

9. Коряковцева Н. Ф. Современная методика организации самостоятельной работы изучающих иностранный язык: пособие для учителей. / Н. Ф. Коряковцева. – М.: Аркти, 2002. – 175 с.
10. Николаева С. Ю. Технология «Портфолио» в высшем профессиональном образовании / С. Ю. Николаева // Иноземні мови. – № 2. – 2013. – С. 47–54.
11. Положення «Про організацію та проведення практик студентів Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка». – 2012р. – 16 с.
12. European Language Portfolio. Portfolios. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.coe.int/T/DG4/Portfolio/?L=E&M=/main_pages/portfolios.html
13. European Portfolio for Student Teachers of Languages. David Newby Anne-Brit Fenner, Barry Jones, Hanna Komorowska, Kristine Soghikyan. Council of Europe 2007. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecml.at/epostl>
14. Insights into the European Portfolio for Student Teachers of Languages (EPOSTL) Editor David Newby (2012). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epostl2.ecml.at/>
15. Using the European Portfolio for Student Teachers of Languages Anne-Brit Fenner 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epostl2.ecml.at/>

УДК 378

Л. П. ВАШКІВ, О. П. ВАШКІВ

КЕЙС-МЕТОД ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ

Розглядаються практичні аспекти застосування кейс-методу у процесі вивчення питань соціальної відповідальності бізнесу. Деталізується ситуаційна вправа на рівні її складових елементів. Характеризуються особливості кейс-методу та його переваги у порівнянні з традиційними формами навчання. Пропонується сценарій конкретної ситуаційної вправи «Хліб наш насущний», підготовлений в результаті участі авторів у державній програмі «Українська ініціатива», за якою передбачалось стажування на підприємствах Німеччини.

Ключові слова: кейс-метод, ситуаційна вправа, соціальна відповідальність бізнесу.

А. П. ВАШКІВ, Л. П. ВАШКІВ

КЕЙС-МЕТОД КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Рассматриваются методические аспекты использования кейс-метода в процессе изучения вопросов социальной ответственности бизнеса. Детализируется ситуационное упражнение на уровне его составных элементов. Характеризируются особенности кейс-метода и его преимущества в сравнении с традиционными формами обучения. Предложен сценарий конкретного ситуационного упражнения «Хлеб наш насущный», подготовленный в результате участия авторов в государственной программе «Украинская инициатива», согласно которой предполагалась стажировка на предприятиях Германии.

Ключевые слова: кейс-метод, ситуационное упражнение, социальная ответственность бизнеса.

A. P. VASHKIV, L. P. VASHKIV

CASE METHOD AS A MEANS TO INTENSIFY THE EDUCATIONAL PROCESS OF INTENDING ECONOMISTS

The article presents practical aspects of case-method usage in the process of researching social responsibility of business. The paper also gives a detailed insight into a situational exercise on the level of its constituting elements. Case-method has been characterized in terms of its peculiarities and the advantages, and

in comparison to the traditional teaching methods. This article also presents a scenario of a situational exercise «Our daily bread», which has been prepared as a result of authors' participation in the state programme «the Ukrainian Initiative», which presupposed training at the enterprises in Germany.

Keywords: *case-method, situational exercise, social responsibility of business.*

Курс України на євроінтеграцію, реалізація Болонських принципів в освіті потребують суттєвого перегляду навчально-методичного інструментарію, реалізації нових освітніх технологій, орієнтованих на формування людини і фахівця, що не лише володіє теоретичним матеріалом, а й досвідом і навичками фахового характеру. Натомість сучасна система освіти в Україні фокусує свою увагу виключно на тому, аби давати правильні, а почасти і єдині відповіді на ті чи інші питання. Це цілком справедливо, коли йдеться про точні науки, проте стосовно дисциплін соціального, зокрема економічного характеру часто спрацьовує як обмежуючий чинник.

Метою статті є аналіз особливостей застосування кейс-методу як засобу активізації навчального процесу, що дає можливість студентам генерувати різні шляхи вирішення економічних проблем і завдань.

Традиційне навчання будується навколо аналітичного мислення, творче ж при цьому залишається поза увагою навчального процесу. Вирішення цих проблем бачиться у зміщенні освітнього акценту з нарративного у бік проблемно-орієнтованого навчання через рівноправний діалог дійових осіб пізнання – викладача і студента. Однією з таких методик є ситуаційне навчання (кейс-методика). У сучасній вищій школі України кейс-методика застосовується порівняно недавно. Функціонуючи разом з іншими активними освітніми методами, вона впевнено і обґрунтовано зайняла своє місце. Сутність кейс-методу дослідники визначають так: «Метод ситуаційного навчання оперує особливим видом істини. Йдеться про стохастичну, ситуаційну істину, що сама по собі не є однозначною, знаходиться у певному інтервалі істинних суджень. Ця істина максимально прагматизована. Вона пов'язана з практичною, багатоваріантною діяльністю людей» [6, с. 33].

Розвиток і поширення ситуаційної методики зумовлені як зростаючою динамікою соціальних змін, необхідністю подолання статичності традиціоналізму, так і потребою у реалізації творчого потенціалу студентів через різноманітність підходів у вирішенні практичних ситуацій. При цьому основне завдання кейс-методики полягає не у формуванні певного завершеного знання, а у виробленні навичок поведінки залежно від ситуації, що склалася.

На переконання І. Петрової та А. Венгера, важливою умовою успішного застосування вказаного методу є його «золоте правило»: він має сприяти поглибленню та кращому засвоєнню навчального матеріалу. Трактуючи кейс як «завжди подарунок, який викладач дарує студентам і собі», автори застерігають від втрати доцільності його застосування. Така ситуація стає можливою за умови «відриву від програми», випадання «з логіки курсу», перетворення методу в гру заради гри [5, с. 10–11]. У міркуваннях зазначених авторів ми поділяємо їхнє бачення можливостей використання ситуаційної методики у вищій школі України «не замість, а поряд з класичними навчальними методиками» [2, с. 16]. Національна освіта, в якій домінує «просте запам'ятовування обмеженого ядра інформації» [1, с. 49], все ж зобов'язана розвивати мислення, уяву, креативний підхід. А отже, цілком логічно, що ситуаційні вправи (кейс-методика) покликані *не замінити, а допомогти поглибити* такі усталені класичні форми навчального процесу, як лекція, семінар, практичні заняття.

У ситуаційній вправі студент має можливість і обов'язок реалізувати свої творчі потенції, відчути себе відкривачем, дослідником, зрештою, шукачем. В. Сухомлинський був переконаний, що така потреба особливо сильна у «дитячому духовному світі» [7, с. 480]. Досвід Тернопільського національного економічного університету переконує: ця потреба не втрачає своєї актуальності у період, який, зазвичай, визначаємо як час юнацького максималізму, коли віра у свої сили і потреба їх реалізації постає гостро і безповоротно. Спрямувати амбіції студентської молоді у потрібному руслі дозволяє, серед іншого, і кейс-методика. «Розглядаючи ситуаційну вправу, студенти мають займати активну позицію. Вони не тільки генерують ідеї, але й фактично створюють процес навчання. При цьому студенти активно взаємодіють один з одним, що імітує реальність, комунікативні залежності, які виникають між людьми у

процесі їх спільної діяльності. Навчальний процес набуває форми творчого пошуку. У процесі розгляду ситуації студенти самі створюють певне узагальнене знання концептуального характеру» [3, с. 6].

Серед багатьох проблемних питань, для творчого вирішення яких варто вдаватися до методу ситуаційного навчання, особливо актуальними нині є питання соціальної відповідальності бізнесу. Багатоаспектність і багатоваріантність цього питання можна розглянути за допомогою ситуаційної вправи, сценарій якої запропоновано нижче. У ситуаційній вправі описано досвід соціально-етичної поведінки керівника невеликої хлібопекарні. Мета ситуаційної вправи – формування у студентів чіткого розуміння соціально-етичної відповідальності керівника перед колективом працівників, споживачем і суспільством у цілому.

Сценарій ситуаційної вправи «Хліб наш насущний»

Наближалось Різдво Христове – одне з улюблених свят власника і менеджера невеликої тернопільської хлібопекарні Маркіяна Н. Його передсвяткові клопоти зумовлювала потреба випекти партію калачів, попит на які у ці дні, незважаючи на далеко не символічну ціну, завжди високий. Мотивували й замовлення від постійних партнерів. Найбільше турбувався пекар, як відтворити давній смак домашніх калачів на сучасному обладнанні.

Маркіян згадав, як життєві обставини змусили його змінити професію учителя на фах економіста. Він пройшов перепідготовку і стажування за державною програмою «Українська ініціатива».

У процесі опанування нових знань багато речей, на які до цього, здавалось, і не звертав уваги, виявились дуже важливими у забезпеченні ефективного функціонування і розвитку підприємства. Чи не найбільше – стосовно соціальної відповідальності виробника перед споживачами щодо якості продукції та відповідної правдивої інформації. Адже не секрет, що, розпочинаючи справу з випікання хліба і намагаючись здешевити його виробництво, довелося вибудовувати такий технологічний ланцюжок, в основі якого – використання поліпшувачів хліба: розпушувачів, метил-целюлозних стабілізаторів, антиоксидантів, вологоутримуючих агентів і т. д. Вплив останніх на організм людини до кінця не вивчений... А тут ще й документальний фільм «Уся правда про хліб» на каналі СТБ показали. У нас, звичайно, таких серйозних технологічних порушень, які зафіксовані у фільмі, немає, і наша продукція не потрапляє у ті 36% хліба, що в Україні не відповідають встановленим санітарно-гігієнічним і технічним вимогам. Але, думаючи про це, Маркіян відчував тривогу.

Згадалось також зовсім недавнє стажування в берлінській хлібопекарні «Märkisches Landbrot GmbH». Там дивувало буквально все. Мале підприємство з 39 працівниками щодобово забезпечує виготовлення і випікання 6 тис. буханців хліба, асортимент якого налічує 35 сортів. Як результат – річний оборот підприємства становить приблизно 4,5 млн. євро. При цьому чиста рентабельність становить лише 4 %. Як пояснив менеджер, головним поточним і перспективним завданням фірми є висока якість продукції. За своїми споживчими характеристиками хлібобулочні вироби МП «Märkisches Landbrot GmbH» відносяться до категорії біохліба (екологічно чистого хліба). Серед визначальних кроків пекарні у цьому напрямку є отримання на свою продукцію міжнародних сертифікатів якості престижної у Німеччині асоціації «Demeter». Такий сертифікат не лише підтверджує найвищий рівень якості продукції, а й означає, що продукція на 90 % виготовлена із сировини, що теж сертифікована цією асоціацією. Останнє є свідченням того, що збіжжя отримано в біодинамічних сільськогосподарських умовах. Основний принцип фермерів, що займаються таким видом господарства, – догляд за землею та утримання її у такому стані, за якого б основні репродуктивні та фізико-хімічні властивості землі з року в рік поліпшувалися. Це досягається за рахунок збільшення кількості різновидів насаджень, органічного їх підживлення та категоричного недопущення у своїй практиці застосування мінеральних добрив, препаратів для боротьби зі шкідниками, а також генетично-модифікованих організмів.

Виявляється також, що попри розмаїття ринку збіжжя, МП «Märkisches Landbrot GmbH», територіально розташовуючись на Бранденбурзькій землі, закуповує зерно для борошна лише у фермерів, які теж територіально належать до неї. І це при тому, що вартість місцевого збіжжя (сертифікованого асоціацією «Demeter») у 3–4 рази вища від ринкової. Зрозуміло, вартість борошна у собівартості хліба коливається від 2 до 7 % залежно від сорту і це суттєво не

впливає на ціну реалізації. Але ж, з погляду ефективності, такий підхід важко обґрунтувати. Це чимось нагадує відновлене в нинішній Україні гасло «Свій до свого по своє!». Проте, на жаль, у нас воно частіше згадується в мас-медіа (та й то вельми неоднозначно), аніж застосовується у практиці.

І Маркіянові пригадався переказ з Києво-Печерського патерика, в якому блаженний Феодосій відкрив князеві Ізяславу монастирську традицію випікання хліба. Її суть полягала у шанобливому підході до святої справи, у добрих думках і намірах, що супроводжували цей процес, у натхненній Божій благодаті, що сповнювала серця і руки пекарів-ченців [4, с. 51–52].

І Маркіян збагнув, що він має чинити далі.

Запитання і практичні завдання

1. Про який тип соціальної поведінки керівника підприємства йдеться у ситуаційній вправі? У чому її суть?

2. Чи є у вітчизняних споживачів на найближчу перспективу можливість придбання екологічно чистих продуктів харчування? Чи може цьому посприяти реалізація гасла-принципу «Свій до свого по своє!»?

3. Сформулюйте принципи морально-етичної поведінки виробника у контексті його соціальної відповідальності перед споживачами продукції підприємства і суспільством. Доведіть або спростуйте їх ефективність.

Методичні рекомендації до проведення ситуаційної вправи

Обов'язковою умовою ефективного проведення ситуаційної вправи є попередня підготовча робота як з боку викладача, так і студентів. У зазначеному конкретному випадку студентам варто самостійно ознайомитися зі специфікою біодинамічного сільського господарства (і землеробства зокрема) та його підтримкою з боку відповідних структур Європейського Союзу; з'ясувати основні принципи функціонування міжнародної екологічної асоціації «Demeter» та її системи сертифікації продукції; відстежити причини виникнення гасла-принципу «Свій до свого по своє!» та його відродження у сучасних вітчизняних економічних умовах.

Більшість дослідників обов'язковою складовою кейс-методу вважають оприлюднення авторського бачення відповідей на поставлені запитання і завдання. У нашому випадку бачимо їх так:

Авторське бачення відповідей на запитання

1. У ситуаційній вправі головна увага акцентується на морально-етичній поведінці керівника підприємства. Відомо, що етика тісно пов'язана із внутрішніми цінностями, а ті, відповідно, є частиною корпоративної культури і, впливаючи на прийняття рішень, визначають їх соціальну припустимість у межах існуючого зовнішнього середовища. Виробник повинен враховувати як інтереси колективу та споживачів, так й інтереси суспільства. Показовими щодо цього можуть бути міркування М. Фрідмана: «Існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови, що він дотримується правил гри... (і) бере участь у відкритій конкурентній боротьбі, не вдаючись до обману та шахрайства» [9, с. 143].

2. Популярність екологічно чистих (органічних) харчових продуктів в Україні повільно, але впевнено зростає. Зараз їх частка на продуктовому ринку не перевищує 0,5 %. Отже, можна констатувати значну частку незадоволеного попиту. Крім того, в Україні почали проводитися ярмарки екологічно чистих продуктів. Спостерігаються зрушення й у сфері біодинамічного сільського господарства. Якщо у світі ринок біодинамічних продуктів перевищує 60 млрд. дол. США і до такого виробництва причетні продуценти із 141 країни, на потреби яких залучено понад 32 млн. га землі, то в Україні таких господарств заледве більше 100 і в їхньому розпорядженні перебуває понад 270 тис. га землі (20 місце у світі). Ще одним позитивним зрушенням у цьому напрямку є створення Федерації органічного руху України та прийняття у 2007 р. у першому читанні проекту закону «Про органічне виробництво».

Таким чином, реалізація принципу «Свій до свого по своє!», поряд з соціально-етичною поведінкою виробників, сприятиме розвитку в Україні сучасного ринку органічних харчових продуктів.

У руслі першого питання у сказаному вище вбачається й соціальна відповідальність бізнесу перед суспільством: грошові засоби обертаються в межах національної економіки, працюючи на неї і обслуговуючи її; створюються додаткові робочі місця; зростає суспільний добробут; поліпшується морально-етичний клімат у суспільстві; покращується здоров'я нації.

3. Робота над цим питанням передбачає поділ групи на кілька малих підгруп, кожна з яких працює над одним із напрямів соціальної відповідальності виробника і відповідними принципами морально-етичної поведінки: задоволення розумних потреб покупців з урахуванням інтересів суспільства; постійне оновлення асортименту за рахунок нових товарів, які, належно задовольняючи попит і потреби споживачів, більшою мірою відповідають суспільним інтересам; відмова від виробництва та реалізації товарів, які суперечать інтересам суспільства.

Репрезентуючи отримані результати, кожна підгрупа студентів намагається довести доцільність запропонованих принципів. Інші підгрупи або підтримують їхнє бачення, або ж спростовують його.

Отже, за умілого застосування кейс-метод (разом з іншими методами) здатен допомогти у вирішенні концептуальних завдань, причому не вузькофахового, а й загальнонаціонального характеру. Адже «розвинена нація – це не кількість хліба і штанів на душу населення, а здатність високоосвіченого, критично мислячого народу своєчасно виявляти і вирішувати суспільні проблеми, не породжуючи при цьому інших, ще жахливіших проблем» [8, с. 8]. Таке завдання якраз і стоїть перед вищою школою, що, власне, й покликана формувати майбутнє кожної нації – її молодь.

На завершення, відзначимо, що метод ситуаційного навчання, порівняно з традиційним, вирізняється низкою істотних переваг. Кейс-метод є методом інтенсивної освіти, реалізація якого мобілізує та активізує обидві сторони навчального процесу – студентів і викладачів; дає змогу залучати гносеологічний, праксеологічний і аксіологічний потенціал як студентської аудиторії, так і викладача, дозволяючи опановувати значні обсяги знань, формувати професійні якості у студентів, що легко інтегрується з іншими навчальними методиками, збагачуючи їх та підвищуючи функціональні можливості; має значні можливості для формування значущих соціальних і професійних якостей студентів, їх здатності адаптуватися до екстремальних ситуацій і приймати адекватні їм рішення; своїм демократизмом відповідає реаліям сучасного суспільства та його цінностей, що, відповідно, створює умови для духовної і творчої свободи студента.

ЛІТЕРАТУРА

1. Драйден Г. Революція в навчанні; пер. з англ. М. Товкало / Гордон Драйден, Джаннетт Вос. – Львів: Літопис, 2011. – 544 с.
2. Конашук В. Українська бізнес-освіта: чи є межа для наслідування західного досвіду? / В. Конашук // Ситуаційна методика навчання: український досвід / Упор. О. Сидоренко, В. Чуба. – К.: Центр інновацій та розвитку, 2001. – С. 13–18.
3. Менеджмент: Ситуаційні вправи: навч. посібник / упоряд. О. І. Сидоренко, П. С. Редько. – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2004. – 568 с.
4. Патерик Києво-Печерський / Упоряд., адаптувала укр. мовою І. Жиленко; відп. ред. В. Колпакова. – К.: Вид. дім «KM Academia», 1998. – 348 с.
5. Петрова І. Методика розвитку мислення і практичних навичок / І. Петрова, А. Венгер // Ситуаційна методика навчання: український досвід / Упор. О. Сидоренко, В. Чуба. – К.: Центр інновацій та розвитку, 2001. – С. 10–12.
6. Ситуаційна методика навчання: теорія і практика / Упор. О. Сидоренко, В. Чуба. – К.: Центр інновацій та розвитку, 2001. – 256 с.
7. Сухомлинський В. О. Сто порад учителю // В. О. Сухомлинський. Вибрані твори: В 5 т. – К.: Рад. школа, 1976. – Т. 2. – С. 419–654.
8. Фрейре П. Формування критичної свідомості; з англ. переклав О. Дем'янчук / Пауло Фрейре. – К.: Юніверс, 2003. – 176 с.
9. Мескон М. Основи менеджмента; пер. с англ. общ. ред. Л. И. Евенко / Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. – М.: Дело, 1992. – 702 с.