

УДК 330.1, 330.3, 37.005.31

МЕТОДЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ
METHODS OF PREPARING FUTURE MANAGERS
METODE DE PREGĂTIRE A VIITORILOR MANAGERI

*БЛАГОРАЗУМНАЯ Ольга, кандидат экономических наук, доцент,
Международный Независимый Университет Молдовы, Кишинэу*

*BLAGORAZUMNAYA Olga, PhD,
Free International University of Moldova, Chisinau*

*BLAGORAZUMNAIA Olga, doctor în științe economice, conferențiar universitar,
Universitatea Liberă Internațională din Moldova, Chișinău*

***Аннотация:** в данной статье описаны методы повышения качества подготовки менеджеров с использованием деловых игр. Использование деловых игр в учебном процессе позволяет научить студентов работать с информацией и принимать управленческие решения в условиях, приближенных к реальной ситуации. На примере деловой игры «Рынок» были показаны достоинства подготовки менеджеров с помощью активных методов обучения.*

***Annotation:** This article describes methods for improving the quality of training managers using business games. The use of business games in the learning process allows students to learn how to work with information and make managerial decisions in conditions close to the real situation. On the example of the business game "Market" were shown the merits of training managers with the help of active teaching methods.*

***Adnotare:** Acest articol descrie metodele de îmbunătățire a calității formării managerilor prin utilizarea jocurilor de afaceri. Utilizarea jocurilor de afaceri în procesul de învățare le permite studenților să învețe cum să lucreze cu informațiile și să ia decizii manageriale în condiții apropiate de cele reale. Pe exemplul jocului de afaceri "Piața" sunt arătate prioritățile formării managerilor cu ajutorul metodelor active de predare.*

***Ключевые слова:** деловая игра, управленческие ситуации, менеджер.*

***Keywords:** business game, managerial situations, manager.*

***Cuvinte-cheie:** joc de afaceri, situație managerială, manager.*

Введение

В современной бизнес-среде важную роль играют менеджеры как организаторы всего бизнес-процесса. Поэтому особое внимание необходимо уделять подготовке будущих менеджеров. Условия бизнес-среды непрерывно меняются и усложняются и в связи с этим необходимо соблюдать соответствие форм подготовки будущих менеджеров и требований к их профессиональной квалификации. Для эффективной деятельности современному менеджеру уже недостаточны личностные качества и наличие опыта работы. Необходимы знания, умения и практическое применение основ предпринимательства, различных видов менеджмента у будущих руководителей. Приобретению знаний в области предпринимательства и менеджмента, повышению качества подготовки менеджеров помогает использование в учебном процессе активных методов обучения (АМО).

Материалы и методы исследования

При написании данной статьи использовались следующие методы исследования: теоретический анализ и обобщение научной литературы по методам активного обучения, системный анализ, метод сравнительного социологического анализа, метод анкетирования, метод имитационного моделирования.

Результаты и обсуждения

Понятие «активное обучение» появилось как альтернатива традиционным методам обучения. С помощью АМО студенты активно включаются в образовательный процесс, знания получают и используют в игровой форме.

Деловые игры (ДИ) являются разновидностью активных методов обучения. Они достаточно широко внедрялись в общественную и управленческую деятельность, образовательном процессе, что подтверждается многочисленными научными публикациями. Основы конструирования и методики использования деловых игр описаны такими авторами как: Арутюнова Ю.С., Бирштейн М.М. [1], Борисовой Н.В., Буркова В.Н., Вербицкого А.А. и др.

Деловые игры качественно изменяют содержание, методы и организационные формы обучения. Они способствуют не только раскрытию и развитию познавательных способностей студентов, но и ориентируют на формирование практических навыков и опыта. Например, при проведении ролевых игр по управлению предприятием в рыночных условиях (деловая игра «Рынок») развиваются навыки принятия менеджерами комплексных управленческих решений.

При моделировании будущей профессиональной деятельности в качестве менеджера в деловых играх изначально необходимо закладывать принципы моделирования и проблемности.

На осмысление и усвоение учебного материала с помощью деловых игр влияют следующие факторы:

- 1) мотивационный фактор, который проявляется в положительном отношении студентов к данному методу проведения занятий,
- 2) эмоциональный фактор способствует процессу ознакомления с материалом через эмоции и чувства,
- 3) соревновательный фактор, при котором полученная информация быстро перерабатывается в процессе активного мышления,
- 4) фактор запоминания, который способствует лучшему усвоению, сохранению полученной информации.

Результатом применения в учебном процессе активных методов обучения являются повышенный интерес у студентов к процессу приобретения знаний и практического их применения в области менеджмента.

Отличительные особенности активного обучения заключается в том, что студенты вынуждены быть активными независимо от своего желания. При этом активность носит не кратковременный характер, а продолжается на протяжении всего занятия. Такие занятия проходят при повышенной степени мотивации и эмоциональности, при постоянном взаимодействии студентов и преподавателя [2, с.61].

С помощью активных методов обучения создаются благоприятные условия:

- для эффективного получения знаний, формирования и закрепления профессиональных навыков у студентов,

- для развития умений самостоятельно мыслить и принимать решения в новой или нестандартной ситуации, находить оптимальные варианты в решении управленческих проблем,
- для установления деловых взаимодействий в имитируемой организации (предприятии), что способствует развитию профессиональных качеств будущего менеджера.

Роль преподавателей в деловой игре заключается в создании такой игровой атмосферы, при которой активизируется мышление студентов, повышается их самостоятельность и дух творчества при принятии решений. При этом учебный процесс переходит на обучение, ориентированное на решение управленческих проблем и конфликтов. Все это способствует качественной подготовке менеджеров к будущей профессиональной деятельности.

На примере деловой игры «Рынок» покажем достоинства подготовки менеджеров с помощью активных методов обучения.

ДИ «Рынок» можно отнести к имитационным играм, поскольку в ней моделируется рыночная среда. Система оценивания деятельности предприятий – по конечному результату. Отсюда вытекает игровая цель - выбор стратегии и тактики поведения предприятия в условиях рыночной экономики для получения максимума прибыли.

Учебно-методическая цель ДИ «Рынок» – показать механизм формирования цен на ресурсы, цены готовой продукции, а также привить навыки выполнения экономических расчетов издержек производства, анализа их структуры, изучения динамики формирования прибыли и ее распределение. Это позволит закрепить и углубить теоретические знания по планированию и управлению предприятием в условиях рынка.

Имитационная модель игры представляет собой условную отрасль промышленности, в состав которой входят шесть экономически самостоятельных предприятий (6 игровых команд). Эти предприятия конкурируют между собой и их интересы сталкиваются на рынках: средств и предметов труда, трудовых ресурсов, а также готовой продукции определенного вида.

Объемы ресурсов, необходимые для производства продукции являются экзогенными (задаваемыми) величинами, размеры которых корректируются в зависимости от ценовой конъюнктуры, складывающейся на каждом этапе игры. В качестве этапа игры - один квартал. Реализация и распределение этих ресурсов между предприятиями осуществляется на соответствующих товарных биржах (комплектующие изделия), биржах труда (дополнительная потребность в работниках) и в коммерческих банках, предоставляющих кредиты для развития производства.

С помощью имеющихся на предприятиях производственных фондов, трудовых ресурсов, приобретенных на товарных биржах комплектующих изделий, моделируются процессы простого производства продукции. Для расширенного производства предприятия могут брать кредит в коммерческом банке. При этом необходимо отметить, что стартовые условия всех предприятий примерно одинаковы. Сбыт готовой продукции предприятия осуществляют на соответствующей товарной бирже или имитации товарного рынка.

Введение в игру. В начале игры участники делятся на 6 команд-предприятий по 2-3 человека в каждой. Все предприятия согласовывают вид выпускаемой продукции. Оценка качества составления рекламы выполняется арбитром (игротехником). Команда, занявшая первое место, получает условную денежную сумму, которая увеличит размер прибыли данного предприятия.

Ведущий объясняет цели, содержание и этапы игры, основные экономические категории и расчетные формулы, используемые в игре. Команды получают раздаточный материал и знакомятся с алгоритмом игры.

На *первом этапе* игра проводится по упрощенной схеме с целью адаптации участников к условиям, логике и правилам проведения закупок производственных ресурсов и реализации готовой продукции. Это предусматривает воспроизведение условий простого производства, ограничивая сферу закупочной деятельности всех предприятий лишь приобретением предметов труда. Поскольку имитационная модель технологического процесса на каждом предприятии предусматривает сборку готового изделия из трех компонентов (комплектующие 1, 2, 3 вида), то наборы этих комплектующих для команд разные.

Данный этап начинается с участия предприятий на товарной бирже или рынке, где осуществляется закупка предметов труда. Располагая исходными величинами основных производственных фондов, трудовых ресурсов, а также показателями эффективности их использования, команды оценивают максимальную квартальную производственную мощность своих предприятий и соответствующие потребности в комплектующих всех трех видов.

Закупка предметов труда производится на торгах, проводимых последовательно по каждому виду комплектующих изделий. В качестве исходной биржевой информации до предприятий доводятся прогнозные уровни цен и объемы комплектующих изделий по видам.

Каждая команда в ходе торгов устанавливает цены на комплектующие каждого вида. Информация о них фиксируется на доске и оперативно отражает конъюнктуру, складывающуюся на товарной бирже (рынке). По завершении торгов предприятия ранжируются в порядке убывания цен и в этой последовательности приобретают право на закупку комплектующих изделий данного вида в необходимых количествах.

В ходе проведения торгов каждая команда проводит свою игровую политику исходя:

- из предварительной прогнозной информации о состоянии рынков комплектующих изделий;
- складывающейся конъюнктуры цен на текущих торгах;
- результатов предыдущих торгов;
- производственных возможностей предприятия;
- исходных правил проведения торгов и возможных дополнений к ним, принимаемых командами на основе консенсуса.

Целью каждой команды в ходе проведения торгов является, с одной стороны, минимизация затрат на приобретение комплектующих всех видов, с другой – стремление обеспечивать свое предприятие желаемым количеством комплектующих изделий.

Общая фактическая величина предложения комплектующих на рынке может существенно отклониться от предварительной прогнозной оценки в зависимости от сложившейся конъюнктуры цен.

По окончании биржевых торгов предприятия по договорным ценам могут реализовать свои излишки комплектующих изделий друг другу. После завершения всех операций по закупке предметов труда команды приступают к расчету и анализу основных экономических показателей своего предприятия:

- возможный квартальный выпуск продукции на предприятии с учетом его ресурсной обеспеченности;
- полные издержки производства по экономическим элементам;
- себестоимость единицы продукции;

- ожидаемую цену готовой продукции и др.

Наряду с прогнозной оценкой спроса на готовую продукцию, результатами предыдущих торгов, расчеты экономических показателей являются исходными для проведения товарной биржи по сбыту предприятиями своей продукции.

Аналогично торгам комплектующих изделий, каждая команда устанавливает свои сбытовые цены на свою готовую продукцию, которые фиксируются на доске. Они характеризуют динамику конъюнктуры на готовую продукцию. После окончания торга предприятия ранжируются в порядке возрастания цен, устанавливаемых ими. В этой последовательности предприятия приобретают право продажи готовой продукции в полном объеме или частично, в зависимости от степени насыщения спроса на нее.

Игровая политика каждой команды при сбыте готовой продукции основывается как на исходной информации, предшествующей торгам, так и на данных о текущей конъюнктуре цен, поведении предприятий-конкурентов.

Целью каждой команды на этом шаге является, с одной стороны, сбыт своей продукции по возможно большей цене, а с другой – стремление реализовать всю произведенную продукцию предприятием на данном этапе игры. При этом общая фактическая величина спроса на готовую продукцию может существенно отклоняться от предварительного прогноза в зависимости от сложившейся конъюнктуры рыночных цен на нее. Нереализованная предприятием в ходе этих торгов вся готовая продукция или ее часть переносятся на следующий квартал.

Завершающим шагом данного этапа является определение квартальной прибыли (убытков) каждого предприятия. Результаты расчетов выносятся на доску и проводится анализ.

Второй этап игры проводится по полной схеме предполагающей для предприятий возможности расширенного производства. Моделирование этих возможностей обеспечивается последовательным участием предприятий в получении выгодного кредита у коммерческого банка и рабочей силы на бирже труда. Они предшествуют проведению торгов комплектующими изделиями на товарной бирже.

В начале очередного этапа игры предприятие:

- оценивает свою деятельность на предыдущих этапах,
- текущее финансовое состояние,
- игровую политику предприятий-конкурентов,
- прогнозы спроса на готовую продукцию.

На основании этой информации команда принимает решение о целесообразности приобретения средств на развитие производства, допустимого уровня процента за кредит и направлений его использования.

Достигнутые уровни производственной мощности предприятия, производительности труда определяют потребность в дополнительной рабочей силе или наоборот необходимости сохранения численности занятых на нем. Этим определяется характер движения рабочей силы на игровой бирже труда и особенности участия в ней каждого предприятия. Предприятиям, нуждающимся в дополнительном количестве работников, объявляется фиксированная численность свободных трудовых ресурсов. Она может быть увеличена за счет высвобождения избыточного персонала с других предприятий. Команды, участвующие в приобретении дополнительных трудовых ресурсов, объявляют свои ставки среднемесячной заработной платы, которые оперативно фиксируются на доске. Далее проводится ранжирование предприятий в порядке убывания этих ставок и в той же последовательности представляется право на привлечение дополнительных трудовых ресурсов.

В отличие торгов на товарных биржах привлечение дополнительных трудовых ресурсов осуществляется на аукционной основе. Это означает, что ставки среднемесячной заработной платы могут только повышаться. Социальным ограничением является фиксация новых ставок зарплаты независимо от того, привлекло ли предприятие дополнительные ресурсы или нет. После приобретения предприятиями дополнительных производственных фондов и трудовых ресурсов последовательно проводятся на товарной бирже торги по закупке комплектующих изделий всех видов, расчеты основных экономических показателей, торги по сбыту готовой продукции. При этом команды должны учитывать изменение производственных возможностей как своего предприятия, так и предприятий-конкурентов.

Алгоритм проведения игры представлен на Рисунке 1.

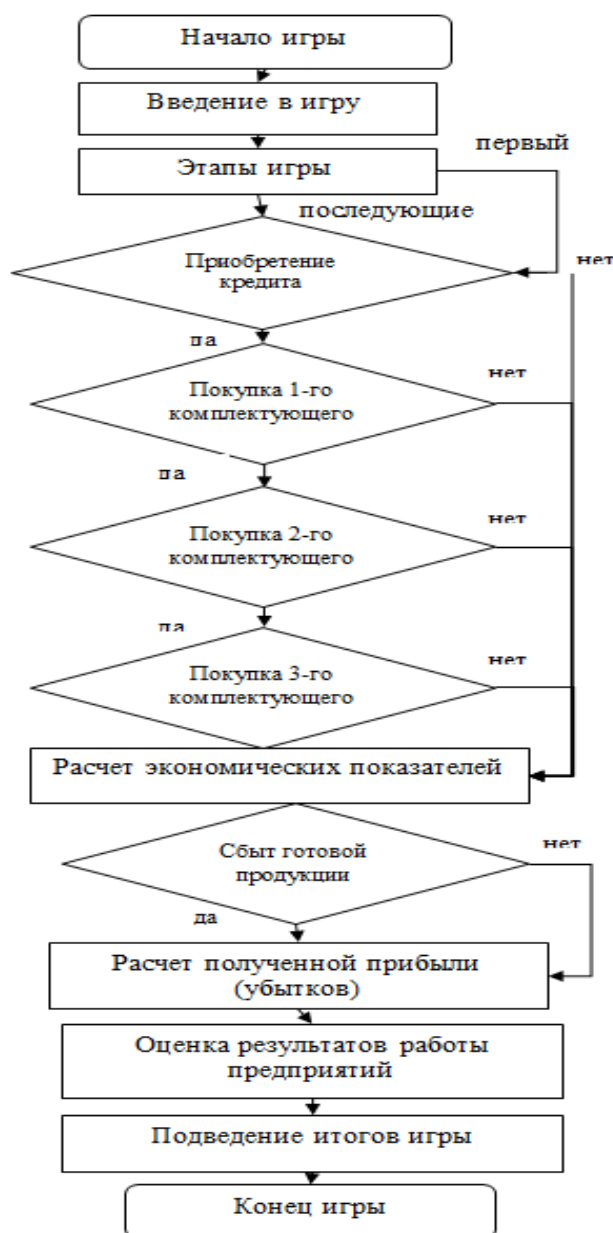


Рисунок 1. Алгоритм проведения деловой игры «Рынок» [разработано автором]

Достоинствами применения активных методов обучения на примере деловой игры «Рынок» являются:

- формирование навыков по определению взаимосвязей между бизнес-процессами и финансовым результатами,
- формирование способностей устойчиво и результативно работать в команде,
- проведение маркетинговых исследований и их анализ для поиска оригинальных управленческих решений,
- умение оценивать рыночные факторы и определять их влияние на результаты деятельности предприятия,
- обучение работе с документами и представления в различных формах аналитической информации,
- закрепление полученных знаний и умений для практического применения основных принципов и закономерностей менеджмента в деятельности предприятий.

Выводы

Навыки и умения, полученные в процессе проведения деловых игр, развивают экономическое и рациональное мышление. С помощью комплексности деловой игры студент перестает воспринимать учебный материал по различным дисциплинам менеджмента как отдельные блоки, а укладывает в определенную систему. Знания по другим дисциплинам также используются и анализируются при обсуждении результатов игры. Это способствует формированию аналитического мышления у будущих менеджеров в профессионально-ориентированной подготовке к деловому взаимодействию в бизнес-среде.

Сравнивая и анализируя традиционное обучение и учебный процесс с использованием деловых игр можно сделать вывод, что переход на обучение с использованием активных методов обучения повышает продуктивность усвоения студентами знаний в области менеджмента.

Библиография

1. Бельчиков Я.М., Бирштейн М.М. Деловые игры. Рига: Авотс, 1989. 304 с.
2. Благоразумная О.Н. Активные методы обучения менеджеров-экономистов с использованием информационных технологий. В: Conferința științifico-practică internațională on-line „Rolul tehnologiilor informaționale în pregătirea profesională a specialiștilor profilului economic” 05 noiembrie 2010, Universității de Stat „Alec Russo” din Bălți, 2010, p. 61-64.
3. Морев Н. А. Современная технология учебного занятия. М.: Просвещение, 2007. 158 с.