

УДК 330.341.1

Ігор ГАЛИЦЯ,

*доктор економічних наук, професор
Київського університету туризму,
економіки і права, м. Київ*

Олександр ГАЛИЦЯ,

*кандидат юридичних наук,
професор Київського університету
туризму, економіки і права, м. Київ*

Ірина МЕЛЬНИК,

*старший викладач Київського
університету туризму, економіки і
права, м. Київ*

КРЕАТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ПОСИЛЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Для успішної конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринку праці фахівець повинен володіти потужними креативний потенціалом, що б своєчасно відповідати на виклики зовнішнього середовища. Саме тому завдання розвитку креативного потенціалу сучасного фахівця є одним з основних завдань вищої школи і найважливіша складова забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних трудових ресурсів.

Ключові слова: педагогічні технології, стратегічні ігри, креативний потенціал, інтелектуально-інноваційний потенціал.

Для успешной конкуренции на внутреннем и внешнем рынке труда специалист должен владеть мощным креативным потенциалом, который бы давал возможность своевременно отвечать на вызовы внешней среды. Именно поэтому задача развития креативного потенциала современного специалиста это одно из основных заданий высшей школы и важнейшая составная обеспечения конкурентоспособности отечественных трудовых ресурсов.

Ключевые слова: педагогические технологии, стратегические игры, креативный потенциал, интеллектуально-инновационный потенциал

To compete successfully in domestic and foreign labor market specialist must possess strong creative potential, which would promptly respond to the challenges of the environment. That is why the task of developing creative potential of modern specialist is one of the major tasks of higher education and an essential part of ensuring the competitiveness of domestic labor.

Keywords: educational technology, strategy games, creative potential, intellectual and innovative capacity.

Сучасний світ потужно і стрімко змінюється під вплив поглинання науково-технічного прогресу і посилення глобалізації. На сьогоднішній день фахівцю

для того щоб успішно конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринку праці, вже не достатньо мати лише глибокі знання. Він повинен володіти потужними креативний потенціалом, що б своєчасно відповідати на виклики зовнішнього середовища, а в багатьох випадках і працювати «на випередження». Тому, завдання розвитку креативного потенціалу сучасного фахівця – одне з основних завдань вищої школи і найважливіша складова забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних трудових ресурсів.

Сучасні педагогічні технології за рахунок комбінування різних методів навчання спрямовані на формування конкурентоспроможного фахівця. Педагогічні технології повинні відповідати вимогам системності, структурованості, алгоритмічності. Інноваційні педагогічні технології поєднують в собі науково обґрунтовану систему дій, операцій та процедур, які забезпечують цілеспрямоване й поопераційне впровадження різних видів педагогічних нововведень, що викликають позитивні зміни в традиційному педагогічному процесі, модернізують і трансформують його.

Ділова гра є формою інноваційних педагогічних технологій, яка передбачає моделювання діяльності фахівців щодо вирішення конкретних проблемних питань. Тобто здійснюється імітація професійної діяльності.

Стратегічна гра як різновид ділової гри направлена на вирішення проблемних питань стратегічного спрямування. Студенти моделюють можливі варіанти виходу з ситуації, спираючись на набуті теоретичні знання та практичні навички. Метою стратегічної гри є активізація креативного мислення студентів.

Стратегічна гра дає можливість об'єднати знання з різних теоретичних курсів та використовувати їх для пошуку оптимального рішення. Також проведення стратегічної гри акцентує увагу студента на «вузьких питаннях» у його підготовці, тобто темах, які не були достатньо опрацьовані під час навчання.

Сучасні педагогічні технології вимагають від викладача необхідності оцінки психологічного, емоційного стану кожного студента. Це дає можливість застосовувати індивідуальний підхід у навчанні.

Актуалізація теоретичної бази під час проведення стратегічної гри дає можливість викладачу здійснити оцінку рівня підготовки всієї групи та окремих студентів (визначити лідерів і аутсайдерів).

Алгоритм проведення стратегічної гри:

I етап – підготовчий: студентам для ознайомлення надається стратегічна ситуація, яка описує конкретні події; формулюються конкретні запитання до стратегічної ситуації;

II етап – проведення: студентам пропонується обрати свій варіант вирішення (розв'язання) стратегічної ситуації; із запропонованих студентами варіантів обирається найбільш наближений до реального; студентам повідомляється вихід із стратегічної ситуації, який було втілено у реальному житті;

III етап – оцінка: студенти заповнюють анкету, у якій проводиться оцінка проведеної стратегічної гри. Анкетування носить виключно анонімний і добровільний характер.

У таблиці 1 представлено розроблену анкету для оцінки стратегічної гри. Відповідь на питання анкети залучає студентів до процесу планування майбут-

ніх занять. Її метою є зробити заняття більш змістовними і цікавими.

Розглянемо для прикладу стратегічну гру «Стратегія – 1940р.», яку було проведено для студентів 5 курсу Київського університету туризму, економіки і права спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» в межах дисциплін «Стратегічний менеджмент в туріндустрії» і «Інноваційний менеджмент в туріндустрії». Чисельність студентів-учасників стратегічної гри – 32 особи.

Таблиця 1

Зразок анкети по оцінці стратегічної гри “ _____ ”

назва гри

**залікові кредити «Стратегічний менеджмент»,
«Інноваційний менеджмент»**

курс _____, група _____ дата _____

Шановний студенте!

З метою зробити для Вас викладання курсу більш цікавим і змістовним просимо відповісти на наступні питання

1.	Чи сподобалось Вам проведення стратегічної гри (необхідну відповідь відмітити знаком “+” або V)? Так _____, Ні _____
2.	Чи було для Вас цікавим проведення стратегічної гри (необхідну відповідь відмітити знаком “+” або V)? Так _____, Ні _____
3.	Чи була для Вас новою інформація, отримана під час проведення стратегічної гри (необхідну відповідь відмітити знаком “+” або V)? Так _____, Ні _____, Окремі фрагменти інформації були новими _____
4.	Чи хотіли би Ви в подальшому проводити стратегічні і ділові гри (необхідну відповідь відмітити знаком “+” або V)? Так _____, Ні _____
5.	Що б Ви хотіли покращити в процесі проведення стратегічної гри (зазначити стисло – максимум 4-5 речень).
6.	З якої тематики Ви би хотіли провести стратегічні і ділові гри в подальшому (зазначити не більше 3 тем)

Стратегічна гра «Стратегія – 1940р.»*. Зміст інформації, що надавалася студентам. Ви мабуть знаєте, що багато істориків звинувачують Й.Сталіна і радянське керівництво в тому, що їх неодноразово попереджали про початок Великої Вітчизняної Війни, але вони не застосували ефективну стратегію оборони.

Дійсно таких попереджень було багато, але ситуація виглядає значно складніше.

В 1940 р. Й.Сталін викликав майбутнього маршала Радянського Союзу, а в той час генерал-лейтенанта і начальника Головного розвідувального управління

* Інформація для проведення цієї стратегічної гри отримана з передачі «Военная тайна».

Робітничо-селянської червоної армії, Філіпа Івановича Голикова і дав йому завдання: через резидентури ГРУ посилити роботу щодо збору інформації про стратегію Гітлера. Філіп Іванович Голиков, крім збору звичайних агентурних даних, пішов і нетрадиційним шляхом.

Він доручив всім резидентурам ГРУ збирати інформацію про:

1. Світові ціни на овчину, оскільки вважалось безумством воювати в умовах російських морозів без зимового обмундирування. А для того, щоб одягнути багатомільйонну армію треба закупити мільйони тулупів. В свою чергу таке збільшення попиту призведе до підвищення цін.

2. Обсяги закупівлі продовольства та раціон харчування в німецькій армії. Адже, якщо проводити бойові дії в пустелі для здійснення марш-кидку треба багато пити та споживати багато овочів і фруктів; а за умов двадцятиградусного морозу потрібно їсти багато м'яса та картоплі, бажано смаженої.

3. Слідкувати за технічним оснащенням німецьких військ: чи зроблено відповідні закупівлі необхідних матеріалів, зокрема зимового мастила для техніки.

Через певний час Й.Сталін викликав Ф.І. Голикова і запитав його: чи має Німеччина стратегічні наміри нападати на Радянський Союз? І Філіп Іванович відповів: Німеччина не має стратегічних намірів нападати на Радянський Союз. Дивіться об'єктивно:

- Німеччина не має зимнього обмундирування і відповідні закупки не зроблені;
- Германські війська не переведені на зимові раціони харчування і відповідні закупки не зроблені;
- Війська не мають зимової змазки для обслуговування техніки.

Філіпу Івановичу доповіли, що Гітлер планує закінчити Східну кампанію до кінця жовтня. На це Філіп Іванович відповідає, а хіба в Німецькому генштабі не знають, що у нас вже в середині жовтня можуть бути морози під двадцять градусів. Тоді ще ніхто не знав про глобальне потепління і зими були не такі як зараз.

Тільки самогубець може воювати з Росією за таких умов. Голиков доповів Й. Сталіну, що Гітлер не має стратегії нападу на СРСР.

Здавалося за таких умов тільки божевільний може здійснити напад на Радянський Союз. А Гітлер все-таки напав. Пам'ятаєте кадри військової хроніки, які досить часто показують до Дня Перемоги, коли німецький солдат в лютий грудневий мороз іде під Москвою в осінній легкій шинелі та саморобних лаптях.

Питання для студентів. 1. В чому була стратегічна помилка Філіпа Івановича Голикова?

Правильна відповідь. 1. З погляду матеріаліста Філіп Іванович Голиков брехав стратегію абсолютно вірно, адже починати війну з Росією без зимового одягу було просто неможливо. Але він не врахував одну обставину. Вона полягає в тому, що Гітлер був представником переважно не матеріалістичної, а містичної свідомості. Він казав Гудеріану: «Наступайте, наступайте, а морози – це моя проблема». В Німеччині були створені містичні товариства “Туле” і “Ана-нербе”, за допомогою яких Гітлер намагався впливати на масову свідомість та

на природні явища і, в тому числі, впоратися з російськими морозами. Але, безумовно, такі дії не мали очікуваних результатів.

Питання для студентів. 2. Про що свідчить, з Вашої точки зору, результат цієї стратегічної гри?

Правильна відповідь. 2. Свідчить він про те, що в стратегічному менеджменті не буває дрібниць. Не врахування хоча б однієї обставини може призвести до помилковості всієї стратегії.

Представимо дані результатів анкетування, які було отримано при обробці відповідей студентів (табл. 2).

Таблиця 2

**Результати оцінки студентами стратегічної гри
«Стратегія – 1940 р.»**

№	Назва питання	Відповіді				
		Так		Ні		
		кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	
1.	Чи сподобалось Вам проведення стратегічної гри	28	87,5	4	12,5	
2.	Чи було для Вас цікавим проведення стратегічної гри	28	87,5	4	12,5	
3.	Чи була для Вас новою інформація, отримана під час проведення стратегічної гри	Так		Ні		Окремі фрагменти інформації були новими
		кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	
		16	50,0	2	6,3	
4.	Чи хотіли би Ви в подальшому проводити стратегічні і ділові гри	Так		Ні		
		кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	кільк. відп.	У % до заг. кіль. відп.	
		31	96,9	1	3,1	
5.	Що б Ви хотіли покращити в процесі проведення стратегічної гри	Поділити групу на підгрупи та давати різні завдання Більше вихідної інформації Більше питань для аудиторії Проблеми, які не потребують спеціальних знань				
6.	З якої тематики Ви би хотіли провести стратегічні і ділові гри в подальшому	сучасні проблеми; ведення підприємницької діяльності на прикладі великих сучасних компаній; економічна тематика: становище України; з історичної, професійної тематики, з історії України, туризму, психології, мистецтва, географії, політики; інновації в житті, мотивація; соціально-економічна тематика				

28 студентів (87,5%) з 32 (100%) дали позитивні відгуки щодо проведення стратегічної гри, тим самим визнали, що викладена ситуація їх зацікавила. Ін-

формація, що подавалася для опрацювання була новою для 16 студентів (50,0%), частково новою для 14 студентів (43,7%), 2 студента (6,3%) були добре ознайомлені із представленою ситуацією. 31 студент (96,9%) дав позитивну відповідь на питання щодо участі у проведенні стратегічних ігор в майбутньому.

Питання, які студенти вважають актуальними і пропонують для проведення стратегічних ігор: 1) ситуації, що відбувалися на конкретних (-ому) підприємствах (-ві) туристичної індустрії, та відповідають напряму підготовки студентів; 2) загальні аспекти економічних та політичних відносин в Україні та світі, фактори що їх зумовлюють; 3) ситуації, що розкривають психологічні мотиватори та рушійні сили, які «стоять» за відомими подіями (рішеннями); 4) ситуації, які відбуваються в сучасних великих компаніях; 5) події, пов'язані з історичною тематикою (зокрема, історією України), професійною тематикою, а також, психологією, мистецтвом, географією, політикою; 6) інновації в житті людини, її мотивація. Особливо, слід звернути увагу, на пошук ситуацій з нестандартними шляхами вирішення проблем. Саме це, на думку студентів, сприятиме активізації креативного мислення.

Для удосконалення процесу проведення стратегічних ігор з позиції студентів доцільно збільшити кількість ігор, що базуються на ситуаціях, які не потребують спеціальних знань.

Особливо актуальним є проведення стратегічної гри для студентів економічних спеціальностей, які в процесі навчання набувають навичок у прийнятті рішень. Наприклад, майбутні менеджери-економісти, орієнтуючись на значення, динаміку і взаємозв'язок факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, власний досвід, ринкові тенденції, приймають управлінські рішення, які повинні бути стратегічно орієнтованими. Стратегічне бачення всіх управлінських ланок підприємства повинно відповідати сучасним умовам і можливостям, враховувати довгостроковий результат, а не короткострокову вигоду. Проведення ділової стратегічної гри сприяє підвищенню мотивації студентів до навчання, розкриває нові аспекти теоретичної підготовки, розвиває креативне мислення, дає можливість формулювати, висловлювати та обґрунтовувати свою власну думку, створює навички роботи у команді. В процесі інноваційної підготовки спеціалістів здійснюється перехід від технологій навчання, орієнтованих на пріоритет знання й виконання конкретних навчальних завдань, до технологій, які орієнтовані на варіативність, індивідуально-творчі форми та методи підготовки фахівців. Різні інноваційні технології доповнюють одна одну, мають у своїй основі єдині підходи до організації навчання.

Завданням кожного навчального закладу є впровадження активних методів навчання у навчальний процес. Серед факторів, які обумовлюють ефективність застосування стратегічної гри як форми активного навчання є те що вона дозволяє підвищити у студентів: загальну підготовленість до управлінської діяльності, аналітичну обґрунтованість управлінської діяльності, комунікативну підготовленість до управління.

Висновки. Підводячи підсумки даної статті можна зазначити, що, з нашої точки зору, стратегічні ігри, як інструменти активізації інтелектуально-інноваційного потенціалу, мають цілий ряд суттєвих переваг. Зокрема, вони

дають змогу:

- розвинути креативні здібності студентів і посилити інтелектуально-творчий потенціал майбутніх фахівців;
- організувати змагання між гравцями за кращий інтелектуальний результат;
- максимально розкрити творчі здібності інтелектуальних гравців;
- зробити проведення занять більш цікавим та постійно утримувати увагу студентів;
- генерувати в процесі інтелектуального змагання нові ідеї, які в певній кількості випадків, відзначаються науковою новизною.