последствия этих решений. По мнению Пола Саймона, любой человек «интеллектуально ограничен» и не способен найти единственно возможное приемлемое решение. Это послужило основой его теории «ограниченной рациональности» и модели «человека административного».

На то, что рациональное экономическое поведение может существенно корректироваться, обращают внимание уже многие исследователи. Оно может корректироваться институтами, а точнее, созданными людьми ограничениями, которые структурируют их политическое, экономическое и социальное взаимодействие, и так называемым использованием коварства – сознательным искажением информации экономическими агентами с целью достижения эгоистических целей (Д. Нарт). Оно корректируется решениями, принятыми благодаря психологическим представлениям о вероятности будущих событий и рисков, то есть тем, что Морис Алле назвал «субъективной вероятностью».

Расширяет контекст рациональности и интуиция или то, что М. Полони определил как личностное не в полной мере артикулированное неявное знание, о владении которым индивид может и не знать. Человек рационален в той мере, в какой истинны концепции и предпочтения, к которым он неявно привязан. Рациональное экономическое поведение корректируется отклонениями индивидуальных суждений и наблюдаемого поведения людей от принятого стандарта, что изучили Дж. Канеман и А. Тверски, создавая «теорию перспектив».

Весьма показательно при этом то, что психологу Канеману в 2002 году была присуждена Нобелевская премия по экономике за то, что он доказал, что рациональность – качество изначально не присуще человеку, и что даже специалисты в области принятия решений часто демонстрируют иррациональный образ мышления.

Адам Смит отделил желательный с моральной точки зрения результат экономического процесса – всеобщее благосостояние как предпосылку свободы для всех – от мотивов действий факторов производства. И в этом, по-видимому, в том числе состоял смысл известной фразы из «Исследования о природе и причинах богатства народов». «Не от благосклонности мясника, пивовара и булочника мы ожидаем то, что нам требуется для еды, а от того, что они соблюдают свои собственные интересы. Мы обращаемся не к их человеколюбию, а к их себялюбию, и упоминаем не свои потребности, а говорим об их прибыли». Это расхождение мотивов и результатов (а точнее – мотивов и их социального смысла), открытое Адамом Смитом более 200 лет назад, до сих пор реализуется, хотя то и дело вызывает возмущение людей и делает распространенными осуждения «жажды наживы», «эгоизма» и т. д.

Преследуемые обществом цели могут быть какими угодно. Можно добиваться в первую очередь эффективности экономики или же, напротив, заботиться прежде всего о справедливости в распределении доходов, каким бы относительным ни было понимание справедливости. Можно задаться целью создать как можно более прогрессивную экономику или же, напротив, придать первостепенное значение стабильности и гарантиям занятости и получения доходов. Независимо от того, касаются ли данные цели эффективности, справедливости или надежности, нельзя утверждать, что они сами по себе предпочтительнее, чем какие-либо другие.

В любом обществе встают вопросы целеполагания, но что касается менеджера-экономиста, то он может ответить главным образом на два вопроса:

1) Являются ли поставленные цели совместимыми между собой?

2) Являются ли используемые средства действительно наиболее пригодными для достижения поставленных целей?

Таким образом, экономическая наука не определяет, какой следует сделать выбор, она лишь дает научную информацию, согласно которой может быть проведен наиболее приемлемый выбор целей. Это означает, что различные гипотезы, прогнозные разработки, модели можно использовать для предсказания последствий изменения обстоятельств. Построение гипотез, в частности, является творческим актом вдохновения, интуиции, изобретения, его суть заключается в обнаружении чего-то нового в знакомом материале. И этот процесс надо обсуждать, скорее на психологических, а не логических категориях, изучать, возможно, по автобиографиям и биографиям, а не трактатам о научном методе, и стимулировать его с помощью афоризмов и примеров, а не моделей и теорем.

И здесь не столько следует уповать на существовавшие и существующие методики преподавания, сколько всерьез обнаружить собственный интерес к преподаваемым слушателям проблемам. Здесь понадобятся попытки неоднократно формулировать один и тот же вопрос ради поиска все новых и новых аспектов в рассмотрении знакомых тем. Здесь окажутся необходимыми аналогии и ассоциации из собственной жизни, жизни родственников и ближайших коллег ради обнаружения мировоззренческого единства с аудиторией и вычисления той неуловимой, но многократно ощущаемой энергии, сила которой позволит вписать сам факт конкретного преподавания той или иной тематики из ряда управленческих дисциплин в течение личной жизни каждого из присутствующих.

Достижение такого состояния самим преподавателем позволит надеяться на то, что процесс преподавания обретет то единственное оправданное переходное состояние, когда от подражания успешным инновациям он будет постепенно становиться самой инновацией. В случае с преподаванием управленческих дисциплин это будет выражаться в появлении новых курсов и факультативных тематик, которые, с одной стороны, будут отражать реальные изменения современной нам действительности, с другой – предвосхищать их дальнейшее развитие и инновационность подходов к преподаванию управленческих дисциплин.

Список использованных источников

1. Бизнес-образование в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ebp.by>. – Дата доступа: 02.03.2018.

2. Образовательные консультационные услуги Белорусской ТПП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cci.by>. – Дата доступа: 03.03.2018.

3. Глоссарий современного образования / под общ. ред. канд. филос. наук Е. Ю. Усик. – Харьков : Издательство НУА, 2014. – 532 с.