

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА**

Свідоцтво
про державну
реєстрацію
серія КВ
№ 23982-138223
від 14 червня 2019 р.

**ВИЩА
ОСВІТА
УКРАЇНИ**

Засновано
в 2001 році

Передплатний індекс
23823

**ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЧАСОПИС
1 (92)' 2024**

DOI: 10.32782/UDU-VOU.2024.1(92)

Засновники

ДЕРЖАВНЕ ІНФОРМАЦІЙНО-ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО
ВИДАВНИЦТВО «ПЕДАГОГІЧНА ПРЕСА»
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА

Редакційна колегія журналу «Вища освіта України»

Головний редактор

Віктор АНДРУЩЕНКО, доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАН України, академік НАПН України, ректор Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Заступник головного редактора

Катерина ГОНЧАРЕНКО, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Редакційна колегія

Валентина БОБРИЦЬКА, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Наталія ДЕМ'ЯНЕНКО, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Любов ДРОТЯНКО, доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії Національного авіаційного університету

Наталія КОЧУБЕЙ, доктор філософських наук, професор, професор кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Владислава ЛЮБАРЕЦЬ, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Олена МАТВІЄНКО, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри початкової освіти Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Наталія МОЗГОВА, доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Мар'я НЕСТЕРОВА, доктор філософських наук, професор, професор кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності Українського державного університету імені Михайла Драгоманова, академічний куратор кафедри Жана Моне «Соціальні та культурні аспекти Європейських Студій», директор Європейського центру досконалості «Європейські студії соціальних інновацій в освіті»

Володимир СЕРГІЄНКО, доктор педагогічних наук, професор, директор навчально-наукового інституту перепідготовки та підвищення кваліфікації Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Віолета СКИРТАЧ, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії, історії та соціально-гуманітарних дисциплін Донбаського державного педагогічного університету

Діана СПУЛБЕР, доктор філософії, професор Університету Генуї (Італія)

Світлана СТОРОЖУК, доктор філософських наук, професор кафедри української філософії та культури, філософського факультету Національного університету імені Тараса Шевченка

Наталія ТИТОВА, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та методики професійної освіти Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Олена ЯЦЕНКО, кандидат філософських наук, доцент, запрошений дослідник Інституту інженерії, орієнтованої на людину, Школа інжинірингу та інформатики Бернського університету (Швейцарія)

Редакційна рада

Віль БАКІРОВ, доктор соціологічних наук, професор, академік НАН України, академік НАПН України, радник ректора Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна

Галина БЕРЕГОВА, доктор філософських наук, професор, професор кафедри журналістики та філології Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика

Леонід ГУБЕРСЬКИЙ, доктор філософських наук, професор, академік НАН України, академік НАПН України, радник ректора Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Володимир ЄВТУХ, доктор історичних наук, професор, член-кореспондент НАН України, декан факультету соціально-економічних наук Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Ірина ЄРШОВА-БАБЕНКО, доктор філософських наук, професор, професор кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Наталія РІДЕЙ, доктор педагогічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Григорій ТОРБІН, доктор фізико-математичних наук, професор, проректор з наукової роботи Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Адреса редакції:

01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

тел.: +38 (096) 398 20 03

Матеріали для публікації можна надсилати електронною поштою: vou@udu.kyiv.ua

Сайт журналу: journals.udu.kyiv.ua/index.php/vou

Схвалено рішенням вченої ради Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
(протокол 9 від 17.04.2024 р.)



**Катерина
ГОНЧАРЕНКО**

доцент, кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії
навчально-наукового Інституту філософії
та освітньої політики,
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
<https://orcid.org/0000-0003-1162-9464>

Петро ЛІНКЕВИЧ

магістрант кафедри філософії
навчально-наукового Інституту філософії
та освітньої політики,
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
<https://orcid.org/0009-0001-4424-4002>

Ключові слова: інтеграція, освіта, інновації, організаційна культура, стратегічна рефлексія, гуманітарні цінності, сталий розвиток, міжкультурний менеджмент, соціальна відповідальність, критичне мислення, партнерство, бізнес-взаємодія.

Наукова робота присвячена вивченню та аналізу процесу інтеграції фахівців із філософською освітою в бізнес-середовище. Зокрема, в розвідці розглядаються нові перспективи

У сучасному світі значно зріс запит на критичне мислення, етичність та соціальну відповідальність. І це пов'язано не

УДК 1:37.013

DOI 10.32782/NPU-VOU.2024.1(92).08

ІНТЕГРАЦІЯ ФАХІВЦІВ ІЗ ФІЛОСОФ- СЬКОЮ ОСВІТОЮ В БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩЕ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

© Гончаренко К., Лінкевич П., 2024

ви та можливості, які виникають у разі залучення фахівців із філософським backgroundом до корпоративного сектору. Автори досліджують можливості впливу фахівців із філософською освітою на розвиток та посилення, зокрема, креативності, стратегічного мислення чи етичної компетентності у сфері бізнесу.

Робота висвітлює ключові стратегії та інноваційні підходи, які можуть бути використані для успішної інтеграції фахівців із філософською освітою в різноманітні галузі бізнесу. Особлива увага приділяється розкриттю можливостей та перспектив створення сприятливого середовища, де фахівці із філософською освітою можуть ефективно взаємодіяти з бізнес-сектором та впливати на стратегічне управління чи брати участь у прийнятті рішень.

лише з контекстом сьогодення України, але й сягає світових масштабів, зокрема, через глобалізаційні процеси чи повсюдну

інформатизацію. Також існує тенденція до посилення цих навичок у фахівців, які здобувають вищу освіту та виходять на ринок праці. Так, є ціла низка soft skills, набуття яких у процесі освіти дає беззаперечну перевагу під час влаштування на роботу. Комунікативні навички, робота в команді, аналіз великої кількості інформації – все це та багато чого іншого закладається чи не в кожному програмі тієї чи іншої галузі знань. Не оминає такий перелік компетенцій і філософський складник освіти. Більше того, він є однією чи не найуніверсальнішою сферою, що дозволяє максимально набутти тих якостей фахівця, що потребує сучасний ринок праці. Отже, є необхідність більш свідомого та виваженого ставлення до філософського складника освіти, оскільки він може стати запорукою та гарантією успішного розвитку тієї чи іншої сфери діяльності. Власне, тому нижче ми будемо звертатися до бізнес-середовища як платформи, на якій може бути застосована філософська компонента. А також звернемося до базових компетенцій, які можуть бути впроваджені на рівні діяльності.

Беззаперечним є і той факт, що вища освіта і бізнес тісно пов'язані між собою. Вищі навчальні заклади готують студентів до різних сфер, включаючи бізнес. Наразі університети мають можливості співпрацювати з підприємствами, де останні надають студентам доступ до стажувань, практичної підготовки і таким чином готують собі майбутніх фахівців. Оскільки сучасний науковий світ є досить міждисциплінарним, то є сенс у тому, аби формувати і міждисциплінарне поле для проведення всебічної практичної підготовки і здобувачів освіти. До прикладу, сфера бізнесу наразі орієнтована не лише на вузькопрофільних фахівців, але й на інші сфери (те ж таки гуманітарне знання, адже воно відкриває горизонт перспектив для розвитку та потенційного економічного зростання. Залучення до бізнес-середовища гуманітарного сектору може бути запорукою більш ефективної діяльності, а поряд із цим і більш етично врегульованої та відповідальної).

Дана аналітична розвідка має **на меті** висвітлення особливостей інтегрованого філософського знання у бізнес-середовище та розкриття перспектив щодо формування більш гнучких, творчих та креативних команд у сучасному корпоративному світі.

З-поміж різноманітних галузей знання філософія, як фундаментальна наука, сягає у своєму розвитку такого рівня, що має у власному арсеналі безліч методик, за допомогою яких можна ставити і вирішувати складні питання, які стосуються різних сфер людського буття. Якщо врахувати фундаментальність пропонованих філософією знань, вона може стати прекрасним інваріантом для забезпечення бізнесу кваліфікованими фахівцями, які в запасі мають цілу низку відповідних сьогоденню soft skills. Але, для того аби налагодити співпрацю, необхідно створити ефективну модель партнерства, що буде сприяти взаємодії університету із сучасним бізнес-середовищем. Йдеться про необхідність налагодження комунікацій між філософськими осередками та бізнес-сферою саме на рівні практичної діяльності. Більш того, така практична робота може бути організована ще на рівні здобуття освіти. Це уможливило б швидкість та двобічність інтеграційного процесу. Так, практика в бізнес-структурах студентів увиразнила би «прогалини», які необхідно усунути в процесі набуття знання, а бізнес-структури мали б змогу відкривати горизонт потенційних можливостей, на які спроможний фахівець-філософ.

Щоб побудувати якісне партнерство, потрібно провести аналіз потреб бізнесу, визначити сфери, в яких особливо важлива роль фахівців із філософською освітою. Освітні програми, за якими навчаються здобувачі освіти, мають визначену низку ключових компетенцій. Однак сформувати необхідні сучасному ринку праці компетенції можна лише тоді, коли вони вивіряються і потенційним роботодавцем чи партнером. Так, якщо фахівець із філософською освітою в перспективі може бути залученим до бізнес-середовища,

є необхідність попереднього налагодження зв'язків та формування кола компетенцій чи практичних навичок, які є актуальними.

Сучасний бізнес нерозривно пов'язаний зі складним ландшафтом партнерських відносин, що виникають як всередині, так і поза межами підприємства. Внутрішнє та зовнішнє партнерство стають важливими факторами, які визначають успіх сучасних компаній та формують їхню конкурентну перевагу. Глибоке розуміння освітніми закладами ролі та важливості внутрішнього та зовнішнього партнерства в бізнесі відкриває нові перспективи і можливості плідної співпраці між бізнесом та закладами освіти. Важливо визначити, які саме філософські аспекти потенційно можуть вплинути на ефективність та продуктивність бізнес-процесів, а також як вони можуть сприяти їхньому оптимальному розвитку.

Оскільки філософія може природним способом завдяки своїм методам вирішувати нескінченну кількість завдань в бізнесі, то виникає потреба у новому підході до підготовки фахівців, підході, який поєднує філософські принципи зі стратегічним баченням бізнесу.

Філософські принципи відіграють визначальну роль у формуванні стратегічного мислення та прийнятті рішень у сучасному бізнесі. Цей вплив охоплює глибокі філософські концепції, які визначають основні цінності та цілі організації. Філософські принципи етики та соціальної відповідальності покликані встановлювати межі між суб'єктивним та об'єктивним, сприяючи створенню стратегій, які етично відрегульовані зі споживачами. Екзистенціалістські принципи індивідуальності та свободи створюють умови для інновацій та розвитку конструктивних відносин у бізнес-середовищі. До прикладу, платонівське вчення про ідеальне та ідеї як основу реальності може бути виявлене у стратегічному мисленні. Компанії можуть прагнути досягти ідеалів у своїх стратегіях, встановлюючи високі стандарти та приймаючи більш якісні рішення. Або ж, користуючись

принципом категоричного імперативу Іммануїла Канта, компанії можуть приймати такі стратегічні рішення, які вимагають урахування інтересів всіх бенефіціарів, задіяних у реалізації проєкту. Це спонукає до розгляду різних сценаріїв та впливає на їх етичні наслідки. Феноменологічний підхід теж може стати в нагоді в сучасному ринковому середовищі, адже має властивість сприяти розумінню контексту переживання тих же клієнтів. Також може сприяти створенню стратегій, спрямованих на задоволення їхніх потреб.

Принципи емоційного інтелекту, розвитку якого теж сприяє філософія, можуть враховуватися під час розробки стратегій, які звертають увагу на емоції індивіда. До прикладу, стратегії підприємств, які працюють у кращих традиціях споживацької культури та продають враження. Обізнаність на принципах функціонування емоційного інтелекту дозволяє розпізнати власні емоції, допомагає сприймати та розуміти емоції інших людей. Це, власне, допомагає взаємодіяти та співпрацювати з іншими людьми, враховуючи їхні емоції, досягати міжособистісної ефективності у співпраці з колегами [1].

Філософські принципи сприяють формуванню стратегій, орієнтованих на збалансованість та глибоке розуміння потреб клієнтів, співробітників та суспільства в цілому. Ці принципи також відіграють важливу роль у формуванні повноцінної особистості та сприяють розвитку та розкриттю творчого й емоційного потенціалу людини.

Етичні концепції відіграють важливу роль у формуванні та визначенні корпоративної відповідальності та стратегій сталого розвитку компаній. До прикладу, етична концепція консеквенціалізму, яка базується на визначенні моральності дії залежно від її наслідків, може визначати корпоративну відповідальність через оцінку соціальних, екологічних та економічних наслідків діяльності компанії. Компанії, які керуються цією концепцією, можуть розвивати стратегії сталого розвитку, спрямовані

на досягнення позитивних результатів для всіх зацікавлених сторін. Деонтологічна концепція, що визначає моральність дії через суворе виконання обов'язку, може стимулювати компанії визначати свою відповідальність на основі чітких етичних норм та стандартів. Це може включати в себе розробку корпоративних кодексів поведінки та впровадження етичних стандартів в усі сфери діяльності. Етична концепція свободи та індивідуальності може підкреслити важливість поваги до прав та свобод кожного індивіда. Компанії, які враховують цю концепцію, можуть активно працювати над розвитком сфери корпоративної відповідальності, забезпечуючи права своїх співробітників та споживачів. *Етичні концепції стають основою для розробки стратегій корпоративної відповідальності та сталого розвитку, надаючи компаніям моральний фундамент для визначення їхнього внеску в соціальні, екологічні та економічні аспекти сучасного світу.*

Інтеграція філософських принципів може значно покращити ефективність комунікації. До прикладу, філософія екзистенціалізму, що значною мірою спрямована на особисту рефлексію, є важливим елементом розвитку самопізнання. А в контексті діалогу розвиває навички активного слухання та взаєморозуміння, сприяючи зміцненню комунікаційних здібностей. Конфуціанська філософська концепція, що культивує принципи гідності, поваги та справедливості, на практиці може сприяти формуванню лідерських якостей та розвитку тісних взаємин в команді. Філософія комунікативного діалогу зосереджує увагу на розумінні різних точок зору та допомагає у пошуку спільних рішень. Принципи стоїцизму, такі як самоконтроль та відповідальність за власні дії, можуть стати в нагоді для розвитку особистісних лідерських якостей. Плюралізм допомагає підтримувати ідеї різноманітності та відкритості до різних точок зору, сприяє створенню культури, де кожен має можливість висловити свої думки та ідеї. Інтегративний гуманізм створює акцент на

гідності та універсальних цінностях, може сприяти взаєморозумінню та співпраці. Загалом, філософський підхід до формування навичок комунікації та лідерства розширює розуміння світу, розвиває критичне мислення та сприяє етичній та ефективній взаємодії в команді.

Інновації в бізнесі вимагають творчого та глибокого підходу, а взаємодія філософських досліджень із бізнес-ідеями може стати катализатором для створення новаторських рішень та технологій. За допомогою метафізики аксіології можна визначати цінності та переконання, що дають основу для створення інноваційних бізнес-моделей. Епістемологічний філософський підхід може допомогти виявити ключові питання та визначити принципи, які визначають можливості для інновацій. Філософська естетика здатна стимулювати креативність та допомогти у створенні інноваційних дизайн-рішень. Онтологія надає розуміння існування та суті ідеї, може слугувати основою для розробки нових, нестандартних концепцій. Філософія права та етика працює над етичними аспектами інновацій, може гарантувати їхню відповідність соціальним цінностям та нормам. Феноменологія здатна надавати розуміння того, як впливають інновації на сприйняття людей, та може допомогти у створенні продуктів та послуг, які відповідають потребам суспільства.

Філософи можуть принести аналітичний погляд, допомагаючи підприємцям *розкрити потенційні аспекти інноваційних проектів*. Здатність філософів до глибокого аналізу та виявлення фундаментальних проблем може зміцнювати *стратегічне планування бізнес-проектів*. За участю філософів може бути створено *етичний фундамент для проектів*, що сприяє довірі та підтримує *відповідальну поведінку у бізнесі*. Встановлення спільних цінностей для філософів та підприємців допомагає створювати *конструктивні та стійкі відносини*.

Філософський підхід може сприяти розв'язанню проблем та імплементації новаторських

ідей. Філософія сприяє розвитку навичок взаєморозуміння та діалогу, що може посприяти підприємцям та філософам ефективно обмінюватися ідеями та концепціями. Таким же чином, як співпраця філософів із різних культур сприяє створенню інновацій, які відображають різноманіття поглядів та досвіду. Філософи можуть допомагати створювати концептуальну прозорість у проєктах, що полегшує сприйняття ідей та стратегій усіма учасниками. Співпраця між філософами та підприємцями може стати силою, що стимулює створення інновацій та стійкий розвиток сучасного бізнесу.

У світі вже існують ініціативи щодо *філософського консультування в бізнесі та самореалізації філософів у бізнес-середовищі*. Частина активних філософів вже зробила крок уперед у зближенні цих двох, здавалося б, відмінних сфер. І ця активність вже приносить позитивні результати для всіх зацікавлених сторін.

До прикладу:

– Dennis Schutijser (PhD Candidate in Philosophy of Care at Toulouse, France) здійснює практичну діяльність радника з управління в Національному офісі ідентифікаційних даних. Як радник з питань управління допомагає загальному керівництву Нідерландського національного офісу ідентифікаційних даних (Rijksdienst voor Identiteitsgegevens, RvIG). Консультує їх із політичних та адміністративних питань і виконує зв'язуючу роль як всередині організації, так і в політичному та соціальному контексті.

Dennis Schutijser у 2020 році також заснував у Кіто (Еквадор) філософську агенцію – *лабораторію філософської практики PhilosoLab*, спрямовану на консультування в бізнесі та освіті. PhilosoLab пропонує індивідуальні філософські консультації та запрошує до участі у філософському консультуванні для бізнесу, а також у сесіях тренінгу з філософії [2];

– Matt Durski заснував Philosophy Consulting в Чанхассен, Міннесота, США, та допомагає компаніям у впровадженні

інновацій. «Philosophy Consulting» займається *бізнес-стратегіями клієнта та бізнес-дизайном з використанням філософії для навігації до зростання*. Маючи ступені магістра та бакалавра з філософії, а також сертифікацію управління проєктами (PMP), *керує відділом філософського консультування*, маючи багаторічний досвід у лідерстві в області операцій, підприємництва, цифрових технологій, продуктів ІТ та програм у провідних організаціях галузі, таких як Life Time Inc, UnitedHealth Group, Mayo Clinic, Pearson та Social Security Administration. Matt Durski, маючи досвід у галузі прикладної філософії, працює як менеджер онтології та консультант з біоетики щодо етичних аспектів персоналізованої медицини. Відданий своїй пристрасі до філософії, працює як викладач філософії та член Американської асоціації філософів-практиків (APPA) [3];

– Dr. Danielle LaSusa, маючи ступінь доктора філософії Temple University (2010), як доцент кафедри філософії та соціальних наук викладала філософію у коледжі Bard High School Early College у Квінсі, штат Нью-Йорк (2011-2015 рр.). Перебуваючи там, Danielle LaSusa працювала лідером профспілкового відділення UFT і членом команди керівництва школи, була членом комітету зі стратегічного планування Барда та очолила перший щорічний день симпозіуму, конференцію, яка включала від 60 до 650 учасників, як студентів, так і викладачів. Крім того, перебуваючи в Нью-Йорку, стала співзасновником NYC Public Philosophy Network, яка проводила громадські збори для філософських розмов.

Danielle LaSusa реалізує послуги з філософського коучингу, використовуючи критичні дослідження та глибокі філософські знання, щоб допомогти зрозуміти власні моделі мислення та жити більш усвідомленим і процвітаючим життям. Ось кілька прикладів: робота з моральними дилемами; дослідження питань сенсу та мети; керування змінами в ідентичності

та самооцінці; визначення та дослідження особистої життєвої філософії [4].

Ці та інші приклади інтеграції філософів в управлінські та бізнес-стратегії дають змогу побачити, що філософія є досить динамічною сферою, яка здатна до швидкої адаптації відповідно до площини діяльності. А також у ній закладено той потенціал, який здатен реорганізувати будь-які структури та виводити їх на якісно новий рівень діяльності.

Так, сучасні компанії, які націлені на довгострокову роботу в ринковому середовищі, мають обирати і критичні діяльнісні підходи, дотримуються етичних принципів та соціальної відповідальності. Для того щоб відповідати цьому та ефективно взаємодіяти в складному середовищі, компанії роблять ставку на партнерські відносини, які формують як всередині компанії, так і за межами підприємства. Внутрішнє партнерство є взаємодією та співпрацею всередині організації між різними підрозділами та командами. Воно сприяє створенню єдиної корпоративної культури, спрямованої на спільні цілі та взаємне розуміння між працівниками. Один із ключових аспектів внутрішнього партнерства – це підтримка відкритого спілкування та обміну інформацією, що сприяє ефективності внутрішніх бізнес-процесів.

Зовнішнє партнерство – це співпраця між різними компаніями або між бізнесом та зовнішніми стейкхолдерами. Це може включати стратегічні альянси, партнерства з постачальниками та замовниками, а також участь у галузевих консорціумах. Важливим аспектом зовнішнього партнерства є спроможність підприємства адаптуватися до змін на ринку, сприяти інноваціям та покращенню конкурентоспроможності.

Освітні заклади мають звернути особливу увагу на розвиток сектору партнерських відносин. З одного боку, це потрібно для того, щоб мати спроможність готувати якісних фахівців з необхідними знаннями у сфері партнерських відносин та бути конкурентоспроможними на ринку освітніх послуг в умовах глобалізації світу.

З іншого боку, освітній заклад що прагне бути успішним та намагається знаходитись серед прогресивних навчальних закладів, повинен вміти ефективно будувати внутрішні і зовнішні здорові відносини.

До прикладу, виконавчий віце-президент з досліджень Чаукі Т. Абдаллах в Технологічному інституті Джорджії на початку 2020 року започаткував ініціативу планування – Commission on Research Next (CRN), за допомогою цієї ініціативи створюється нова стратегія для майбутнього дослідницького підприємства Georgia Tech. У першій фазі CRN оцінювала поточний ландшафт університетів, що займаються інтенсивними дослідженнями. CRN використовував знання та досвід викладачів, співробітників і студентів Georgia Tech, щоб проаналізувати, як виглядатиме дослідницький ландшафт у майбутньому для Georgia Tech та інших університетів. У другій фазі команда викладачів, співробітників і студентів, розробила стратегію того, як дослідницьке підприємство Georgia Tech – відповідно до нового стратегічного плану інституту – відповідатиме на ці виклики та рухатиметься вперед, у наступні десятиліття. Зараз триває третя фаза, розробляються стратегії навколо 16 цілей, зібрані сім проектних команд впровадження. Commission on Research Next приділила велику увагу зовнішньому партнерству університетів, а саме аналізу зв'язку між дослідженнями, освітою та потоком цінностей між ними. Розглядається питання про те, як дослідницькі університети можуть культивувати портфолію цілеспрямованих стратегічних відносин, посилюючи вплив на індивідуальні, інституційні, міські, державні, регіональні, національні та глобальні виміри. Поряд із питаннями зовнішнього партнерства культивується внутрішнє партнерство, розглядаються явні та неявні функції та структури, які використовує університетська дослідницька екосистема для виконання своєї місії [5].

Осміслене вивчення ролі та значення внутрішнього та зовнішнього партнерства в бізнесі, з огляду на особливості освітніх

закладів, розкриває нові можливості для ефективної співпраці між підприємствами та освітніми установами. Науково-філософський аналіз цих форм партнерства може розкрити глибинні підходи та відкрити нові горизонти для розвитку бізнес-відносин.

Будуючи внутрішні партнерські відносини, компанії орієнтуються на створення корпоративної культури. *Інтегрована філософська основа в бізнес дозволяє краще зрозуміти її цільові орієнтації, взаємодію зі стейкхолдерами та вплив на етичний складник працівників.* По-перше, філософія може більш ясно розкрити перед працівниками ідеї існування компанії та напряму розвитку, більш ґрунтовно пояснити цінності, переконання і місію. По-друге, філософія може дати ґрунтовні пояснення, які ідеї є конструктивними і допомагають компанії бути здоровою і конкурентоспроможною, а які ідеї є деструктивними та можуть руйнувати компанію зсередини. Розгляд різних філософських концепцій, таких як «екзистенціалізм», «прагматизм» чи «гедонізм», може висвітлити різні підходи до

співпраці та внутрішньої взаємодії. Глибоке розуміння працівниками цінностей і напрямів компанії може утворити унікальне корпоративне середовище, де працівники будуть мати можливість реалізувати свій потенціал, отримувати прибуток і задоволення від роботи в компанії.

Партнерство є важливим складником суспільства, бізнесу, освіти. Співпраця суспільства, бізнесу й освіти є основою сталого розвитку. Бізнес створює робочі місця та інновації, суспільство визначає цінності, а освіта формує потрібні навички. Разом вони утворюють ефективну систему, сприяючи загальному добробуту. Адже діяльність та стосунки людей є раціонально обґрунтованими лише тоді, коли вони не підривають онтологічних підвалин людського існування, забезпечують виживання роду людського. Розумом людина здатна досягнути ідею справедливості, і тому треба шляхом просвіти навчити її різних способів розумного зважування власної поведінки. Як наслідок вільного вибору така поведінка має бути водночас внутрішнім велінням.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Гоулман, Д.** (2023). Емоційний інтелект в бізнесі. Київ : Віват, 528 с.
2. **Schutijser, D.** (2020). PhilosoLab, Laboratory for Philosophical Practice in Counseling, Business, and Training. Retrieved from: <https://philosolab.wordpress.com/> [in English].
3. **Durski, M.** (2018). Philosophy consulting. Retrieved from: <https://philosophyconsulting.com/> [in English].
4. **LaSusa, D.** (2024). Philosophical Coaching. Retrieved from: <https://www.daniellemlasusa.com/philosophical-coaching> [in English].
5. **Chaouki T., & Abdallah (2020).** Commission on Research Next. Retrieved from: <https://research-next.gatech.edu/report> [in English].

REFERENCES

1. **Houlman, D.** (2023). Emotsiyni intelekt v biznesi. [Emotional intelligence in business]. Kyiv : Vivat, 528 s. [in Ukrainian].

Kateryna HONCHARENKO, Petro LINKEYYCH

Integration of specialists with philosophical education in the business environment: opportunities and perspectives

This scientific work is devoted to the study and analysis of the process of integration of specialists with a philosophical education into the business environment. In particular, the research examines new perspectives and opportunities that arise when specialists with a philosophical background are involved in the corporate sector. The authors investigate the possibilities of the influence of specialists with a philosophical education on the development and strengthening, in particular, of creativity, strategic thinking or ethical competence in the field of business.

The work highlights key strategies and innovative approaches that can be used to successfully integrate philosophy-educated professionals into various areas of business. Special attention is paid to the disclosure of opportunities and prospects for creating a favorable environment where specialists with a philosophical education can effectively interact with the business sector and influence strategic management and participate in decision-making.

Key words: integration, education, innovation, organizational culture, strategic reflection, humanitarian values, sustainable development, intercultural management, social responsibility, critical thinking, partnership, business interaction.