

3. *Востряков О.В.* Тренінгові технології як засіб формування знань та практичних компетенцій: досвід факультетів і кафедр : зб. матеріалів наук.-метод. конф. 3-4 лютого 2009 р. : у 2 т. / О.В. Востряков, О.М. Гребешкова. — Т. 2. — К.: КНЕУ, 2009. — С. 490—492.

4. *Євдокимова Н.О.* Психологічні особливості побудови освітнього простору майбутніх фахівців правничої спеціальності // Актуальні проблеми психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. / За ред. Максименка С.Д. — К.: Логос, 2007. — Т.7. — Вип. 12 — С. 74—76.

Н. Г. Голіонко,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» (м. Київ)

БІЗНЕС-ТРЕНІНГИ — МАЙБУТНЯ РЕАЛЬНІСТЬ СУЧАСНИХ СТУДЕНТІВ

На сучасному етапі розвитку суспільства інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) поширилися на усі сфери діяльності людей, стали його невід'ємною складовою. Освітні організації (школи, інститути, університети) також залучені у процес інформатизації та впроваджують інформаційні системи у навчальні процеси.

На думку Кевіна Келлі, майбутнє пов'язано з пошуком нових можливостей, а не вирішенням проблем. Разом з тим, можливості майбутнього пов'язані з сучасними студентами, їх розумінням нових правил мережевого суспільства та проактивної поведінки у ньому. Тому актуальним є підвищення гнучкості мислення студентів, їх підготовки до роботи з величезним обсягом інформації, віртуальної діяльності тощо, чому може посприяти проведення в межах освітніх програм бізнес-тренінгів.

Розуміючи бізнес-тренінг як вид навчання, метою якого є формування ділових навичок та вмій, для студентської аудиторії він є у першу чергу можливістю випробувати себе на вміння адаптуватися і проявляти творчі здібності при вирішенні «щоденних» проблем віртуального підприємства.

Сучасний бізнес тяжіє до тенденції перманентного навчання або «навчання протягом життя», що з роками має стати звичним явищем не тільки для провідних корпорацій, але й для переважної більшості невеликих фірм. Майбутнє таких підприємств

пов'язано з сучасними студентами, навички і уміння яких можна формувати за допомогою тренінгів.

Актуальним є завдання ретельного добору напрямів і видів бізнес-тренінгів, їх тривалості, визначення аспектів бізнесу, що розглядатимуться для окремих груп різних фахових спрямувань, складення переліку компетенцій учасників бізнес-тренінгів тощо.

Кращою ілюстрацією реальності інформаційного суспільства є дані комплексного звіту Центру стратегічних досліджень «Ентер» [1], згідно з якими останніми роками відбувається ріст електронної комерції у світі (у % до попереднього року): 2009 р. — 15 %, 2010 р. — 26 %, 2012 р. — 16 %, порівняно з одночасним зниженням темпів роздрібною торгівлі: 2009 р. — (-4 %), 2010 р. — 13 %, 2012 р. — 8 %. Обумовлені такі дані стрімким поширенням ІКТ та Інтернет, збільшенням інтернет-аудиторії (у 2012 р. — 2,2 млрд осіб [2]) у цілому та виходом в он-лайн великих роздрібних продавців. За прогнозами триватиме зростання частки електронної комерції, новим трендом у світі може стати розвиток мобільної комерції. Також розвиватимуться і інші сфери електронного бізнесу: інтернет-банкінг, дистанційне навчання, інтернет-консалтинг, інші.

В таких умовах доцільною буде актуалізація пошуку нових методів, інструментів ефективної діяльності у динамічному середовищі, осучасненні кваліфікаційних вимог до персоналу підприємств. Підтвердженням такої тенденції є зміни у потребах компаній щодо знань і вмій персоналу. Нові умови передбачають набуття останніми навичок в управлінні інформацією, управлінні знаннями, управлінні ефективністю та управлінні компетентністю [3]. Задовольнити такі вимоги можливо у бізнес-тренінгах, які дозволять систематизувати та упорядкувати набуті знання, підвищити кваліфікацію майбутніх спеціалістів підприємств і подолати розрив між знаннями і компетенціями випускників ВНЗ і вимогами до них в умовах реального бізнес-середовища, про який зазначають науковці.

Література

1. Центр стратегических исследований «Энтер» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.enter.ru>
2. GfK Ukraine: маркетингові та соціальні дослідження [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.gfk.ua>
3. Оверченко В. Ф. Корпоративное обучение: дистанционное или в классе под руководством преподавателя? // Информационное общество. — 2005. — № 4. — С. 36—42.