

Підбиваючи попередні підсумки нашої роботи, пов'язаної з розглядом закономірного характеру розвитку феномену влади у протистоянні держави та громадянського суспільства, уявляється можливим зробити деякі висновки. Передусім необхідно зазначити, що пізнання основної закономірності розвитку феномену влади здійснювалося в кратологічній думці людства через осмислення каузальної природи владного відношення, причинного зв'язку між його державою і громадянським суспільством, що привело до формування каузальної моделі явища, яке досліджується нами.

Застосовуючи каузальну модель феномену влади до аналізу владного відношення, вдалося встановити, що між сторонами даного соціального відношення відбувається взаємодія, яка є відображенням взаємозв'язку між суб'єктом влади – державою і об'єктом влади – громадянським суспільством.

Таким чином, між державою і громадянським суспільством існує органічний взаємозв'язок, який зумовлює зміну, розвиток владного відношення. Крім того, владне відношення має відносно самостійний характер і його не слід плутати з політичним, правовим і юридичним.

#### *Л і т е р а т у р а :*

1. Древний Рим: Государственное устройство. Искусство. Наука. Философия / Под ред. В.Бутромеева. – М.: Современник, 1997. – 417 с.
2. Конституции государств Европейского Союза. – М.: Изд. группа ИНФРА, 1997. – 816 с
3. Політичні режими сучасності та перехід до демократії / С. Давимука, А.Колодій, Ю.Кужельюк, В.Харченко. – Львів: НАН України, 1999. – 166с.;
4. Ролз Джон. Політичний лібералізм: Пер. з англ. – К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2000. – 382 с.;
5. Ролз Джон. Теорія справедливості: Пер. з англ. – К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2001. – 822 с.
6. Токвиль Алексис де. Демократия в Америке: Пер. с фр. – М.: Изд. группа «Прогресс» – «Литера», 1994. – 554 с.
7. Халипов В.Ф. Кратология – наука о власти: Концепция. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика»», 2002. – 367с.

#### *Аннотация*

*В статье рассматриваются концептуальные подходы в развитии властных отношений в измерении цивилизационного подхода.*

*А.В. Гащенко, м. Запоріжжя*

### **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК КРИТЕРІЙ ЗРІЛОСТІ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ЯДРА ФІРМИ**

Метою даної статті є доведення робочої гіпотези про те, що корпоративна культура є критерієм якості формування та функціонування системи внутрішньофірмових цінностей. Вибір корпоративної культури, у якості критерію оцінки визрівання властивостей цінностей фірми, ми пояснюємо за допомогою декількох аргументів.

По-перше, існує принципова методологічна вимога до обґрунтування критерію зрілості будь-якого соціального явища. Суть її полягає в тому, що критерій ніколи не можна обирати у системі, що підлягає оцінюванню. Його треба шукати за її межами.

По-друге, культура генетично незалежна від здобутків цивілізації до яких ми

відносимо рівень розвитку робочої сили, засоби, технології та організацію виробництва. Як писав Альфред Вебер: “на певній ступені “гомологічного” старіння культура повинна переходити у цивілізацію – у “раціональну старечу німеч” [3, С. 565]. На цю ж ідею працює й загальновідоме вчення О.Шпенглера, який різко протиставляв поняття культури і цивілізації. Він вважав культуру царством органічно життєвого, а цивілізацію – областю технічного. До них у повній мірі можна віднести й М.Бердяєва, який писав: “Культура не розвивається безкінечно. Вона несе у собі насінину смерті. В ній містяться зачатки, які неминуче ведуть до цивілізації. Цивілізація ж є смертю духу культури”[2, С. 175].

По-третє, культура не піддається простому маніпулюванню, вона формується сама і протягом довгого часу визначає характер соціальної системи і стиль управління. Тож, культуру, у тому числі й корпоративну, не “створюють” – вона росте. Краще, що ми здатні зробити, – це діяти у тому напрямі, щоб ґрунт, який живить її, не пересох остаточно і щоб наше “духовне тіло” ще продовжувало жити заради майбутнього “танцю” – слушно писав у свій час Альфред Вебер” [3, С. 125].

По-четверте, за критерій у даному випадку доречно взяти саме вищеназваний фактор, як культурну систему, оскільки він значно ширше корпоративних цінностей. Характеризуючи цей феномен Т.Парсонс зазначає, що “культурна система – це система, яка володіє наступними характеристиками:

1. Вона формується не за допомогою взаємодії і не за допомогою організації дій окремого актора (як такого), а за допомогою організації цінностей, норм і символів, що керують вибором актора, і які обмежують види взаємодії, можливі для даного актора.

2. Культурна система – це не емпірична система, оскільки вона являє собою особливий тип абстрагування елементів зазначених систем. Ці елементи, однак, можуть існувати окремо як фізичні символи і передаватися від однієї емпіричної системи дії до іншої.

3. У культурній системі еталони регулюючих норм (і інших культурних елементів, що керують вибором конкретних акторів) не можуть бути випадковими чи незв'язаними один з одним елементами. Отже, якщо система культури бере участь в організації системи емпіричної дії, вона повинна мати визначений ступінь консистентності.

4. Культурна система – це модель культури, окремі частини якої взаємозалежні так, що вони формують системи цінностей, системи переконань і системи експресивних символів (виділено – А.Г.).

По-п'яте, таке розуміння корпоративної культури гармонізує з ідеями, щодо розгляду фірми, як складової трьох елементів: соціальної системи або соціального тіла фірми, системи особистості і культурної системи.

Сплеск публікацій про корпоративну культуру і спроби розробити її концепцію, як гілки організаційно-управлінської науки відносяться до 50-х – 60-х років минулого століття. У 80-і роки в зарубіжній літературі з'явилися численні публікації, присвячені цьому питанню перерахувати які досить важко.

У Росії й на Україні до проблеми корпоративної культури в 90-і роки ХХ століття звернулися менеджери, соціологи, психологи, фахівці із загальної культурології, менеджменту. Серед них: російські автори: ” О.Громов, А.А.Радугін і К.А.Радугин, А.П.Сгоршин [12, 5] та ін; вітчизняні дослідники Г.А.Дмитренко, В.Співак, В.Колпаков, Г.Хаст, Т.Василькова, О.Нікієнко, О.Бабич, Г.Колесніков[1, 4, 6, 12] та ін.

До них можна додати ще групу закордонних авторів, серед яких: Е.Джакус, Д.Елдрідж, А.Кромби, Х.Шварц, С.Девис, К.Голд, М.Пакановский, Н.О'Доннел-

Тружиллю, В.Сате, Е.Шайн, М.Морган, К.Шольц, Д.Дреннан, П.Добсон, А.Уильямс, М.Уолтерс, Е.Браун, М.Х.Мескон, С.Мишон, Г.Хофстеде, П.Штерн, П.Б.Вейлл, Е.Н.Штейн, Н.Леметр Д.Коллинз, А.Порраса [7] та ін.

Сьогодні у літературі існує понад 50 визначень цього терміну. Проте, як зазначають автори найбільш нового та комплексного навчального посібника “Корпоративна культура”, проблема корпоративної культури ще не розкрита в усій її складності “з численними взаємозв’язками і тонкощами, як цього вимагають задачі навчання і практики”.

Перш, ніж дати авторське визначення явищу корпоративної культури, розглянемо позиції авторів, що принципово відрізняються одна від другої. Згідно тлумачення даного терміну у сучасній літературі – корпоративна культура – “це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т. д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників”.

За визначеннями інших джерел, наприклад, відомої праці М.Х.Мескона, М.Альберта і Ф.Хедуорі “Основы менеджмента”, культура корпорації (corporate culture) визначається як “атмосфера або соціальний клімат у організації” [9 С. 686].

У той же час на думку Б.Шнайдера: «Корпоративна культура включає перелік проблем, що, на думку співробітників, складають основу переконань і цінностей керівництва. Корпоративна культура – поняття більш тонке, ніж корпоративний клімат, оскільки пов’язане з більш широкою концептуальною базою, що включає переконання людей, природу світобудови, взаємини людей між собою і з навколишнім середовищем. Культура складає канву, у рамках якої співробітники пояснюють собі й іншим, чому їхня організація функціонує певним чином і як її діяльність зв’язана з забезпеченням комфортної атмосфери роботи співробітників і виконанням стратегічних пріоритетів самої організації» [13, С 135-136].

Аналіз показав, що автори визначають корпоративну культуру як:

- сукупність базових гіпотез, цінностей та артефактів;
- засвоєні та використовувані членами організації цінності та норми, які водночас вирішальним чином визначають їх поведінку;
- базисні цінності (як місія організації), відносини (мотивація, командний дух) та норми поведінки (традиції, символи, герої);
- сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культуру міжособистісних відносин всередині підприємства;
- складну композицію важливих припущень і настанов, які бездоказово приймаються членами колективу;
- набір найважливіших припущень, які приймаються членами організації, отримують вираження в цінностях, що задають людям орієнтири їх поведінки та дії, та передаються індивідам за посередництвом символічних засобів духовного та матеріального внутрішньоорганізаційного оточення;
- сукупність неформальних процедур, що існують і набувають сенсу в організації, або як провідну філософію стосовно того, як найкраще досягти організаційних цілей, що формується на основі домінуючих постулатів віри й етичних стандартів;
- вираження базових цінностей і норм в організаційній структурі, системі корпоративного управління, кадровій політиці, яке здійснюється в рамках конкретної

підприємницької діяльності тощо.

Для уніфікації дефініції була зроблена спроба порівняти між собою поняття. Зроблено це було за допомогою контент-аналізу, тобто були виділені поняття чи терміни, що найбільше чи часто вживають дослідники, що працюють у даній області.

Так у більшості визначень автори посилаються на зразки базових припущень, яких дотримують члени організації у своєму поведженні і діях. Ці припущення часто зв'язані з баченням навколишнього середовища (групи, організації, суспільства, світу) і регулюючих її перемінних (природа, простір, час, робота, відносини і т.д.). Нерідко буває важко сформулювати це бачення стосовно до організації.

Цінності (чи ціннісні орієнтації), які може дотримувати індивід, є другою загальною категорією, що включається авторами у визначення корпоративної культури. Цінності орієнтують індивіда на те, яке поведження варто вважати припустимим чи неприпустимим. Так, у деяких організаціях вважається, що «клієнт завжди правий», тому в них неприпустимо обвинувачувати клієнта за невдачу в роботі членів організації. В інших може бути все навпаки. Однак і в тому, і в іншому випадку прийнята цінність допомагає індивіду зрозуміти те, як він повинний діяти в конкретній ситуації.

І, нарешті, третім загальним атрибутом поняття корпоративної культури вважається «символіка», за допомогою якої ціннісні орієнтації «передаються» членам організації. Багато фірм мають спеціальні, призначені для всі документи, у яких вони детально описують свої ціннісні орієнтації. Однак зміст і значення останніх найбільш повне розкриваються працівникам через «ходячі» історії, легенди і міфи. Їх розповідають, переказують, тлумачать. У результаті цього вони іноді впливають на індивідів, чим ті цінності, що записані в рекламному буклеті компанії.

Крім того, у корпоративній культурі виділяють навіть рівні, як: рівень 1а – мораль; рівень 1б – сенс життя та діяльності; рівень 1в – цінності, переконання, вірування, уявлення, установки; рівень 2 – задекларована корпоративна місія, задекларована “зухвала ціль” (еталон), задекларовані ділові принципи; рівень 3 – прапор, гімн, товарний знак, фірмовий стиль, ритуали та свята, стиль, поведінка, етикет, історія, міфи та герої, мова спілкування, фізична культура [8, С. 14-18].

Таким чином, корпоративна культура – це зовнішній прояв якості функціонування системи внутрішньофірмових цінностей, що служить нормативними правилами, зразками поведінки, інструментально значимими засобами і умовами або перешкодами для професійної діяльності (дії за Т.Парсонсом) особистості або життєдіяльності соціального організму фірми, завдяки сукупності значимих символів та їх носіїв – героїв організації.

На нашу думку, у корпоративній культурі найбільш важливим є сприйняття її змісту як нормативної бази для організації життєдіяльності соціального організму фірми. Це, по-перше, дає змогу “не випадати” логіці дослідження за загально відому у науці низку перетворень: цінності – норми – стимули – мотивація – соціальні ролі – поведінка суб’єкта.

По-друге – культурні об’єкти як норми можуть бути розподілені на класи: пізнавальні, оціночні і моральні, що теж утримує наше дослідження у проблемному полі теорії соціальної дії Т.Парсонса.

По-третє, на основі такого підходу, до генетичного взаємозв’язку між системою цінностей і корпоративною культурою ми можемо глибше опрацьовувати у дослідженні ідею морфогенних процесів та вивчати морфологічні взаємозалежності у соціальному

тілі фірми.

Отже, якщо підвести підсумок тому, що ми виклали тут відносно ідеї використання корпоративної культури у якості критерію функціонування системи внутрішньофірмових цінностей, то можна прийти до висновку, про те, що у її структурі треба розрізняти такі її показники або підвиди:

культуру праці, що подає якість формування та використання здібностей як особистості, так і сукупного робітника в умовах того чи іншого виробництва;

культуру виробництва, що віддзеркалює якість використання засобів виробництва;

культуру технологічну, що висвітлює рівень відповідності товарів та послуг, що поставляє фірма на ринок до найвищих зразків сучасного науково-технічного прогресу;

культуру організаційну, що є свідченням того, наскільки система управління фірмою відповідає потребам внутрішнього та зовнішнього середовища.

Поняття “корпоративна культура”, належить до розряду універсальних, найбільш граничних абстракцій. Такі абстракції втілюють у себе деякий “наскрізний сенс”: вони дають змістовний вираз одночасно і самим елементарним актам буття, і його найглибшим основам, проникнення у які робить осягнутою розумом істину цілісності соціального простору фірми.

Дамо більш змістовну характеристику вищенаведеним показникам або підвидам корпоративної культури з метою висвітлити їх глибокий сенс. Культура праці, наприклад, керівника фірми, – це характеристика організаційно-технічних умов і традицій управління, професійного і морального розвитку керівника. У вузькому значенні культура управлінської праці може трактуватися як службова етика керівника. Осмислюючи викладене, управлінську культуру можна представити як сукупність типових для менеджера цінностей, норм, точок зору й ідей, що свідомо формують зразок його поведінки.

Специфіка культури управлінської праці полягає в тому, що в її основі лежать визначені норми, що повинні строго дотримуватися менеджером: а) юридичні норми управлінської праці; б) моральні норми; в) організаційні норми; г) економічні норми; д) технічні; е) естетичні; ж) етичні та ін. В остаточному підсумку утвориться сукупність елементів, що атестують діяльність менеджера в рамках культури управлінської праці.

Культуру управлінської праці прийнято підрозділяти на:

А) Особисту культуру керівника, що включає в себе: рівень кваліфікації, етичне виховання, особисту гігієну і зовнішній вигляд, форму звертання до підлеглих; раціональний розподіл робочого часу; робота з документами; робота з кадрами; рішення соціально-економічних питань; рішення комерційних питань; наради, переговори; культуру змісту робочого місця; культуру проведення масових заходів; культуру прийому відвідувачів; культуру в роботі з листами; культуру мови і т.д.

Б) Організаційну культуру, до числа процедур якої можна віднести: а) підбір і розміщення кадрів: далі впливає процес добору кадрів, що включає тести, співбесіди, опитувальні аркуші і т.д.; останнім етапом є процес введення чи адаптації нового працівника. Навчання – це свого роду продовження процесу добору й адаптації нових працівників. Воно спрямовано як на освоєння новачками необхідних для успішної роботи знань і навичок, так і на передачу їм установок і пріоритетів, що складають ядро організаційної культури; б) роботу з кадрами, що включає: розробку організаційних норм і нормативів, що дозволяють виробити вимоги і критерії оцінки працівників; розробку планів особистої роботи; постановку задач і доведення їх до виконавців;

віддавати розпорядження; контроль виконання, сутність якого зводиться до наступного крокам: 1) визначення і установлення виробничих чи службових нормативів; 2) оцінка виконаної роботи; 3) порівняння виконаної роботи з установленними нормативами; 4) внесення відповідних змін у разі потреби.

Як правило, для найбільш повної характеристики організаційної роботи керівника, прийнято виділяти стилі, що він використовує в управлінні людьми. “Стиль роботи керівника являє собою сукупність прийомів і способів управлінського впливу на персонал”. Саме в стилі керівництва знаходять своє відображення внутрішня культура, знання і досвід керівника і саме стиль впливає на клімат у колективі і культуру організації.

Існує кілька класифікацій стилів керівництва. Перша і найбільш відома класифікація виділяє авторитарний, ліберальний і демократичний стилі:

- авторитарний (директивний) стиль зв'язаний з надмірним перебільшенням ролі керівника. Характеризується централізацією влади, прихильністю до єдиноначальності. Для цього стилю керівництва характерна надмірна вимогливість до підлеглих, що обмежує їхню ініціативу і самостійність;

- ліберальний стиль характеризується з однієї сторони тим, що керівник намагається не втручатися в роботу своїх підлеглих, не вимагає відповідальності за невиконання задач виконавцями, пускає роботу на самоплив, не бажаючи приймати на себе відповідальність (у цьому випадку цей стиль називають попустительським), а з іншої сторони тим, що керівники, що добре орієнтуються в ситуації і вміють розпізнавати рівні зрілості співробітників, передають їм тільки ті обов'язки, з якими вони можуть справитися (у цьому випадку цей стиль називають делегуванням);

- демократичний стиль характеризується партнерськими відносинами в колективі, залученням підлеглих до обговорення і підготовки рішень по основних напрямках діяльності колективу, взаємним розподілом прав і обов'язків, розвитком самостійності й ініціативи підлеглих при виконанні прийнятих рішень, розширенням взаємного контролю.

Таким чином, можна констатувати, що культура праці – це дуже концентроване поняття, яке обіймає собою величезний обсяг професійної діяльності робітника в організації.

Культура виробництва – це форма практичного використання науки у виробництві. Кожна промислова фірма має свою культуру виробництва, яка охоплює та визначає стан та напрями удосконалення виробничих потужностей, економічну ефективність, гнучкість, продуктивність, надійність, ремонтпригодність, стандартизацію та постійність результатів, безпечність праці та промислової санітарії й гігієну, міру та якість задоволення життєвих потреб співробітників фірми.

Культура технологічна – це форма поєднання досягнень сучасної науки з виробництвом та людиною. Найвищим рівнем є використання фірмами так званих високих технологій. У світовій практиці до високих технологій відносять мікроелектроніку, комунікаційну техніку, біотехнології, створення нових матеріалів, мікромеханіку і ті виробничі технології, у яких безпосередньо використані новітні досягнення фізики, хімії, механіки й інформатики.

Культура організаційна – це канал виявлення типу організаційної взаємодії персоналу, що притаманна конкретній фірмі. Цей термін часто вживається як синонім корпоративної культури але це далеко не так. Ці поняття дослідила О.Г.Нестеренко [10].

Аналіз робіт вітчизняних і закордонних дослідників дозволяє виділити, на її думку, принаймні три основні підходи до розуміння співвідношення цих понять.

Перший підхід характеризується отожденням понять “корпоративна культура” та “організаційна культура” незалежно від ситуації. Таке розуміння можна пояснити тим, що термін “корпорація” походить із латинської мови, а термін “організація” – з французької. Проте ми не вважаємо за правомірне прийняти цей погляд принаймні через те, що термін “організація” в теорії управління має щонайменше два смислові відтінки: з одного боку, статичний (організація як об’єднання певних суб’єктів), з іншого, – динамічний (організація як процес упорядкування певних об’єктів) [12, С. 776].

У розумінні представників другого підходу зміст поняття “корпоративна культура” тотожний змісту “організаційної культури” лише стосовно тих організацій, які існують у формі корпорації. Мають, у першу чергу слід звернутися до словника іншомовних слів, згідно з яким у широкому розумінні “Корпорація – товариство, спілка, сукупність осіб, об’єднаних на основі цехових, кастових, комерційних та інших інтересів” [12, С. 776]. Тобто у широкому смислі корпоративна культура як культура корпорації стосується будь-якої сукупності людей, об’єднаних спільними інтересами.

І третій підхід спирається на погляд, що переміщення значущого акценту з організаційної культури на корпоративну було пов’язане з появою транснаціональних корпорацій, і характеризується розумінням корпоративної культури, в першу чергу, в контексті принципів корпоративного управління.

Послідовно охарактеризувавши підвиди корпоративної культури ми тим самим вичерпали завдання даної статті. По-іншому, це означає, що ми вірно визначились з проблемою вибору критерію для оцінки міри зрілості та якості функціонування системи внутрішньофірмових цінностей. Це по-перше.

По-друге, визначив корпоративну культуру як критерій для оцінки системи цінностей фірми, ми, завдяки формалізованій елементній базі цінностей, майже автоматично створили систему показників, за якими має оцінюватись стан, тепер уже самої корпоративної культури будь-якої фірми.

По-третє, теоретично зв’язав між собою систему цінностей фірми і корпоративну культуру фірми, ми виконали свою функцію у межах даної статті, бо теоретично обґрунтували їх генетичний й функціональний зв’язок, на основі якого побудували евристичну модель їх взаємодії.

По-четверте, подальше опрацювання корпоративної культури, як атрибутивної характеристики життєдіяльності соціального організму фірми, явно виходить за межі даної статті. Цій проблемі має бути присвячене окреме дослідження і може, навіть, не одне.

#### *Л і т е р а т у р а :*

1. Бабич О. Основні засади створення корпоративної культури як інструменту управління // Вісник Української академії державного управління. – 2003. – № 2. – С. 449-456.;
2. Бердяев Н.А. Смысл истории. – М.: Мысль, 1990. – 175 с.
3. Вебер Альфред. Избранное: Кризис европейской культуры. – Университетская книга, Санкт-Петербург, 1999. – 565с.
4. Дмитренко Г. Факторы богатства и бедности. Концепция антропосоциального управления переходным обществом // Персонал. – 1998. – №1. – С.1-11;
5. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н.Новгород: НИМБ, 1997. – 607с.
6. Колесников Г. Стратегическое управление и организационная культура // Персонал. – 2000. – №3. – С.40-46.

7. Коллинз Д, Поррас А. Основные ценности или дальновидность Вашей компании // Персонал. – 1998. – №1. – С.92-100.
8. Корпоративна культура: Навчальний посібник / Під заг. ред. Г.Л.Хаста. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.;
9. Мескон М.Х., Альберт М., Хедуори Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.
10. Нестеренко Г.О. До уточнення поняття “корпоративна культура”.- Нова парадигма, Запоріжжя, 2004. – №36.
11. Радугин А.А., Радугин К.А. Введение в менеджмент: социология организаций и управление. – Воронеж: Гос. арх.: строит. акад: Высш.шк.предприним., 1995. – 194с.
12. Словник іншомовних слів / За редакцією О.С.Мельничука. – К.: Головна редакція УРЕ, 1974. – 776 с.
13. Современное управление. Энциклопедический справочник. Том первый. – М.: «Издатцентр», 1997. – 584 с.

#### *Аннотация*

*В статье рассматриваются некоторые аспекты корпоративной культуры в качестве критерия зрелости культурологического ядра фирмы.*

**Т. А. Жижко, м. Київ**

### **ПРОБЛЕМА ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ПЕДАГОГІЧНІЙ ТЕОРІЇ**

Головним завданням професійних навчальних закладів є підготовка кваліфікованих спеціалістів, їх перепідготовка та підвищення кваліфікації, формування наукового світогляду, творчого мислення, високих моральних якостей та національної свідомості [1]. В умовах глобалізації, інформатизації особливо підвищується роль вищої школи як такої, що навчає, виховує і готує до життя нові покоління людей, рівень освіченості яких, ініціатива та творчість визначатимуть соціально-економічний і науково-технічний розвиток суспільства. Зростання вимог до вищих навчальних закладів з боку соціуму диктує настійну необхідність поліпшення якості їх роботи, підвищення ефективності підготовки фахівців. Одним із шляхів досягнення цієї мети є пошук і впровадження найбільш дієвих методів побудови навчально-виховної роботи, інтенсифікація навчально-виховного процесу.

Метою даного дослідження є розгляд окремих концептуальних підходів до організації навчального процесу, наприклад, тих, що виокремилися на всіх рівнях як дві протилежні концепції: екстенсивності й інтенсивності.

Значний внесок у розв’язання проблеми інтенсифікації навчального процесу зробили А.М. Алексюк, С.Виготський, Я.Гальперін, С.У. Гончаренко, Б.П. Єсіпов, Л.В. Занков, І.А. Зязюн, О.М. Матюшкін, О. Г. Мороз, Н.О. Менчинська, Н.Г. Ничкало, П.І. Підкасистий, С.Л. Рубінштейн, М.М. Скаткін, С.О. Сисоєва та ін.

Поняття „екстенсивний” (від лат. *extensivus* – розширювальний) пов’язане з кількісним збільшенням, розростанням, поширенням [2, с. 229]. Натомість поняття „інтенсивний” (франц. *intensif*, від лат. *intensio* – напруження, посилення) – з якісним посиленням напруженості, продуктивності [2, с. 287].

Під впливом зростаючих обсягів різногалузевої інформації неперервно розширюється зміст освіти. Для засвоєння цієї інформації вдаються до збільшення