

поведінковим, регулятивним. Передбачено, щоб дитина самостійно виконувала завдання, не відриваючись від навчання та повсякденного життя.

З метою діагностування нами були використані такі методики: для *визначення когнітивного компоненту*: методики «Упередженість суджень» (призначена для діагностики здатності дитини виявляти повторювані упереджені тенденції в судженнях персонажів в залежності від їх позиції спостерігача або діяча (учні 9-15 років), «Історія про короля» (націлена на діагностику здатності дитини розуміти поведінкові стратегії персонажів в комунікативній ситуації, коли прямі способи досягнення їх цілей неможливі (учні 9-15 років).

Поведінковий компонент: методика «Пошук предмета» (О. Чеснокова, Б. Суботський, Ю. Мартиросова) – використання соціального інтелекту як інтелектуально-комунікативної стратегії для досягнення мети (учні 9-15 років) – дозволяє виявити чотири поведінкові стратегії; методика вивчення домінуючої форми спілкування Г. Капчелі (визначалися відповідність віку та розвиток інших параметрів комунікативної взаємодії, значущих для налагодження соціальних інтеракцій: соціальна чутливість, комунікативна ініціативність, емоційне ставлення дітей до дорослого); проєктивна методика Рене Жіля.

Регулятивний компонент: методика «Емоційні обличчя» (М. Семаго) призначена для оцінки можливості дитини адекватно пізнавати емоційні стани, точності і якості цього упізнання; методика вивчення здібностей до розпізнавання емоційних станів Л. Фатіхової, А. Харісової (спрямована на дослідження одного з компонентів соціального пізнання – здатності до емпатії як можливості сприймати і аналізувати емоційний стан партнера по спілкуванню, виходячи із зроблених спостережень); «Анкета батьківського ставлення і стилів материнської поведінки» Є. Смирнової та М. Бикової дає можливість визначити систему дитячо-батьківських стосунків.

За результатами діагностування, спостережень, моніторингових досліджень створена структурно-функційна прогностична модель розвитку соціального інтелекту (когнітивного, поведінкового, регулятивного компонентів) у різних вікових групах на всіх рівнях освіти учнів.

Переваги, ризики та можливості застосування аутсорсингу в освітній практиці

ПЕРЕВАГИ, РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АУТСОРСИНГУ В ОСВІТНІЙ ПРАКТИЦІ

*Г. М. Калініна, аспірантка
М. М. Малюга, науковий співробітник*

Нині стрімка світова глобалізація та впровадження новітніх цифрових технологій, фактично у всі сфери діяльності людини, надають організаціям можливості для економії різноманітних ресурсів, оптимізації бізнес-процесів та сприяють значним зниженням витрат на виробництво продукції, надання послуг. Ці, та інші фактори, сприяли визнанню аутсорсингу як інноваційної бізнес-стратегії та надають змогу міцно закріпитися не лише в бізнес-практиці, а в соціальних сферах.

Аутсорсинг стає додатковим дієвим засобом залучення таких зовнішніх ресурсів, як: знання, досвід, інформація, компетентності, а також задіяти нових професіоналів без надмірних зобов'язань та ризиків.

Так, деякі вчені та бізнес-практики зазначають, якщо «<...> раніше аутсорсинг трактувався тільки як один із інструментів бізнесу, то сьогодні він починає визначати новий напрям економічного розвитку, стаючи фундаментом змін сучасної економіки. Він [аутсорсинг] є не тільки одним із шляхів зниження витрат, але й можливістю для впровадження в діяльність підприємств найкращої практики бізнесу» [3]. Аутсорсинг (від англ. outsourcing: outer-source-using «зовнішнє джерело», «за межами» або «використання зовнішнього ресурсу»), як зазначається в онлайн словнику іншомовних слів (<https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=2252&action=show.>) – це передача організацією чи підприємством певних непрофільних бізнес-функцій або виробничих процесів на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується у відповідній галузі. Тобто компанія-провайдер (*компанія, надавач певних послуг*) укладає трудові відносини з персоналом і на відшкодувальній основі надає надалі цей персонал компанії-замовникові [1].

Активне застосування аутсорсингу припало на початок 1990-х років, а вже у 2000 році вартість робіт, які реалізовувалися через аутсорсинг у світі, досягли позначки 45,6 мільярдів доларів (<https://business.ua/uk/autsorsynh-dlia-kozhnoho.>), більша половина з яких була замовлена в США. Це й не дивно, бо сьогодні все більша кількість компаній в світі віддає частину своїх функцій аутсорсинговим компаніям. Ця інноваційна бізнес-стратегія орієнтовуючись на потреби світового ринку постійно вдосконалюється та має багато суттєвих переваг. Розглянемо найважливіші з переваг такої стратегії: 1. Це скорочення операційних витрат та збільшення прибутку компанії, що делегує частину своїх певних функцій (бухгалтерські послуги, IT, PR та маркетинг, call-центр тощо) на аутсорсинг, завдяки якому постійні витрати переходять в змінні, а від цього компанія стає «гнучкішою» та більш конкурентоздатною на ринку товарів та послуг. 2. Аутсорсинг значно економить час і надає компанії можливість розвиватися, також допомагає сконцентруватися на ключових напрямках діяльності компанії та раціональніше витратити людські, фінансові та інформаційні ресурси на виконання адміністративно-операційних завдань. 3. Аутсорсинг – це доступ компанії до професійного штату працівників, орієнтованого на виконання окремих процесів і функцій та найвищу якість виконання завдань, і разом з тим такий персонал не завжди є високооплачуваним. 4. Аутсорсинг надає доступ до іноземних ринків. Чим ближче виробництво розташоване до ринку збуту, тим краще для компанії, оскільки з'являються корисні зв'язки, залучається людський капітал, знання, фінансові ресурси тощо. Такий вид аутсорсингу називається «офшорінг» [2]. 5. Аутсорсинг допомагає компаніям зберегти компактність, оскільки надає можливості мінімізувати штат співробітників компанії і не створювати складну організаційну структуру. Ще аутсорсинг застосовують для реорганізації бізнесу, організацій.

Щодо ризиків, які можуть виникнути у компаній, що віддають частину своїх функцій на виконання аутсорсинговим компаніям, то найбільш вірогідними є загроза витоку важливої інформації та небезпека щодо передачі багатьох важливих функцій компаній. Але в таких країнах, як Австралія, Великобританія, ЄС, Канада, США – де

аутсорсинг виник, впровадився у виробництво, та повсякчасно вдосконалюється, тому ризики майже мінімальні. Аутсорсингові компанії цих країн активно надають свої послуги в світовій бізнес-практиці вже більше сорока років, тому за цей час значно вдосконалено нормативно-правову базу надання аутсорсингових послуг, що де-факто унеможливорює будь-які ризики. Слід звернути увагу, що існує загроза відриву керівного складу компанії від різносторонньої бізнес-практики компанії та ризик навчання «чужих» фахівців компанії замість власного персоналу але й це питання на сьогодні досить швидко вирішують хед-хантери (https://www.profguide.io/professions/head_hunter.html).

Резюмуючи, треба зазначити, що саме аутсорсинг є одним з найбільш поширених засобів підвищення гнучкості бізнес-моделі будь-якої компанії, установи, організації бо делегування частини функцій аутсорсинговим компаніям, з одного боку, дозволяє скоротити витрати, а з іншого – сконцентруватися саме на пріоритетних та інноваційних напрямках діяльності.

Також, варто зазначити, що аутсорсинг – це завжди вигідніше, ніж декілька разових консультації або «найм» консалтингових компаній під певні проекти.

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ– ЯК ВАЖЛИВА КОМПОНЕНТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

К. В. Спітковська, аспірантка

Реформування системи освіти, пошук нових стратегій удосконалення освітнього процесу стало важливими передумовами використання нових підходів і методів у підвищенні іміджу закладу загальної середньої освіти, його престижу. Особливо це стосується опорних закладів освіти як центрів управління системою освіти в умовах децентралізації.

Встановлено, що потреба формування позитивного іміджу опорного закладу освіти, як і всіх інших, викликана такими причинами: посиленням конкуренції між закладами освіти на ринку освітніх послуг, в умовах якої опорні заклади освіти для реалізації планів свого інноваційного розвитку повинні розробляти і впроваджувати сучасні комунікаційні технології свого утвердження у новій структурі системи управління освітою; складна демографічна ситуація посилює конкуренцію серед освітніх закладів однієї території в боротьбі за набір учнів і збереження контингенту, батьки обирають для навчання дітей заклад, що є «на слуху», чим зумовлюють переповнення закладу, зміну організації освітнього процесу, а це не завжди добре впливає на якість; недостатня увага до створення позитивного іміджу керівників закладів освіти; якщо заклад освіти не працює над створенням власного позитивного іміджу, не веде конструктивної комунікації з громадськістю, то має не тільки недобір учнів, але й інші негативні моменти.

Виявлено, що створення позитивного іміджу закладу освіти підвищує ефективність його діяльності в цілому, дає можливість якнайповніше задовольнити потреби замовників освіти, якими, передусім, є батьки учнів і самі учні. Це стосується як опорних закладів освіти, так і тих, які не мають такого статусу, але