

Сергій МАМИЧЕНКО,
 orcid.org/0000-0001-6375-7471
 аспірант кафедри педагогіки

Луганського національного університету імені Тараса Шевченка
 (Старобільськ, Луганська область, Україна) mamychenko10@i.ua

КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ СФОРМОВАНOSTІ КУЛЬТУРИ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

У дослідженні обґрунтовано критерії та показники сформованості культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування. Наголошується, що формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців – складний і тривалий процес, який включає в себе різні змістові та структурні компоненти.

Аналіз публікацій із цієї проблеми і систематизація даних дозволили з'ясувати, що культура конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування може виявлятися на трьох рівнях: низький, середній, високий. Оцінювати ступінь сформованості культури конкурентних відносин можна з урахуванням чотирьох базових показників: знань, умінь, професійно важливих особистісних якостей, ціннісних орієнтацій: 1) знання (поняття і правила культури конкурентних відносин, норми професійної культури, правила конкурентної поведінки і типи взаємодії в умовах конкуренції); 2) вміння (організаційно-прогностичні вміння планувати професійну діяльність і прогнозувати її результат; практико-перетворюючі вміння відтворювати ефективні способи конкурентної взаємодії й обирати стратегію взаємодії; контрольно-аналітичні вміння аналізувати результати конкурентної взаємодії, вміти порівнювати і виявляти недоліки, коригувати конкурентну поведінку); 3) професійно-важливі особистісні якості (тактовність, конкурентоспроможність, доброзичливість, вміння співпереживати, толерантність, товариськість, лідерські якості, емпатія, прагнення до успіху, лабільність); 4) ціннісні орієнтації (професійна культура, культура конкурентних відносин, добросовісна конкуренція, клієнтоорієнтована культура, моральні цінності, економіка, особистість професіонала).

Методи і типи завдань для оцінювання сформованості показників культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування базувалися на таких прикладах: 1) методи (експеримент, метод експертних оцінок, аналіз продуктів діяльності, статистичні методи, методи опитування, самооцінювання); 2) типологія завдань (проаналізувати й інтерпретувати конкурентну ситуацію; вибрати і спроектувати стратегію взаємодії; програти в діловій грі конкурентну ситуацію; обґрунтувати вибір методів, способів конкурентної взаємодії; оцінити ситуацію конкурентного спілкування між іншими студентами; знайти способи підвищення ефективності конкурентних відносин).

У висновках наголошується, що бізнес-адміністрування – це мистецтво управління бізнесом в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища. Професійний портрет фахівця з бізнес-адміністрування формується крізь призму знань у галузі економіки та менеджменту. Фахівці з бізнес-адміністрування потребують спеціалізованих знань і специфічних управлінських навичок з окремих функціональних напрямів підприємницької діяльності та бізнесу. Саме тому культура конкурентних відносин фахівця з бізнес-адміністрування забезпечує досягнення економічних цілей оптимальними й етично прийнятними засобами через ефективну співпрацю та сумлінне суперництво в умовах конкуренції. Визначені у дослідженні критерії та показники сформованості культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування є основою для здійснення подальшої експериментальної роботи.

Ключові слова: студенти, культура конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування, знання, вміння, професійно важливі особистісні якості, ціннісні орієнтації, критерії та показники сформованості культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування.

Sergii MAMYCHENKO,
 orcid.org/0000-0001-6375-7471

Graduate Student at the Department of Pedagogy
 Luhansk National Taras Shevchenko University
 (Starobilsk, Luhansk region, Ukraine) mamychenko10@i.ua

CRITERIA AND INDICATORS OF FORMATION OF THE CULTURE OF COMPETITIVE RELATIONS IN THE FUTURE BUSINESS ADMINISTRATION SPECIALISTS

The study substantiates the criteria and indicators of the formation of a culture of competitive relations in future professionals in business administration. It is emphasized that the formation of a culture of competitive relations in future professionals is a complex and long process, which includes various semantic and structural components.

Analysis of publications on this issue and systematization of data revealed that the culture of competitive relations in future professionals in business administration can be manifested at three levels: low, medium, high. It is possible to estimate the degree of formation of the culture of competitive relations on the basis of four basic indicators – knowledge, skills, professionally important personal qualities, value orientations. Namely: 1) knowledge (concepts and rules of culture of competitive relations, norms of professional culture, rules of competitive behavior and types of interaction in conditions of competition); 2) skills (organizational and prognostic skills to plan professional activities and predict its outcome; practical and transformative skills to reproduce effective ways of competitive interaction and choose the strategy of interaction; control and analytical skills to analyze the results of competitive interaction, be able to compare and identify shortcomings, correct competitive behavior); 3) professionally important personal qualities (tact, competitiveness, friendliness, empathy, tolerance, camaraderie, leadership qualities, empathy, desire for success, lability); 4) value orientations (professional culture, culture of competitive relations, fair competition, customer-oriented culture, moral values, economics, professional personality).

Methods and types of tasks for assessing the formation of indicators of the culture of competitive relations in future specialists in business administration were based on the following examples: 1) methods (experiment, method of expert evaluations, analysis of products, statistical methods, survey methods, self-evaluation); 2) typology of tasks (analyze and interpret the competitive situation; choose and design a strategy of interaction; lose the competitive situation in a business game; justify the choice of methods, ways of competitive interaction; assess the situation of competitive communication between other students; find ways to improve competitive relations). The conclusions emphasize that business administration is the art of business management in an unstable competitive business environment.

The professional portrait of a business administration specialist is formed through the prism of knowledge in the field of economics and management. Business administration specialists need specialized knowledge and specific management skills in certain functional areas of business and business. That is why the culture of competitive relations of a business administration specialist ensures the achievement of economic goals by optimal and ethically acceptable means through effective cooperation and fair competition in a competitive environment. The criteria and indicators of the formation of the culture of competitive relations in future business administration specialists identified in the study are the basis for further experimental work.

Key words: *students, culture of competitive relations in future specialists in business administration, knowledge, skills, professionally important personal qualities, value orientations, criteria and indicators of formation of culture of competitive relations in future specialists in business administration.*

Постановка проблеми. Сучасна вища освіта України переживає процес реформування, який полягає у реалізації євроінтеграції, пошуці інноваційних підходів у навчанні, створенні нових можливостей для реалізації самоосвіти та самовдосконалення. Зокрема, проблема формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування нині є дуже актуальною, оскільки інноваційні процеси, що відбуваються в економіці, висувають серйозні вимоги до підготовки майбутнього фахівця з бізнес-адміністрування. Формування культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців – складний і тривалий процес, який включає в себе різні змістові та структурні компоненти.

Аналіз досліджень. Дослідженню питань конкурентоспроможності та культури конкурентних відносин присвятили свої праці В. В. Дядичев, К. В. Чуніхіна, С. О. Цимбалюк, О. А. Грішнова, Р. А. Фатхундінов, С. І. Сотнікова, М. В. Семікіна, О. О. Смірнов, В. М. Лазарев, Д. П. Богиня, Л. С. Лісогор, Л. І. Безтелесна, К. О. Болдирев, Н. А. Іваннікова, Н. В. Коленда, Л. Б. Владікіна, Л. Міляєва, О. Марцінковська, М. В. Лапа, Н. М. Заярна, Л. П. Калініченко та інші.

Аналіз наукових джерел доводить, що нині бракує робіт щодо узагальнення критеріїв і показників сформованості культури конкурентних від-

носин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування.

Мета статті полягає в обґрунтуванні критеріїв і показників сформованості культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування.

Виклад основного матеріалу. У педагогічній літературі «критерій» – це ознака, на підставі якої проводиться оцінка, визначення або класифікація чого-небудь або міра судження, оцінки якогонебудь явища (Коджаспирова, Коджаспиров, 2005: 67). З огляду на це визначення і авторські результати дослідження вважаємо, що в якості базового критерію виступає рівень сформованості культури конкурентних відносин, який ми визначаємо з урахуванням чотирьох основних показників: знання, вміння, професійно-важливі особистісні якості, ціннісні орієнтації:

1) знання (поняття і правила культури конкурентних відносин, норми професійної культури, правила конкурентної поведінки і типи взаємодії в умовах конкуренції);

2) вміння (організаційно-прогностичні вміння планувати професійну діяльність і прогнозувати її результат; практико-перетворюючі вміння відтворювати ефективні способи конкурентної взаємодії й обирати стратегію взаємодії; контрольано-аналітичні вміння аналізувати результати конкурентної

взаємодії, вміння порівнювати і виявляти недоліки, коригувати конкурентну поведінку);

3) професійно-важливі особистісні якості (тактовність, конкурентоспроможність, доброзичливість, вміння співпереживати, толерантність, товариськість, лідерські якості, емпатія, прагнення до успіху, лабільність);

4) ціннісні орієнтації (професійна культура, культура конкурентних відносин, добросовісна конкуренція, клієнтоорієнтована культура, моральні цінності, економіка, особистість професіонала).

Кожен із перерахованих показників має свій рівень, який «представляє ступінь величини, розвитку, значущості чого-небудь» (Ожегов, 2015: 837). Аналіз публікацій із цієї проблеми і систематизація даних дозволили з'ясувати, що культура конкурентних відносин може виявлятися на трьох рівнях: низький, середній, високий. Перш ніж переходити до характеристики рівнів, хотілося б зазначити, що майбутні фахівці з бізнес-адміністрування протягом життя, пройшовши навчання в закладах дошкільної та середньої освіти, а також засвоївши досвід взаємодії в сім'ї, вже мають деякі уявлення про конкурентні відносини. Тому не можна сказати, що формування культури ми будемо починати з нульової позначки.

Ми вважаємо, що найнижчим рівнем сформованості культури конкурентних відносин буде низький. Мається на увазі, що уявлення про культуру конкурентних відносин сформовані неповно, переважає побутова думка, студент не мотивований на формування і розвиток культури конкурентних відносин. Другий рівень (середній) у найбільш загальних характеристиках виражається в тому, що культура конкурентних відносин сформована фрагментарно, немає цілісного поняття цього явища, у студента нестійка мотивація на розвиток такого виду культури. Підсумковим є високий рівень, де культура конкурентних відносин самостійно виявляється в різних ситуаціях (у побуті, в спілкуванні з одногрупниками, у професійній взаємодії), виявляється стійка мотивація на розвиток цього виду культури.

Як ми вказували раніше, оцінювати ступінь сформованості культури конкурентних відносин ми будемо з огляду на чотири базові показники – знання, вміння, професійно-важливі особистісні якості, ціннісні орієнтації. Аналіз літератури дозволяє виділити певні рівні їх вияву. Першими розглянемо різнорівневі вияви показника «знання»:

1) низький рівень (у студента не сформована необхідна система знань про конкуренцію і куль-

туру конкурентних відносин; він не повністю оперує поняттями або взагалі не володіє ними, не усвідомлює значення сформованої культури конкурентних відносин для ефективної професійної діяльності, не знає стратегій ефективної конкурентної взаємодії);

2) середній рівень (студент володіє основами знань про конкуренцію і культуру конкурентних відносин, у нього сформований базовий понятійний апарат, він має уявлення про ефективні стратегії і принципи конкурентних відносин, розуміє значення сформованої культури конкурентних відносин);

3) високий рівень (у студента сформовано розуміння сутності і структурних особливостей культури конкурентних відносин, він володіє понятійним апаратом, знає ефективні стратегії конкуренції та принципи добросовісних конкурентних відносин, а також способи розвитку культури конкурентних відносин, зміст професійної етики фахівця на підприємстві).

Оцінка сформованості знань культури конкурентних відносин відбувалася з використанням певних методів і типів завдань. До головних методів належить спостереження, констатуючий експеримент, метод експертних оцінок, методи опитування, використання модульно-рейтингової технології, бесіда, педагогічний аналіз результатів, тестування. Типологія завдань базувалася на використанні таких варіантів: дати визначення поняттю «конкуренція», розповісти про види конкуренції, виділити критерії і принципи ефективних конкурентних відносин; розповісти про можливі стратегії конкурентної взаємодії; вказати методи і прийоми емоційного контролю тощо.

Другим розглянемо показник, що характеризує вміння, які складають основу культури конкурентних відносин. Характеристика рівнів сформованості вмінь передбачає наявність таких рівнів:

1) низький (студент слабо володіє базовим умінням щодо вибудовування конкурентних відносин, у нього процеси рефлексії і емпатії розвинені фрагментарно; поведінка студента практично не орієнтована на дотримання норм професійної етики, він допускає серйозні помилки під час конкурентної взаємодії, неадекватно реагує на результати конкурентної взаємодії і інтерпретацію педагогічної діагностики);

2) середній (студент фрагментарно володіє вміннями вибудовування конкурентних відносин; він вважає за краще використовувати репродуктивні способи, стратегії, принципи конкурентної взаємодії, не орієнтовані на творчий підхід, хоча в поведінці загалом дотримується норми профе-

сійної етики; студент здатний адекватно інтерпретувати результати педагогічної діагностики);

3) високий (студент володіє вмінням вибудовувати ефективні стратегії конкурентних відносин і застосовувати принципи добросовісної конкуренції; він знає способи розвитку культури конкурентних відносин і вміє їх застосовувати, використовує продуктивний підхід, дотримується норм професійної етики; адекватно інтерпретує результати педагогічної діагностики).

Методи і типи завдань для оцінювання сформованості вмінь базувалися на таких прикладах: 1) методи (експеримент, метод експертних оцінок, аналіз продуктів діяльності, статистичні методи, методи опитування, самооцінювання); 2) типологія завдань (проаналізувати й інтерпретувати конкурентну ситуацію; вибрати і спроектувати стратегію взаємодії; програти в діловій грі конкурентну ситуацію; обґрунтувати вибір методів, способів конкурентної взаємодії; оцінити ситуацію конкурентного спілкування між іншими студентами; знайти способи підвищення ефективності конкурентних відносин).

Третім показником, який характеризує рівень сформованості культури конкурентних відносин, є професійно важливі особистісні якості (далі – ПВОЯ). Перед тим, як переходити до опису рівнів, перерахуємо їх. Це конкурентоспроможність, вмотивованість на успіх, інтелектуальна лабільність, толерантність, комунікабельність.

Зупинимось детальніше на визначених ПВОЯ. *Конкурентоспроможність*. Аналіз різних досліджень дозволяє констатувати, що студент із розвитим рівнем конкурентоспроможності має виражену позитивну професійну мотивацію, чіткі цілі; він раціоналістичний, відповідальний, комунікабельний, легко сходиться з новими людьми, швидко адаптується в нових ситуаціях, виявляє чітке прагнення до безперервного росту своєї компетентності. Для нього характерна здатність аналізувати негативні результати; сильні пізнавальні мотиви; виконувана діяльність цікава сама по собі. Він працьовитий, працездатний, виявляє прагнення до досягнень; яскраво виражені вміння, орієнтовані на нестандартність прийнятих рішень, здатність до творчої діяльності. Студент виявляє риси лідера, незалежний, здатний приймати самостійні рішення; володіє собою, стабільна регуляція тривожності виявляється в контролі негативних емоцій в умовах емоційно напруженої обстановки. Його високі показники мобільності і гнучкості мислення виявляються в швидкій реакції на зміни ситуації і підборі необхідних тактик.

На думку Г. М. Мороза, конкурентоспроможного майбутнього фахівця потрібно розглядати не тільки як продукт навчального закладу, а і як особистість, яка має певні якості, може досягти високих результатів у своїй діяльності та внести свої новітні технології в досягнення тієї організації, де вона працює. Такі фахівці мають прагнути до безперервного підвищення професійної майстерності та володіти високою адаптаційною й професійною мобільністю; бути спроможними до створення й використання високих технологій; мати сформовані міцні моральні засади, культуру, відповідальність; бути готовими до постійних змін громадських відносин (Мороз, 2018: 160).

Прагнення до успіху. Людина, яка прагне до професійного росту й до формування професійної культури, має певну мету і мотиви. Щоб домогтися конкурентних переваг у професійній сфері, такими цілями і мотивами можуть бути бажання домогтися успіху у трудовій діяльності, отримати визнання оточуючих.

На нашу думку, поняття «конкурентні відносини» пов'язане з поняттям «успіх», тому що в процесі конкуренції людина або досягає успіху, або програє. Аналіз джерел показав, що успіх у навчальній та трудовій діяльності як центральний складник конкурентоспроможності пов'язаний зі здатністю чітко ставити цілі, досягати їх у окреслені терміни, застосовувати адекватні методи і засоби.

М. А. Кузнецов і Н. В. Підбуцька вказують на те, що стимулом до інтенсифікації діяльності можуть стати і бажання досягти успіху, і страх перед невдачею. Але, на думку авторів, мотивація успіху носить пріоритетний позитивний характер (Кузнецов, Підбуцька, 2013: 77). Ми вважаємо, що поняття «мотив успіху» має низку компонентів, які уточнюють його сутність: 1) успіх є характеристикою якості діяльності й передбачає максимальну відповідність результату і мети; 2) успіх як соціальне явище характеризується такими показниками як визнання і схвалення, він є механізмом розкриття творчого потенціалу та самореалізації; 3) це поняття застосовується в разі досягнення в будь-якому особливому виді діяльності, де людина досягає успіху, реалізує себе і робить це краще за інших; 4) успіх – це досягнення, визнане соціальною спільнотою, виходячи з соціально схвалюваних стандартів.

Таким чином, прагнення до успіху характеризує спрямованість особистості студента, яка виявляється в потребі самоактуалізації й саморозвитку, ступені впевненості та наполегливості в досягненні мети, позитивному ставленні до майбутньої професійної діяльності.

Інтелектуальна лабільність. Визначену якість фахівця дослідники вважають важливим показником, що визначає рівень здатності до навчання, перенавчання, зміни видів діяльності, пов'язаних із навичками засвоєння інформації і зі здатністю конкурувати і здобувати перемогу.

Сучасні фахівці з бізнес-адміністрування взаємодіють із постійно зростаючим потоком інформації; вони поставлені в ситуацію необхідності регулярно приймати найбільш вигідні (оптимальні) рішення, аналізувати, виділяти істотне, робити раціональні висновки. Здатність швидко і продуктивно мислити стає однією з найбільш значущих для фахівця, що працює в нестабільних ринкових умовах.

У психологічному словнику зазначено, що «лабільність» походить від латинського “*labilis*”, що в перекладі означає «ковзний», «нестійкий». У диференціальній психології «лабільність» – це здатність до перемикання уваги, вміння швидко переходити від рішення одних завдань на виконання інших, не допускаючи помилок (Ильин, 2011: 135). Н. Шайда і О Шайда констатують, що інтелектуальна лабільність вимірює здатність до перемикання уваги, вміння швидко переходити з вирішення одних завдань на виконання інших, не допускаючи при цьому помилок (Шайда, Шайда, 2016: 227).

Слід підкреслити, що в цьому дослідженні ми виходили з уявлення про інтелект як потенційну здатність, яка може актуалізуватися в розумових процесах, надаючи їм особливу якість, що виявляється в простоті, ефективності, оптимальності використовуваних методів для досягнення поставленої мети, впливаючи на успішність адаптації та діяльності.

Толерантність. У перекладі з латинської мови “*tolerantia*” – «терпіння». Процес ефективних конкурентних відносин передбачає вияв терпіння до іншої (конкуруючої) сторони, контроль емоцій, що створює можливість для конструктивної взаємодії. У педагогічному словнику толерантність визначається як відсутність або ослаблення реагування на будь-який несприятливий фактор у результаті зниження чутливості до його впливу; здатність людини протистояти різного роду труднощам без втрати психологічної адаптації (Коджаспирова, Коджаспиров, 2005: 151).

За аналізом А. В. Пфлюгер, толерантність як особистісна характеристика актуалізується когнітивним і емоційним компонентами, що виявляються в поведінці, і включає прийняття себе, прийняття інших, внутрішній контроль, емоційний комфорт, нервово-психічну стійкість. Емоційний

компонент визначається динамікою емоційних переживань, які є суб'єктивними індикаторами ефективності процесу адаптації і характеризуються емоційним комфортом, доброзичливістю, задоволенням, емоційною гнучкістю, психологічною стійкістю.

Відомо, що нетерпимість багато в чому зумовлена особистісними стереотипами, негативними установками міжособистісного оцінювання. Когнітивний компонент толерантності характеризується здатністю до пізнання себе, системою знань про етичні норми та моральні правила доброзичливої взаємодії між людьми. Поведінковий компонент толерантності виявляється у процесі практичного оволодіння навичками толерантного ставлення і залежить від рівня сформованості попередніх компонентів.

Толерантність є неодмінною умовою успішної адаптації, без якої посилюється «прагнення підігнати партнера під себе», неприйняття себе та інших. Також вона є важливою професійною рисою для майбутнього фахівця, коли у майбутній професійній діяльності йому знадобляться відповідні навички для розвитку діалогу і вирішення конфліктів, потрібно буде творчо підходити до розв'язання проблем, стикатись із культурним різноманіттям, і створювати умови для визнання відмінностей і їх вияву в житті клієнта (Пфлюгер, 2015: 125–127).

Комунікабельність. Оскільки проблема нашого дослідження пов'язана з конкурентними відносинами, то ця риса буде сприяти створенню ефективних конкурентних стратегій.

Слід зазначити, що комунікабельність є особливо важливою для професій типу «людина-люди», які засновані на постійній інтерперсональній взаємодії, відбуваються за допомогою вербальних і невербальних засобів спілкування. Я. Л. Коломінський, визначаючи спілкування як взаємодію між людьми, в процесі якої реалізуються, виявляються та формуються їхні міжособистісні стосунки, вказує, що спілкування має зовнішню (ту, яку можна побачити) та внутрішню (ту, яку не можливо побачити) частини. Побачити можна серію мовних і немовних дій, а внутрішня частина – все те, що «змушує людей спілкуватися, заради чого вони це роблять» (Коломінський, 1974: 7). Цю невидиму частину складають комунікативні потреби особистості. Оскільки саме в діяльності, спрямованій на задоволення потреб, розвиваються здібності людей, логічним є висновок, що особистість у процесі спілкування удосконалюється.

Під розвитком комунікабельності у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування ми розуміємо

процес якісних і кількісних змін знань, комунікативних умінь, ціннісних орієнтацій, які сприяють вдосконаленню особистості. Дотримуючись ідей системного, компетентнісного і діяльнісно-культурологічного підходів, ми сприймаємо студента як суб'єкта навчально-професійної діяльності та як суб'єкта власного розвитку, в тому числі і комунікативного.

Характеристика рівнів сформованості професійно важливих особистісних якостей, включених у культуру конкурентних відносин майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування: 1) низький (у студента ПВОЯ практично не виявляються в конкурентних відносинах, що виражається у прагненні уникати невдачі, безініціативності, вияві дезорганізації, запальності, некоректної поведінки); 2) середній (ПВОЯ у студента виявляються фрагментарно, що вимагає підтримки від компетентних педагогів або інших студентів); 3) високий (студент регулярно і систематично виявляє ПВОЯ, що сприяє розбудові добросовісних конкурентних відносин, підвищенню адаптивності, безконфліктності та конкурентоспроможності).

Змістовна основа методів і типів завдань для оцінки сформованості ПВОЯ, що є елементом культури конкурентних відносин майбутніх фахівців з бізнес адміністрування, базується на використанні таких інструментів:

1) методи (тестування, експеримент, метод експертних оцінок, аналіз продуктів діяльності, статистичні методи, методи опитування, самооцінювання);

2) типологія завдань (визначити ступінь розвиненості особистісних якостей у себе та в інших студентів у групі; виконати завдання під час ділової, рольової, імітаційної ігор; вирішити проблемну ситуацію; провести рефлексивний аналіз завдання й проблемної ситуації; визначити значимі для фахівця з бізнес-адміністрування цінності).

Четвертий показник – «*ціннісні орієнтації*» ми розглядаємо як «вибіркове ставлення людини до матеріальних і духовних цінностей, систему її установок, переконань, переваг, виражену у свідомості і поведінці» (Коджаспирова, Коджаспиров, 2005: 164). Для фахівця, який бере участь у конкурентній взаємодії, ціннісні орієнтації повинні бути спрямовані на особистість взаємодії суб'єкта, норми добросовісної конкуренції, етику професійної взаємодії.

Характеристика рівнів сформованості ціннісних орієнтацій визначена на основі таких рівнів: 1) низького (для студента характерно недостатнє інформування про цінності або неадекватне ставлення до них; він не дотримуються норм добро-

совісної конкуренції та професійної етики, переважає пріоритетне значення особистих потреб на шкоду потребам конкуруючої людини або групи людей; студент може здійснювати неадекватні вчинки); 2) середнього (студент має фрагментарну поінформованість про цінності, він орієнтований на норми добросовісної конкуренції та професійної етики, враховує інтереси конкуруючої сторони; його діяльність базується на окремих ціннісних орієнтаціях, тому потребує підтримки і контролю компетентних педагогів); 3) високого (студент має структуровані знання про цінності, в стосунках він систематично дотримується принципів добросовісної конкуренції та професійної етики, поважає особистість конкурента і демонструє це; його поведінка адекватна, він здатний контролювати себе і допомагати оточуючим людям).

Методи і типи завдань оцінювання сформованості ціннісних орієнтацій у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування: 1) методи (тестування, експеримент, метод експертних оцінок, аналіз продуктів діяльності, статистичні методи, методи опитування, самооцінювання); 2) типологія завдань (виконати завдання з ділової, рольової, імітаційної ігор, вирішити проблемну ситуацію; провести ціннісний аналіз результатів гри і проблемної ситуації; сформулювати основні принципи і способи реалізації конкурентної стратегії поведінки з урахуванням ціннісних орієнтацій; проаналізувати свою конкурентну поведінку й поведінку інших студентів з урахуванням ціннісних орієнтацій; запропонувати способи оптимізації конкурентних відносин).

Висновки. Таким чином, бізнес-адміністрування – це мистецтво управління бізнесом в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища. Професійний портрет фахівця з бізнес-адміністрування формується крізь призму знань у галузі економіки та менеджменту. Фахівці з бізнес-адміністрування потребують спеціалізованих знань і специфічних управлінських навичок з окремих функціональних напрямів підприємницької діяльності та бізнесу. Саме тому культура конкурентних відносин фахівця з бізнес-адміністрування забезпечує досягнення економічних цілей оптимальними й етично прийнятними засобами через ефективну співпрацю та сумлінне суперництво в умовах конкуренції.

Аналіз публікацій із цієї проблеми і систематизація даних дозволили з'ясувати, що культура конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування може виявлятися на трьох рівнях: низький, середній, високий. Оцінювати ступінь сформованості культури конкурент-

них відносин можна, виходячи з чотирьох базових показників – знань, умінь, професійно важливих особистісних якостей, ціннісних орієнтацій. Визначені у дослідженні критерії та показники сформованості культури конкурентних відносин у майбутніх фахівців з бізнес-адміністрування є основою для здійснення подальшої експериментальної роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ильин Е. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб : Питер, 2011. 432 с.
2. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь. М. : Издательский центр «Академия», 2005. 176 с
3. Коломинский Я. Л. Психология общения. М. : Знание, 1974. 96 с.
4. Кузнецов М. А., Підбуцька Н. В. Професійне становлення особистості як суб'єкта діяльності: результати теоретичного дослідження. *Наукові записки. Серія «Психологія і педагогіка»*. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. Вип. 25. С. 75–80.
5. Мороз Г. М. Сутність поняття «конкурентоспроможність фахівця» як умови його успіху на ринку праці. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2018. Вип. 58–59. С. 156–161.
6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. 100 000 слов, терминов и выражений. Серия «Новые словари». М. : Мир и Образование, 2015. 1376 с.
7. Пфлюгер А. В. Толерантність як перцептивна готовність особистості. Актуальні проблеми психології. 2015. Т. 6., Вип. 10. С. 122–130.
8. Шайда Н., Шайда О. Дослідження професійного мислення майбутніх вчителів гуманітарного профілю. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Психологічні науки*. 2016. № 1. С. 224–229.

REFERENCES

1. Il'in E. P. Differencial'naja psihologija professional'noj dejatel'nosti [Differential Psychology of Professional Activities]. SPb : Piter, 2011. 432 s. [in Russian].
2. Kodzhaspirova G. M., Kodzhaspirov A. Ju. Pedagogicheskij slovar' [Pedagogical dictionary]. M. : Izdatel'skij centr "Akademija", 2005. 176 s. [in Russian].
3. Kolominskij Ja. L. Psihologija obshhenija [Psychology of communication]. M. : Znanie, 1974. 96 s. [in Russian].
4. Kuznietsov M. A., Pidbut'ska N. V. Profesiine stanovlennia osobystosti yak subiekta diialnosti: rezultaty teoretychnoho doslidzhennia [Professional development of the individual as a subject of activity: the results of theoretical research]. *Naukovi zapysky. Serija "Psihologhiia i pedahohika"*. Ostroh : Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia", 2013. Vyp. 25. S. 75–80 [in Ukrainian].
5. Moroz H. M. Sutnist poniattia "konkurentospromozhnist fakhivtsia" yak umovy yoho uspikhu na rynku pratsi [The essence of the concept of "competitiveness of the specialist" as a condition for his success in the labor market]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh*. 2018. Vyp. 58–59. S. 156–161 [in Ukrainian].
6. Ozhegov S. I. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. 100 000 slov, terminov i vyrazhenij [Explanatory dictionary of the Russian language. 100,000 words, terms and phrases]. Serija "Novye slovary". M. : Mir i Obrazovanie, 2015. 1376 s. [in Russian].
7. Pfluher A. V. Tolerantnist yak pertseptyvna hotovnist osobystosti [Tolerance as a perceptual readiness of the individual]. *Aktualni problemy psykholohii*. 2015. T. 6., Vyp. 10. S. 122–130 [in Ukrainian].
8. Shaيدا N., Shaيدا O. Doslidzhennia profesiinoho myslennia maibutnikh vchyteliv humanitarnoho profilu [Research of professional thinking of future teachers of the humanities]. *Naukovyi visnyk Mykolaiivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlinskoho. Serija: Psykholohichni nauky*. 2016. № 1. S. 224–229 [in Ukrainian].