

БІЗНЕС-ЦЕНТР ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ВИХОВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВBUSINESS CENTRE AS AN EFFECTIVE FORM OF CULTIVATING
ECONOMIC CULTURE IN STUDENTS

У статті розкрито сутність організації та особливості діяльності Бізнес-центру, що функціонує в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини. Автор доводить, що Бізнес-центр, пропонуючи здобувачам вищої освіти широкі палітру проєктів, в умовах невиключення спеціальних економічних дисциплін в освітній програмі для здобуття різного фаху (крім економічного) є важливою формою набуття економічних знань і компетентностей студентами різних факультетів. Діяльність Бізнес-центру спрямована на сприяння всебічному інтелектуальному розвитку студентів, формування економічної культури, підготовку спеціалістів, які відповідають викликам сьогодення, здатні впевнено використовувати набуті знання, навички, компетентності в конкретній ситуації, постійно оновлювати й удосконалювати отримані знання в нових економічних умовах. Бізнес-центр окреслив перед собою низку важливих завдань, зокрема: забезпечення практичної спрямованості навчання студентів методом «навчання дією»; створення студентських команд в УДПУ для навчання різних груп населення принципам ринкової економіки та основам бізнесу, правовим аспектам підприємницької діяльності, поширення комп'ютерної грамотності, тобто популяризація ідей бізнес-освіти і формування економічної культури населення; розширення кількості людей, задіяних в економіці, бізнесі, бізнес-освіті; створення моди на економічну грамотність та активну життєву позицію (підприємництво як засіб вираження); залучення студентів у проєктну діяльність (самостійне створення бізнес-ігор та інших проєктів). На студентів покладена велика відповідальність у роботі, що надихає і стимулює їх до розширення кругозору та поглиблення економічних знань. Навчаючи інших, студенти набувають глибшого розуміння законів вільного підприємництва, отримують унікальний досвід і розвивають лідерські здібності, необхідні для майбутньої кар'єри.

Ключові слова: Бізнес-центр, економічна культура, економічні знання, економічні компетентності, метод «навчання дією».

The article analyzes the organization and nature of activities of the business centre, which operates at Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University. Offers higher education applicants a wide range of projects, the business centre is an essential form of acquiring economic knowledge and competencies, given that special economic disciplines are not included in degree programmes in various fields (except for economics). The activities of the business centre aim to promote the comprehensive intellectual development of students, cultivate an economic culture and prepare specialists who meet today's challenges, can use acquired knowledge, skills and competencies in some specific situations and strive to improve their knowledge under new economic conditions.

The business centre intends to fulfil some important tasks. They involve the following: to ensure the practical focus of students' education with the help of action learning; to create student teams in the University to teach the principles of market economy and business, legal aspects of business activity to different groups of the population, promote computer literacy and, thus, popularize the ideas of business education and cultivate an economic culture among the population; to expand the number of people involved in economics, business, business education; to create a fashion for economic literacy and active life position (entrepreneurship as a means of expression); to involve students in project activities (independent creation of business games and other projects).

It makes students responsible for their work, which inspires and stimulates them to broaden their horizons and deepen their economic knowledge. Teaching others, students begin to understand the laws of free enterprise better, gain unique experience and develop the leadership skills necessary for future careers.

Key words: business centre, economic culture, economic knowledge, economic competencies, action learning.

УДК 378.017:330.16
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/27.36>

Чучаліна Ю.М.,
викладач-стажист кафедри фахових методик та інноваційних технологій у початковій школі
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Сьогодні кинуло виклик усім сферам діяльності людини. Особливо це стосується економічної: економіки майже всіх країн перебувають на межі великої кризи, багато людей залишилося без роботи, грошовий обіг зменшився в рази, люди, виходячи з наявних коштів, почали по-іншому визначати економічні пріоритети. Позитивного хоч і мало, проте в цьому аспекті позитивним є пробудження економічної культури особистості.

Економічна культура – система цінностей і мотивацій господарської діяльності, шанобливе ставлення до будь-якої форми власності та комерційного успіху як до значного суспільного досяг-

нення, неприйняття «зрівнялівки», створення і розвиток соціального середовища для підприємництва тощо. Ядром економічної культури суспільства є розвинена суспільна економічна свідомість, де формуються ціннісні нормативні основи економічного буття. Саме розвинена суспільна економічна свідомість є рушієм творчої діяльності у сфері економіки.

Економічна культура особистості – це інтелектуальна властивість людини, її здатність осмислювати економічні явища, пізнавати їх, засвоювати економічні поняття, категорії, співвідносити їх із практикою та відповідно орієнтуватися в економічному житті. Економічна культура суспільства

безпосередньо впливає на економічну культуру особистості, оскільки індивідуальна економічна свідомість включає три основні компоненти: знання, почуття і волю суб'єкта. Характерною особливістю людини, яка володіє економічною культурою на високому рівні, є наявність економічної освіченості, підприємництва, зацікавленості, активної життєвої позиції [1, с. 621].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти досліджуваної проблеми знайшли відображення у працях А. Борисова, М. Владики, О. Лобка та А. Макаренка, присвячених питанням економічної культури загалом та економічної культури особистості зокрема.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У закладах вищої освіти, особливо педагогічних, економічну культуру потрібно формувати не тільки шляхом викладання економічних дисциплін, але в системі всього навчального, позанавчального та виховного процесу.

Мета статті – проаналізувати сутність організації та особливості діяльності Бізнес-центру, спрямовану на сприяння всебічному інтелектуальному розвитку студентів, формування економічної культури, набуття економічних знань і компетентностей для підготовки спеціалістів, які відповідають викликам сьогодення.

Виклад основного матеріалу. В Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини створено Бізнес-центр – університетський структурний підрозділ для організації та підтримки позанавчальної діяльності студентів, який функціонує на громадських засадах. Бізнес-центр створено з метою активізації пізнавальної діяльності студентів; формування економічної культури особистості; підвищення якості професійної підготовки майбутніх спеціалістів; виховання творчої особистості і створення можливостей для найбільш обдарованих студентів реалізувати свої здібності; сприяння розвитку творчої, науково-дослідницької роботи студентів, прищеплення їм навичок самостійної роботи; формування середовища спілкування студентів як в УДПУ, так і за його межами; сприяння працевлаштуванню в літній період та після закінчення вишу. Діяльність Бізнес-центру спрямована на сприяння всебічному інтелектуальному розвитку студентів, формування економічної культури, підготовку спеціалістів, які відповідають викликам сьогодення, здатні впевнено використовувати набуті знання, навички, компетентності в конкретній ситуації, постійно оновлювати й удосконалювати отримані знання в нових економічних умовах.

Бізнес-центр окреслив перед собою низку важливих завдань, зокрема: забезпечення практичної спрямованості навчання студентів методом «навчання дією»; створення студентських команд в УДПУ для навчання різних груп населення прин-

ципам ринкової економіки та основам бізнесу, правовим аспектам підприємницької діяльності, поширення комп'ютерної грамотності, тобто популяризація ідей бізнес-освіти і формування економічної культури населення; розширення кількості людей, задіяних в економіці, бізнесі, бізнес-освіті; створення моди на економічну грамотність та активну життєву позицію (підприємництво як засіб вираження); залучення студентів у проектну діяльність (самостійне створення бізнес-ігор та інших проектів).

На студентів покладена велика відповідальність у роботі, що надихає і стимулює їх до розширення кругозору та поглиблення економічних знань. Навчаючи інших, студенти набувають глибокого розуміння законів вільного підприємництва, отримують унікальний досвід і розвивають лідерські здібності, необхідні для майбутньої кар'єри.

Роботу студентів для реалізації проектів координують робочі групи за декількома напрямками, за якими створені сектори (окремі з них уже є самостійними одиницями, однак їхня діяльність підпорядкована первинній структурі університетської бізнес-освіти) (див. рис. 1).

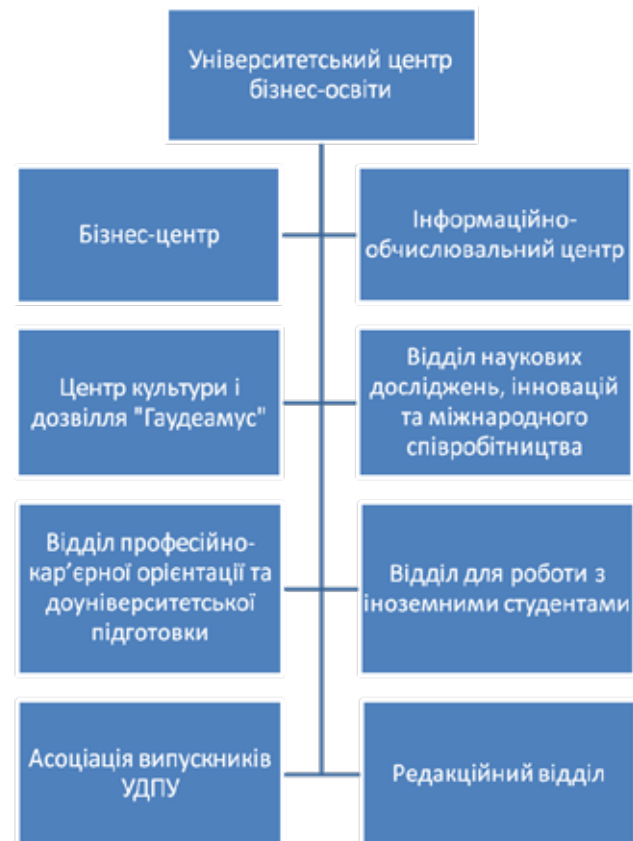


Рис. 1. Структура Університетського центру бізнес-освіти

Економічна культура студента і формування кар'єрного росту. Індивідуальні особливості економічної культури різних людей проявляються в тому, що в них по-різному складаються

співвідношення різних і взаємодоповнюваних видів і форм мисленнєвої діяльності. До індивідуальних особливостей культури належать самостійність, гнучкість, швидкість мислення.

Самостійність мислення реалізована передусім в умінні побачити і поставити нове запитання, нову проблему, а потім вирішити їх своїми силами. Творчий характер мислення чітко проявляється саме в такій самостійності. Гнучкість мислення полягає в умінні змінювати накреслений на початку план вирішення поставлених завдань у разі, якщо той більше не задовольняє умов, які поступово виникають у процесі їх вирішення і які не вдалося врахувати від початку. Швидкість мислення особливо потрібна тоді, коли людині необхідно щось вирішити якомога швидше [3].

Для з'ясування індивідуальних особливостей економічної культури в Бізнес-центрі проводять анкетування, співбесіди, кастинги. Доручаючи роботу студентів, формуючи його кар'єрний ріст у Бізнес-центрі, виходять із видів і форм його мисленнєвої діяльності, самостійності, гнучкості, швидкості мислення, рівня активності життєвої позиції, творчого характеру мислення тощо.

Залежно від цього студент може обіймати ту чи іншу посаду, наприклад:

1. **Виконавець проєкту.** Студент, який працює у складі групи над конкретним проєктом чи його етапом.

2. **Менеджер етапу.** Студент, який працює на етапі розробки і реалізації проєкту.

3. **Менеджер проєкту.** Студент, який самостійно генерує ідею, підбирає собі групу для реалізації проєкту та організовує її роботу.

4. **Менеджер відділу.** Студент, який навчається на старших курсах або молодий викладач ЗВО, який активно працює і демонструє відмінні організаторські здібності для реалізації проєкту.

5. **Виконавчий директор.**

Така організація роботи в Бізнес-центрі дозволяє схематично презентувати її структуру (рис. 2).

Щоб реалізація проєктів за різними напрямками діяльності, зокрема і з формування економічної культури студентів та різних груп населення, була дієвою і відбувалася на високому теоретико-методичному рівні, студенти мають ретельно готуватися, формувати свої викладацькі, підприємницькі й комунікативні вміння. Саме це визначає перший

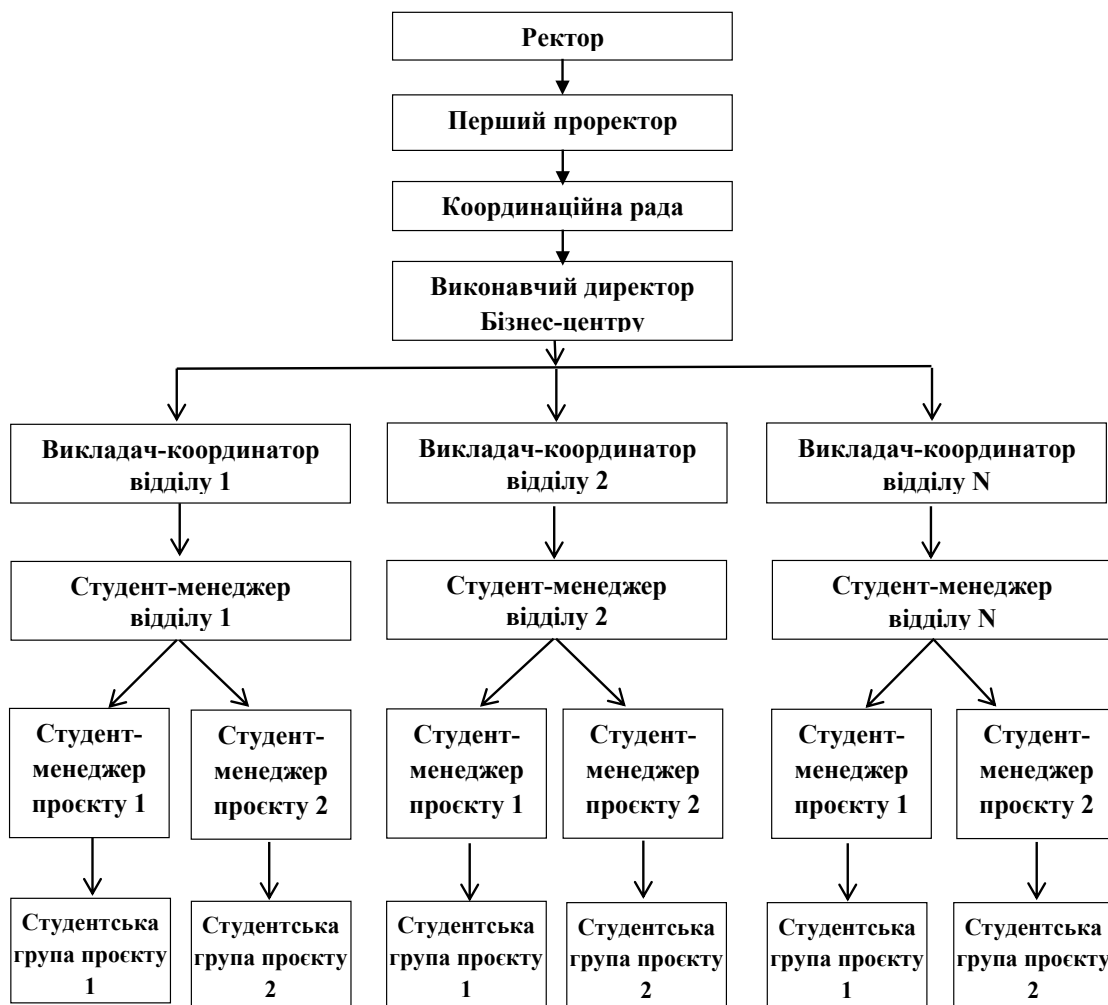


Рис. 2. Організаційна структура Бізнес-центру

пріоритет Бізнес-центру: робота з підбору й підготовки персоналу, що вмотивувала перший проєкт «Комплексна система “навчання дією” персоналу центру», в рамках якого вирішують такі завдання навчання персоналу:

1. Розвиток комунікаційних умінь і культури спілкування.
2. Уміння формувати команди і працювати в команді.
3. Вивчення елементів риторики – науки про теорію, майстерність і закони мистецтва красномовства.
4. Навчання студентів методики та етики викладання і поширення економічних знань.
5. Підготовка студентів у галузі впровадження в освітній процес нових форм і методів навчання.
6. Навчання мистецтва і техніки створення та показу тематично спрямованих комп'ютерних презентацій.

Ці завдання зреалізовані за допомогою тренінгових програм, робочих засідань у формі лекцій-бесід, диспутів, конференцій, інших активних форм і методів навчання. Наприклад, одним з етапів реалізації цього проєкту є створена в Бізнес-центрі «Школа лідера». З листопада 2010 року для студентів університету розпочали проводити тренінги, семінари, ділові та ситуаційні ігри із запрошенням практичних психологів, спеціалістів у галузі менеджменту, бізнесменів, закордонних лекторів.

Іншим важливим складником проєкту «Комплексна система “навчання дією” персоналу центру» є програма навчання новачків. Її метою є швидка адаптація студента до умов роботи Бізнес-центру, створення умов для отримання максимальної віддачі від учасника за максимально короткий строк, ознайомлення з правилами і технологіями роботи в Бізнес-центрі та корпоративною культурою. Отже, навчання студентів, підвищення їх кваліфікації, проходження етапів кар'єрного росту дозволяють вирішувати завдання в інтересах як Бізнес-центру, так і студента, зокрема підвищувати його економічну культуру.

Формування економічної культури студентів методом «навчання дією». Одним із напрямів формування економічної культури студентів є трудове виховання. А.С. Макаренко назвав працю основою людського життя; без сумлінної праці неможливий розвиток економіки, а без трудової культури – культури економічної [4, с. 51–52]. Адже будь-яка економічна діяльність є різновидом праці.

Економічне виховання разом із трудовим вирішують загальні завдання розвитку свідомого, творчого ставлення до праці. Однак зауважимо, що трудове виховання не можна прирівнювати до економічного, хоч воно і є базисом останнього. Розвиток трудової культури пов'язаний переважно з трудовою діяльністю

людини, зі сферою виробництва, із засобами залучення людей до праці. Економічна культура більш різноманітна. Вона розвивається як комплексна система засобів для всебічного покращення суспільного, індивідуального, групового тощо життя. Економічна культура є самостійною частиною в розвитку свідомості, умовиводів, виховання особистості та має специфічні мету, завдання, зміст, проте перебуває в діалектичному зв'язку із загальнолюдською культурою. Становлення економічної культури особистості означає залучення її до цінностей науки та позитивного досвіду, соціально корисної поведінки в економічній сфері [2, с. 183].

У Бізнес-центрі сутність трудової діяльності студентів полягає в розробці й реалізації низки проєктів із формування економічної культури різних груп населення. Навчаючи інших економічної грамотності, студенти навчаються самі. Зокрема, в діяльність Бізнес-центру запроваджена освітня технологія «навчання дією» – модель, альтернативна традиційному навчанню, як один із підходів до формування економічної культури і середовища неформального тривалого організаційного навчання, що сприяє розвитку ініціативи та самомотивації студентів. Це структурований процес вивчення власного досвіду реалізації проєкту та досвіду інших людей, які вирішують аналогічні проблеми.

Студенти Бізнес-центру за час його функціонування реалізували майже 100 проєктів. Наведемо приклади проєктів, активну участь у яких брали і студенти факультету початкової освіти:

1. Метою проєкту «Бізнес-освіта школярів» є стимулювання творчості, ініціативи та впевненості в собі учнів, аби дати їм свободу в самостійному вирішенні проблем, що виникають у повсякденному житті. Тут роботу проводять у формі лекцій, ділових ігор за такими напрямками:

– у класах, де учням читають факультатив з основ економічних знань (Уманська ЗОШ № 1, Уманська ЗОШ № 8, Уманська ЗОШ № 11, Уманська ЗОШ № 17);

– у «Школі юного маркетолога» (нині – «Бізнес-школа»), де на базі ННІ економіки та бізнес-освіти займаються учні 10–11 класів шкіл міста Умані (Уманська ЗОШ № 1, Уманський НВК «Загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 7 – колегіум», Уманська ЗОШ № 8, Уманська ЗОШ № 11, Уманська ЗОШ № 17) та Уманського району. Головну увагу приділено не тільки отриманню знань, а передусім проблемі їх використання, щоб учні ще зі школи обирали майбутній фах і вчилися застосовувати знання на практиці. Наприклад, у рамках проєкту з вересня 2017 року по травень 2018 року учасникам «Школи юного маркетолога» був запропонований портфель тренінгів: «Твій шлях до успіху», «Пізнай силу бренду», «Управління конфліктами»,

«Створюй, спілкуйся та поважай: кращий Інтернет починається з тебе», майстер-клас «Володар часу (Тайм-менеджмент)», практикум із бенчмаркінга «Від хорошого до найкращого»;

– одноразові блоки занять та ігор економічного спрямування, лекції-бесіди, зустрічі з «економічною елітою» регіону в різних школах міста і району.

2. Проєкт «Економічні знання – у дитячий будинок» є важливим проєктом соціального спрямування, для реалізації якого задіяні переважно студенти факультетів початкової освіти, спеціальної та психологічної освіти, ННІ економіки та бізнес-освіти. Студенти організують виїзні заняття в дитячих будинках, школах-інтернатах, де для дітей проводять економічні ділові ігри «Монополія», «Фондова біржа», «Як стати мільйонером» тощо. Діти з великим ентузіазмом беруть участь у запропонованих семінарах та іграх, дізнаються про світ підприємницьких відносин, ділову етику і принципи ринкової економіки, що дозволяє формувати економічну культуру в цієї групи населення, водночас удосконалюючи й економічну культуру студентів. У межах цього проєкту було розроблено й інший напрям: організація в дитячому будинку мінімістечка «Юніор» з інфраструктурою: шкільний банк, податкова інспекція, грошова одиниця та ін., що визначило тематичне спрямування занять, які проводили студенти. Зауважимо, що, на відміну від учнів звичайних чи профільних класів / шкіл, учні шкіл-інтернатів, дитячих будинків часто ставили запитання про несправедливе розшарування суспільства, невідповідність оплати зусиллям, затраченим на виробництво того чи того продукту, тощо, а слоган «Чим краще вчитимешся, тим більше досягнеш у житті» демотивували прикладами з політичної та економічної верхівки країни.

3. Суть проєкту «Твої права, юний українцю!» полягає в тому, що студенти Бізнес-центру проводять заняття з прав людини для учнів шкіл міста і району. Заняття проходять в ігровій формі, де школярі та студенти стають активними учасниками процесу навчання, дізнаються про права й обов'язки громадян України та ситуації, коли можливе різне прочитання того чи того закону. Головною метою проєкту було приведення в паритетні відношення категорій «права» та «обов'язки».

4. У проєкті «Бізнес-освіта військовослужбовців» студенти реалізують завдання програми з державно-правової підтримки військовослужбовців, особливо тих, хто брав участь в АТО та ООС, якою передбачені не тільки соціальні пільги, а й надання змоги отримати фах практичного психолога. Це передусім блок лекцій економічного спрямування. Багато чоловіків після строкової служби залишаються на контрактній, багато повернулося з АТО та ООС у свої військові частини, що є для них єдиним видом фінансових надходжень. Сту-

денти Бізнес-центру проводять виїзні заняття у військовій частині А1588. Таке навчання дозволяє військовослужбовцям підвищити свій рівень економічної грамотності та розширити кругозір, орієнтуватися в умовах ринкової економіки, знати сучасні економічні поняття, знайомитися з принципами роботи ринкової економіки і функціонування бізнес-процесів, набувати компетентностей, необхідних для досягнення успіху в житті.

5. Завданням проєкту «Студенти – студентам» є багатопрофільна робота з формування економічної культури у студентів неекономічних факультетів університетів та коледжів, зокрема блоки лекцій і для студентів факультету початкової освіти провели як студенти ННІ економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету, так і студенти самого факультету, а також запрошені представники «економічної еліти» регіону.

6. Проєкт «Школа лідера» створено з метою виявлення і розвитку лідерських якостей студентів, пошуку лідерів серед студентів. Робота «Школи лідера», участь у міжнародних та державних проєктах дозволили студентам розвинути лідерські якості, здатність формувати економічну культуру і життєву мету, розробляти стратегію її досягнення як у бізнесі, так і в житті загалом, що підтверджує діяльність таких студентів у Бізнес-центрі в реалізації того чи того проєкту.

7. Під час становлення економічної культури надзвичайно важливо враховувати тяглість як складник духовної культури, тому що ламання традицій, селективний підхід до культурного спадку призводить тільки до втрати моральних ідеалів, формує покоління людей, які не сприймають культурно-історичної спадщини, не здатні відрізнити тимчасове від вічного. Бездуховність, зневага до загальнолюдських цінностей – фактори, що сприяють деградації суспільства, дестабілізують його структури. Туризм – один із видів послуг, що має активну позитивну динаміку. Саме тому в Бізнес-центрі студенти реалізують проєкт «Туризм на Уманщині». Уся робота побудована так, щоб екскурсії давали змогу дізнатися про традиції Східного Поділля, культуру регіону, побачити красу природного ландшафту та багату історико-культурну спадщину, яку залишили нам предки. Основними напрямками проєкту є проведення екскурсій живописними місцями історичної Уманщини, організація та надання послуг екскурсіводів, фото- та відеозйомка, послуги перекладача. Одним із досягнень студентів – членів цього проєкту є участь у розробленні і створенні туристичного буклету міста Умані. Учасники постійно розширюють проєкт, залучаючи студентів інших університетів, установлюючи контакти з туристичними агентствами різних міст країни та закордону, що сприяє як розвитку туризму в Україні, так і

набуттю студентами практичного досвіду в організації і веденні туристичного бізнесу.

Тож принциповими особливостями технології «навчання дією», що реалізується в Бізнес-центрі, є те, що студенти працюють над реальними завданнями, а не над штучними ситуаціями чи вправами; вони навчаються одне в одного, а не в «учителя»; отримують рідкісну нагоду розпочати свою кар'єру в університеті «з нуля» під час розробки реального проєкту та впровадження його в діяльність організації; студенти працюють на впровадження отриманих результатів, а не на підготовку «теоретичної» доповіді чи рекомендацій.

Висновки. Отже, студенти, реалізуючи проєкти, самі засвоюють економічні поняття, співвідносять їх із практикою, навчаються орієнтуватися

в економічному житті та формують економічну культуру особистості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Москва : Книжный мир, 2003. 895 с.
2. Владыка М.В. Формирование основ экономической культуры старшеклассников : дисс. канд. пед. наук : 13.00.01. Белгород, 1998. 217 с.
3. Лобко О.Б. Роль економічної культури в інституційному перетворенні економічних відносин. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2010. Вип. 3. С. 195–198. URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/visnyk/2010/03/195_198.pdf.
4. Макаренко А.С. Избранные педагогические сочинения : в 2 т. Т. 2. Москва : Педагогика, 1978. 315 с.