

ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА І СФЕРИ ПОСЛУГ

- управленческого персонала – М. МП “Сувенир”, 2005. – 325 с.
7. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник // С. Гончаренко. – К.: Либідь, 1977. – 376 с.
8. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
9. Интегральная оценка работоспособности при умственном и физическом труде (Метод. рекомендации) / Е.А. Деревянко, В.К. Хухлаев и др. – М.: Экономика, 1976. – 76 с.
10. Кремень В.Г. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні. – К.: Педагогічна думка. 2011. – 304 с.
11. Кредісов А.І., Панченко Є.Г., Кредісов В.А. Менеджмент для керівників. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 1999. – 456 с.
12. Крушельницька О. Управління персоналом: Навчальний посібник / Ольга Крушельницька, Дмитро Мельничук. – 2-е вид., перероб. й доп. – К.: Кондор, 2005. – 304 с.
13. Мистецтво управління персоналом / Ред. Н. Черепухіна (гол.) та ін., Уклад.: Людмила Савицька, Віктор Тарнавський та ін. – К.: Вид-во Олексія Капусти. – 2002. Кн. 1: Таланти і лідери. – 2002. – 299 с.
14. Мурашко М. Менеджмент персоналу: Навчально-практичний посібник. – 2-ге вид., стереотип. – К.: Знання, 2006. – 311 с.
15. Освіта України 2006. Інформаційно-аналітичні матеріали діяльності МОН України. 2006 р. – К.: 2007. – 175 с.
16. Падалка О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології. Навчальний посібник. // О. Падалка, О. Шпак. – К.: “Просвіта”, 2000. – 368 с.
17. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент. Теорія і практика. Підручник. // Р. Пушкар, Н. Тарнавська. – Тернопіль, 2003. – 490 с.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2013

УДК 371.(075.8)

Дариуш Сенкевич, здобувач Академії Полонійної в м.Ченстохові, Польща

ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА І СФЕРИ ПОСЛУГ

У статті досліджується актуальна проблема едукативної навчання, виховання і розвитку менеджерів у навчальних закладах Польщі, в сучасних умовах ринкової економіки де діє конкуренція на ринку праці.

Ключові слова: освіта, навчання, розвиток, суспільний прогрес, компетенції підготовка менеджерів, пріоритет освіти, культура, мораль.

Рис. 2. Табл. 2. Літ. 10.

Дариуш Сенкевич, соискатель Академии Полонийной в г.Ченстохове, Польша

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА И СФЕРЫ УСЛУГ

В статье исследуется актуальная проблема едукации обучения, воспитания и развития менеджеров в учебных заведениях Польши, в современных условиях рыночной экономики где действует конкуренция на рынке труда.

Ключевые слова: образование, обучение, развитие, общественный прогресс, компетенции подготовка менеджеров, приоритет образования, культура, мораль.

Dariush Senkevych, Applicant of Academy Poloniyna in Czestochowa, Poland

FORMATION OF THE GENERAL CULTURE OF FUTURE MANAGERS OF MODERN TECHNOLOGIES AND SERVICE

The article examines the actual problem of educating training, education and development of managers in schools in Poland, in the modern market economy where there is competition in the labor market.

Keywords: education, training, development, social progress, competence, training managers, the priority of education, culture and morality.

Актуальність та доцільність дослідження. Щоб краще розібратися в культурі майбутніх менеджерів технологій у процесі навчання основ підприємництва, вартує зайнятися питанням її виникнення. Однак такий складний процес у

кращому випадку може бути зображений грубо і схематично, тобто сильно спрощено. При цьому ми можемо виходити з трьох передумов, які легко прослідковуються:

- там, де люди опиняються разом, виникає через певний проміжок часу культура чи субкультура;

ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА І СФЕРИ ПОСЛУГ

- кожна культура розвиває неписані норми і взаємні очікування, які справляють сильний вплив на поведінку колективу;

- люди готові сьогодні швидше самі розвивати культуру, членами якої вони є, ніж пасивно сприймати і відображати задану культуру. На практиці у нових членів повинно відбуватися поєднання існуючих і власних процесів формування.

Успішне управління та підприємництво не можна здійснювати без врахування вікових, соціальних, статевих, певних національних відмінностей як об'єктів управління, так і суб'єктів ділового підприємництва. Саме сукупність цих особливостей об'єкта управління і суб'єкта підприємництва становить відповідну їм своєрідну основу певної культури.

Аналіз останніх публікацій. Загально педагогічні підходи до удосконалення формування моральної культури майбутніх менеджерів економічної освіти і виховання досліджувалися в педагогічних працях педагогічної освіти авторів: А. Алексюк [1], В. Бондар [2], Т. Білан, О. Петрів [4], І.Д. Бех [5], О.І. Вишневецький [6], М.В. Вачевський, В.М. Мадзігон, Н.М. Примаченко [7], а також С. Гончаренко, М. Євтух, В. Мадзігон, П. Вербицька, І. Зяюн, І. Прокопенко, М. Корець, О. Шпак та інші автори.

Виклад основного матеріалу. Словосполучення “культура підприємництва” існує досить давно, бо підприємництво як вид справи взагалі не може існувати поза сферою культури, ринкового середовища де діє конкуренція між виробниками за сфери збуту.

Ще Аристотель робив спроби пояснити категоріями культури економічне життя. Одним з перших він обґрунтував морально-етичні принципи управління господарською діяльністю. За словами Аристотеля, щоб займатися господарюванням, “потрібно вже бути добре вихованим у моральному розумінні”, відзначає Л.П. Буева [3].

Адам Сміт у своїх дослідженнях прагнув пояснити, яким чином морально-етичні чинник впливають на поведінку підприємця.

Необхідно виділити саме творчу складову підприємництва, яке в умовах невизначеності уможливило підприємцю знаходити ефективні господарські рішення оптимально використовувати обмежені ресурси та здійснювати плани і задуми на практиці, відзначають М.В. Вачевський, В.М. Мадзігон, Н.М. Примаченко [7, 153 – 168].

Фундаментом, на якому будується цілісна природа підприємництва, є особливості характеру самої людини, її ментальність. Його основи становлять:

- раціоналізм – постійно вести діяльність обдуману;

- завзятість – бути наполегливим у своїх діях, доводити справу до завершення;

- гострий розум – постійна творчість, винахідництво, раціоналізація самого процесу виробництва.

Аналіз підприємницької діяльності на принципах менеджменту, дозволив визначити такі суттєві фактори її успіху:

- високу кваліфікацію. Підприємець або сам повинен бути високопрофесійним спеціалістом або найняття того, хто має професійні знання і досвід;

- вдалу і обґрунтовану ідею виробництва конкретного товару чи послуг. Концепція повинна бути чітко сформована в бізнес-плані і обґрунтована зі всіх сторін де діє гостра конкурентна боротьба;

- широкі особисті контакти. Слід пам'ятати, що нова справа не починається в ізоляції від інших підприємців, менеджерів.

У зв'язку з модернізацією виробництва і впровадження передових технологій підприємці розвинутих країн першочерговими називають наступні завдання:

- забезпечення кваліфікованої робочої сили, здійної до гнучкої взаємодії;

- створення адаптивних організаційних та інноваційних структур;

- об'єднання зусиль співробітників у досягненні мети;

- забезпечення взаєморозуміння між адміністрацією і профспілками.

Відомий японський бізнесмен Кадзума Татеісі називає вісім передумов успіху підприємницької діяльності, що діє на принципах маркетингової діяльності:

- чітке кредо;

- співвіднесення цілей компанії із звичайною поведінкою людей;

- раціональний розподіл доходів;

- корпоративний дух;

- політика всезагальної зацікавленості;

- перспективний ринок збуту;

- оригінальна технологія;

- ефективне керівництво.

Одним із основних факторів ринкової економіки є культура підприємництва, яка включає дві основні складові – ділову етику і маркетинг.

Ділова етика – це одночасно і моральна, і економічна категорія. На заході ділова етика, ділова чесність – основа бізнесу, діловий авторитет – великий капітал, яким дорожить кожен підприємець.

На думку німецького підприємця Д. Гюдевера,

існують такі етичні норми бізнесу, яких необхідно дотримуватись:

- найвищі продуктивність і прибуток не повинні досягатися за рахунок нанесенню шкоди навколишньому середовищу;

- конкуренція повинна здійснюватись чесно, за правилами;

- створені працею блага повинні розподілятися так, щоб не зумовлювати появу декласованих прошарків населення;

- необхідно забезпечити служіння техніки людині, а не людини техніці;

- слід використовувати такі форми участі службовців у справах підприємства, які сприяють не тільки появі бажання працювати краще, але і розвитку почуття відповідальності;

- економіка на відміну від релігії орієнтована не на моральні норми, а на розподіл матеріальних благ, однак всюди, де це диктується суспільними інтересами, вона повинна підкорятися діючим моральним нормам, відзначає В.А. Малахів [8].

Важлива складова культури підприємництва – підтримка взаємного бажання сторін продовжувати ділові відносини. При цьому конфліктів майже не виникає: взаємне бажання продовжити ділові стосунки змушує обидві сторони точно виконувати кожен контракт.

Західні дослідники вважають, що найбільш несумісне з ринковою економікою почуття заздрощів. Дана економіка ґрунтується на всепроникливому егоїзмі, однак зрівнялівка і нетерпимість до досягнень інших їй протипоказана, зазначено автором [10].

Очевидно, тому у всіх релігіях заздрість і жадність вважають смертними гріхами. Почуття заздрощів пагубне не лише для людини, але й для соціальної організації.

Зразкові компанії, як правило, формують широкий діапазон ціннісних установок. Чимало їх цінностей інтегрують поняття моральної культури, служіння споживачеві.

Якщо компанії проголошують лише фінансові цілі – вони досягають небагато. Зразкові компанії вважають “прибуток – щось на зразок здоров’я. Ви потребуєте його, і чим більше, тим краще. Але не завдяки йому ви існуєте”.

Підприємство – це насамперед культура. В процесі формування культури головна роль відводиться процесу управління. Керівник-менеджер не тільки створює раціональні аспекти організації, такі як структура і технологія, але він також творець символів, ідеологій, мови, вірувань тощо.

В тих же самих компаніях, в яких панує культура, досягається найвищий рівень істинної

автономії. Культура жорстко регулює декілька найважливіших змінних і наповнює їх змістом. Але в рамках цих якісних цінностей людей заохочує проявляти себе, пропонувати нововведення [7].

Дослідження показують, що у шведській економічній моделі пріоритет надається високому рівню життя і догляду за слабшими, що говорить про її “жіноче” начало. Носії такої культури характеризуються невисоким ступенем індивідуалізму: вони тримаються поближче до своїх лідерів.

Американці навпаки, хоча і є індивідуалістами, але перебувають на значній віддалі від своїх лідерів; вони не терплять невизначеності і є носіями “чоловічого” начала в організаційній структурі. Виходячи з наведеного, модель господарювання, що підходить для однієї країни, може стати непринятною для іншої.

Організаційна культура в моделях виробничо-господарських систем найбільше виявляється під час створення в них відповідних систем управління. Якщо, наприклад, система має організаційну структуру з “жіночим” началом, то стиль управління демократичний, що характеризується колегіальністю у прийнятті рішень. Організаційна побудова такої системи може бути лінійно-штабною, матричною.

В умовах організаційної культури з “чоловічим началом” стиль управління відрізняється авторитарністю та одноособністю у прийнятті управлінських рішень, що відображається і на організаційній побудові.

Організаційна культура, включаючи політичну, адміністративно-державну та управлінську діяльність, повинна проектуватися на основі відповідної моделі та відповідних принципів.

Організаційна культура кожної системи може поділятися на ряд субкультур. Ступінь диференціації культури визначається складністю завдань, що вирішується специфікою організаційної підсистеми, територіальними особливостями. Головним завданням керівництва є погодження субкультур з організаційною структурою та застосування відповідної до них культури управління.

До основних принципів організаційної моральної культури можна віднести культуру управління, як показано модель управління культурою на рис. 1.

Комплексність уявлень про призначення системи. Організаційна культура повинна відображати не тільки відношення між членами соціальної системи, а й уявлення про призначення даної системи в цілому і її окремих членів. Визначення цінностей і філософії системи, які будуть бажані для неї.

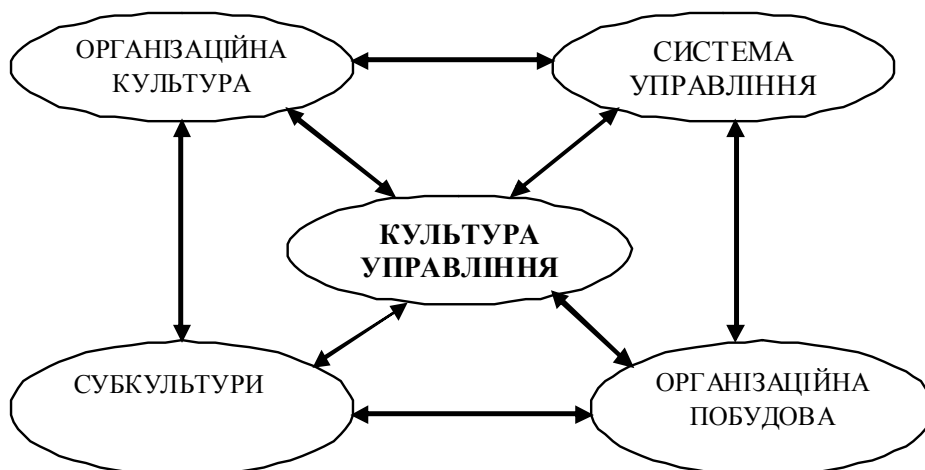


Рис. 1. Модель напрямів моральної культури

Історичність. Культура не підлягає простому маніпулюванню, вона розвивається протягом часу і сама певною мірою визначає характер соціальної системи. Серед основних чинників, що впливають на організаційну культуру, можна виділити ідеальні цілі, панівні риси та цінності, ролеві моделі, як показано на рис. 1. модель методологічної основи культури управління.

Культура управління – важлива сфера впливу на свідомість, вчинки підлеглих, їхні помисли і бажання. Водночас вона є одним з вирішальних чинників успіху в управлінні та підприємстві.

Отже, культура маркетингу існує як система знань про процеси управління, структури управлінських систем, форми, методи, принципи управлінської діяльності. Вона будується на підставі загально-методичних принципів визначення умов і можливостей формування наукового знання, оскільки відомо, що правильна теорія повинна бути розв'язана і розвинена стосовно конкретних умов і на підставі існуючих положень.

Сам термін “культура управління” від знедавна здобув широке розповсюдження. Нині дедалі частіше користуються як наукові співробітники, так і практики. Саме тому передусім визначимо зміст цього терміну з урахуванням основних тенденцій розвитку науково-управлінського знання, вирішених та невирішених проблем у цій галузі.

Конкретні умови визначаються характером і рівнем суспільного розвитку, структурою суспільних відносин і зв'язків, рівнем духовної культури, знаннями, накопиченим досвідом творення людства. Ці обставини мають вирішальний вплив на наукове знання в галузі менеджменту, його культури. Воно, безумовно,

буде визначатися тими обставинами, що характеризують об'єкт управління, суспільство як у цілому, так і структуру об'єкту, яким управляють закономірності його функціонування і розвитку. Наведено включено в себе такі основні принципи, зазначено Н.М. Примаченко [9]:

- вибір форми поведінки;
- стиль і тактика поведінки з погляду моральних і естетичних цінностей;
- особиста поведінка, міра її такту і відповідальності як показники вияву і розвитку духовної культури особистості;
- сфери і рівні поведінки за відповідними моральними нормами. Інакше кажучи, наскільки наші вчинки і поведінка не ображають інших, подобаються їм чи викликають заперечення, сприймаються схильно чи відкидаються;
- нарешті, що можна, а чого не можна дозволяти собі в певній ситуації. Культура, втім, може стикатися з безкультур'ям, не приймаючи його як антипод. Щоб краще зрозуміти можливість подібного зіткнення, звернімо увагу на характеристику цих антиподів, що наведені в табл. 1.

Відзначимо також про культуру в менеджменті яка використовується у такій діяльності як торгівля – оптова та роздрібна де покупці постійно відчувають етикет ділового спілкування, сервісного обслуговування, розміщення підприємств торгівлі та їхнього асортименту товарів, до продажний сервіс під час продажу і після продажний. Все це в загальних аспектах відноситься до культури підприємств торгівлі.

Сюди ж можна віднести і певну систему керівництва залежно від культури керівника, засвоєної ним від того, що поступово формувалося впродовж століть у суспільстві і сьогодні набуло

ПРИНЦИПИ І ЧИННИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

ЧИННИКИ



ПРИНЦИПИ

Рис. 2. Модель методологічної основи моральної культури управління

досить чітких форм свого вияву, як показано в табл. 2.

Культура менеджменту в торгівлі. Ця культура, яка характеризується швидкістю зворотного зв'язку і відносно малим ризиком, розвивається в першу чергу в торгових організаціях і організаціях по збуту. Частково у виробників комп'ютерів, у маклерів по продажу нерухомості, торговцями автомобілями, а також у дрібно роздрібній торгівлі.

Успіх залежить від кількості контактів з покупцями і від наполегливості у пошуку угод. Оскільки окрема угода в принципі не призводить до банкрутства всього підприємства, тут існує незначний ризик. Ситуація полегшується ще й тим, що на протязі короткого часу можна побачити, що йде на ринку, а що ні.

Висновки. Встановлено, взаємовідносини моральної культури – це доволі складне явище суспільного життя. **Моральна культура** спілкування – це необхідна умова досягнення взаєморозуміння і духовної єдності людей у всіх сферах життєдіяльності. Тому взаємовідносини у

підприємстві – це етика ціннісних структур, які утворюють фундаментальну основу моральності, оскільки при передачі способів поведінки, соціального досвіду люди фізично і духовно творять одне одного у спілкуванні. І в цьому плані спілкування збігається з моральною діяльністю.

Доведено, що моральною культурою спілкування в підприємницькій діяльності є той аспект, де в способах і результатах спілкування реалізується цінність добра і обов'язку, а спілкування є задоволенням духовних потреб або контактів з іншими людьми. **Моральне спілкування** – це самостійність. Тут реалізуються потреби особистості на основі доброзичливості та уваги, на основ розуміння, довіри, співчуття і турботи, що пов'язують людей.

Кожна вихована система базується на цінностях, які визначають напрям виховного процесу: на інтереси суспільства, держави чи на особистість (індивідуально-особистісний розвиток); на взаємини між учасниками процесу (авторитарні чи гуманістичні); на зміст виховного процесу – знаневий чи розвивальний.

**ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ
СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА І СФЕРИ ПОСЛУГ**

Таблиця 1.

Чинники моральної культури

Основні ознаки рівня культури менеджменту	Ознаки безкультур'я менеджменту
<p>Глибина наукового розуміння життя людьми, які причетні до менеджменту і складають його основу. Широка мислення людей, які перебувають біля підприємницької діяльності. Притаманні їм доброзичливість і гуманне ставлення до інших. Щирість і природність у поведінці, вчинках, здатність залишатись самим собою. Правдивість і відвертість. Толерантність, чуйність і повага до інших. Скромність, почуття власної гідності. Чемність, відгукуватись на прохання інших. Розумне і природне дотримання прийнятих у суспільстві правил поведінки.</p>	<p>Поверховість, зазнайство, зверхність. Грубість і жорстокість. Словоблуддя і нечесність. Непорядність і аморальність. Брехливість і підступність. Зневага, зверхнє ставлення до інших. Байдужість, корисливе ставлення до інших. Зверхнє, формальне дотримання правил поведінки. Зрадливості, вандалізм. Підлабузництво, заздрощі.</p>

Таблиця 2.

Практичні стилі управління в підприємстві

Схематично це виглядає так, як показано в таблиці 1 Основні показники стилю керівництва	Система № 1	Система № 2	Система № 3	Система №4
		Експлуаторсько-авторитарна	Патерналістсько-авторитарна	Консультативна
1 Впевненість і довіра до підлеглих.	Підлеглим не довіряють, в них не впевнені	До підлеглих проявляють певну довіру як до прислуги	Підлеглим значною мірою, але не повністю довіряють, контролюючи виконання рішень	Виявляють повну довіру підлеглим в усіх питаннях
2. Міра вивчення підлеглих у прийнятті рішень з управління підприємством, вирішення певних ділових підприємницьких справ.	Керівник рідко цікавиться думкою та ідеями своїх підлеглих у вирішенні проблем своєї організації.	Керівник інколи цікавиться ідеями і думкою підлеглих у вирішенні виробничих проблем.	Як правило, керівник цікавиться ідеями і думкою підлеглих і використовує їх у вирішенні виробничих проблем.	Керівник завжди використовує ідеї та думки підлеглих у вирішенні виробничих проблем.

Моральна культура виховання передбачає надмірне управління виховним процесом, згідно з яким майбутні менеджери цілеспрямовано засвоюють соціальні завдання та ідеологічно орієнтовані якості; регламентацію, що приходить до ігнорування внутрішнього світу особистості.

Моральна культура як гуманістична система виховання ставить в епіцентр особистість майбутнього менеджера як найвищу цінність життя. Формування моральної культури майбутніх менеджерів передбачає не тільки рівень розвитку соціальних властивостей особистості, а й виховання цінності, що виражає ідеал людини, який у будь-яких умовах зберігає справжню людяність.

Висновки. Таким чином, висвітлена проблема є актуальною в навчальному процесі при підготовці майбутніх вчителів технологій у процесі навчання основ підприємницької діяльності, маркетологів і вимагає постійного вдосконалення та вивчення як у загальноосвітніх навчальних закладах, так і у вищих закладах освіти, коли студенти вивчають основи економіки, маркетинг, менеджмент, підприємництво і набувають кваліфікації підприємця.

1. Алексюк А.М. Педагогіка вищої освіти України. Історія. Теорія. Підручник для студентів, аспірантів та молодих викладачів вищих навчальних закладів. // А. Алексюк. – К.: Либідь, 1998. – 560 с.

МАТЕМАТИЧНА ОСВІТА ДОШКІЛЬНИКІВ У ПОЛЬЩІ

2. Бондар В.І. Дидактика. Навчальний посібник. // В. Бондар./ – К.: Либідь, 2005. – 264 с.
3. Буева Л.П. Человек: деятельность и общение. // Л. Буева – М.: 1979.
4. Білан Т., Петрів О. Культурологія. // Т. Білан, О. Петрів. Навчальний посібник. Дрогобич, Редак. видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2008. – 176 с.
5. Бех І.Д. Особистісно орієнтоване виховання. Енциклопедія освіти. //І.Бех/ Академія пед. наук. України. – К.: Хрінком ІНТЕР, 2008. – 140 с.
6. Вишневецький О.І. Теоретичні основи сучасної української педагогіки. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. // О. Вишневецький. – Дрогобич, “Коло”, 2006. – С. 6 – 8.
7. Вачевський М.В., Мадзігон В.М., Примаченко Н.М. Основи економічних знань 10 – 11 клас. Підручник. // М. Вачевський, В. Мадзігон, Н. Примаченко. – К.: ЦУЛ, 2004. – 536 с.
8. Малахів В.А. Етика. Курс лекцій. // В. Малахів. – К.: 1996.
9. Примаченко Н.М. Формування маркетингової культури у майбутніх вчителів технологій у процесі навчання основ підприємництва. Монографія. – Дрогобич, Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2011. – 218 с.
10. Сенкевич Даріуш. Моральна культура менеджерів в глобальних економічних процесах. Монографія. – Дрогобич – Ченстохова, 2013. – 280 с.

Стаття надійшла до редакції 06.11.2013

УДК 372.47(438)

Марта Скотна, аспірант Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

МАТЕМАТИЧНА ОСВІТА ДОШКІЛЬНИКІВ У ПОЛЬЩІ

Стаття присвячена питанням математичної освіти дошкільників у Польщі. Розкрито зміст і напрямки математичної підготовки дошкільників в різноаспектному плані. Розглянуто інноваційну методику навчання математики.

Ключові слова: математика, освіта, математична освіта, передматематична підготовка.

Літ. 8.

Марта Скотная, аспірант Дрогобычского государственного педагогического университета имени Ивана Франко

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДОШКОЛЬНИКОВ В ПОЛЬШЕ

Статья посвящена вопросам математического образования дошкольников в Польше. Раскрыто содержание и математическую подготовку дошкольников в разноаспектном плане. Рассмотрено инновационную методику обучения математике.

Ключевые слова: математика, образование, математическое образование, предматематическая подготовка.

Martha Skotna, Postgraduate
Drohobych State Pedagogical University by I. Franko

MATHEMATICAL EDUCATION OF PRE-SCHOOL CHILDREN IN POLAND

The article is devoted to the problems of mathematical education of pre-school children in Poland. The contents and the issues of mathematical teaching of pre-school children are studied in different aspects. The innovative method of mathematical education are analyzed.

Keywords: mathematics, education, mathematical education, pre-mathematical training.

Постановка проблеми. Перетворення всіх сфер діяльності в умовах динамічного розвитку України потребує переорієнтації, підвищення якості та кардинальних перебудов у галузі освіти. Сьогодні оновлюється поняття “освіта” і дошкільна освіта зокрема. Головним визнається формування цілісної особистості з інноваційним стилем мислення і життєвою компетентністю, здатної самостійно розв’язувати пізнавальні завдання,

розмірковувати, аналізувати явища, узагальнювати, логічно мислити. Ці положення є концептуальними у визначенні змісту і специфіки математичної освіти сучасних дошкільників. Математика завжди була невід’ємною і суттєвою складовою частиною людської культури, вона є провідником на шляху пізнання оточуючого світу для дитини, базою для прогресу суспільства, важливою компонентою розвитку особистості.

В умовах оновлення системи освіти в Україні,