УДК 378.016:[658+005.34]

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1\(19\)-468-477](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1(19)-468-477)

Федоров Олександр Володимирович кандидат педагогічних наук, доцент кафедри психології та соціально-гуманітарних дисциплін, Центральноукраїнський інститут Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», вул. Варшавська, 2, м. Кропивницький, 25026, тел.: (095) 901-85-74, <https://orcid.org/0000-0002-0458-3587>

Дідюк Ірина Леонідівна кандидат юридичних наук, доцент кафедри правознавства, Центральноукраїнський інститут Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом», вул. Варшавська, 2, м. Кропивницький, 25026, тел.: (099) 443-47-19, <https://orcid.org/0000-0002-0594-4946>

Подолька Анатолій Миколайович доктор юридичних наук, професор кафедри правознавства, Центральноукраїнський інститут Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом», вул. Варшавська, 2, м. Кропивницький, 25026, тел.: (067) 442-00-05, <https://orcid.org/0000-0001-9439-1919>

ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ СКЛАДОВІ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВУ

Анотація. У статті розглядаються психологічні та економіко-правові складники методики бізнес-дидактики як спеціально створені умови навчально-виховного процесу, що забезпечують ефективну інтеріоризацію – процес формування відповідних внутрішніх структур психіки студентів через діяльність.

У педагогіці категорія «формування» розглядається як один із видів розвитку особистості: зміна (вдосконалення) динамічної функціональної структури особистості, головним чином її змісту під впливом зовнішніх чинників. Отже, і закономірних змін об'єкта від простого до складного, від нижчого до вищого і як результат переходу до нового, досконалішого якісного стану. Цей процес розгортається у часі як закономірна зміна різних станів, послідовність яких визначена їх внутрішньою структурою і тими можливими перетвореннями, які містяться в цій структурі у формі інтенціональності (внутрішньої спрямованості на певну ціль).

Готовність окремої людини адекватно реагувати на виклики постійно мінливих складних обставин тепер визнається всіма. Розв'язання цієї гострої проблеми зумовлює заклики до перегляду ставлення до підприємництва й

необхідності реагувати на скориговану «модель підприємництва» з боку системи освіти. Найважчим завданням тут є зосередження уваги на навчанні підприємництва, за умови заміни вузької бізнес-орієнтації на мету розвитку особистості «культурного підприємця». Для виконання цього завдання висунуто політичну ініціативу ЄС щодо формування «ключових навичок навчатися впродовж усього життя», згідно з якою підприємництво є «життєвою навичкою» і визначається як здатність людини втілювати ідеї в дії. Цією ініціативою в підприємстві задекларовано творчий підхід, новаторство, розумний ризик, а також уміння планувати проекти та керувати ними. І хоча в цьому визначенні замало конкретики, із нього все-таки випливає, що компетентність підприємця містить низку навичок та алгоритмів поведінки (наприклад, здатність до розв'язання проблем, планування, командної роботи, творчості й ухвалення ризикованих рішень), які в сукупності формують основу характеру й особистості підприємця.

Ключові слова: психолого-педагогічна методика, методи, прийоми, технології навчання, підприємництво, психологія, економіка, право.

Fedorov Oleksandr Volodymyrovych Candidate of Pedagogic Sciences (Ph. D), Associate Professor at the Department of the Humanities and Natural and Economic Sciences, Central Ukrainian Institute of the Interregional Academy of Personnel Management, Varshavs'ka St., 2, Kropyvnyts'kyj, tel.: (095) 901-85-74, <https://orcid.org/0000-0002-0458-3587>

Didyuk Iryna Leonidivna Candidate of Law, Associate Professor of the Department of Law, Central Ukrainian Institute of the Interregional Academy of Personnel Management, Varshavs'ka St., 2, Kropyvnyts'kyj, tel.: (099) 443-47-19, <https://orcid.org/0000-0002-0594-4946>

Podolyaka Anatolij Mykolaiovych Doctor of Law Science, Professor, Department of Law, Central Ukrainian Institute of the Interregional Academy of Personnel Management, Varshavs'ka St., 2, Kropyvnyts'kyj, tel.: (0522) 27-50-07, <https://orcid.org/0000-0001-9439-1919>

PSYCHOLOGICAL AND ECONOMIC AND LEGAL COMPONENT METHODS OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

Abstract. The article considers the psychological and economic-legal components of the methodology of business didactics as specially created conditions of the educational process that provide effective internalization - the process of forming the appropriate internal structures of the student's psyche through activities.

In pedagogy, the category of "formation" is considered as one of the types of personality development: change (improvement) of the dynamic functional structure of the individual, mainly its content under the influence of external factors.

Consequently, the natural changes of the object from simple to complex, from lower to higher and as a result of the transition to a new, more perfect quality state. This process unfolds in time as a natural change of different states, the sequence of which is determined by their internal structure and the possible transformations contained in this structure in the form of intentionality (internal focus on a particular goal).

The readiness of an individual to adequately respond to the challenges of ever-changing complex circumstances is now recognized by all. Addressing this acute problem calls for a rethinking of attitudes towards entrepreneurship and the need to respond to the adjusted "business model" of the education system. To meet this challenge, the EU has launched a policy initiative to develop "key lifelong learning skills", according to which entrepreneurship is a "life skill" and is defined as a person's ability to put ideas into action. This initiative has declared creativity, innovation, reasonable risk, as well as the ability to plan and manage projects. And although this definition lacks specificity, it still follows that the competence of the entrepreneur includes a number of skills and behavioral algorithms (eg, ability to solve problems, planning, teamwork, creativity and risk-taking), which together form the basis of the character and personality of the entrepreneur.

Keywords: psychological and pedagogical methods, methods, techniques, learning technologies, entrepreneurship, psychology, economics, law.

Постановка проблеми. Центральною проблемою підприємницької дидактики є формування відповідних внутрішніх структур психіки майбутнього підприємця. У педагогіці категорія «формування» розглядається як один із видів розвитку особистості: зміна (вдосконалення) динамічної функціональної структури особистості, головним чином її змісту під впливом зовнішніх чинників. Отже, і закономірних змін об'єкта від простого до складного, від нижчого до вищого і як результат переходу до нового, досконалішого якісного стану. Цей процес розгортається у часі як закономірна зміна різних станів, послідовність яких визначена їх внутрішньою структурою і тими можливими перетвореннями, які містяться в цій структурі у формі інтенціональності (внутрішньої спрямованості на певну ціль).

Готовність окремої людини адекватно реагувати на виклики постійно мінливих складних обставин тепер визнається всіма. Розв'язання цієї гострої проблеми зумовлює заклики до перегляду ставлення до підприємництва й необхідності реагувати на скориговану «модель підприємництва» з боку системи освіти. Найважчим завданням тут є зосередження уваги на навчанні підприємництву, за умови заміни вузької бізнес-орієнтації на мету розвитку особистості «культурного підприємця». Для виконання цього завдання висунуто політичну ініціативу ЄС щодо формування «ключових навичок навчатися впродовж усього життя», згідно з якою підприємництво є «життєвою навичкою» і визначається як здатність людини втілювати ідеї в дії. Цією ініціативою в підприємництві задекларовано творчий підхід, новаторство, розумний ризик, а також уміння планувати проекти та керувати

ними. І хоча в цьому визначенні замало конкретики, із нього все-таки випливає, що компетентність підприємця містить низку навичок та алгоритмів поведінки (наприклад, здатність до розв'язання проблем, планування, командної роботи, творчості й ухвалення ризикованих рішень), які в сукупності формують основу характеру й особистості підприємця.

Актуальність проблеми обумовлена тим, що методика формування структур психіки майбутнього підприємця з необхідністю має поєднувати дві сторони. По-перше, вона має базуватися на стрункій цілеобґрунтованій системі організації навчально-виховного процесу, описаній в єдиних для будь-якої продуктивної діяльності поняттях і структурі. По-друге, ця методика повинна враховувати надзвичайно складні, мінливі соціально-середовищні умови розвитку підприємництва у сучасній Україні (пробіли в чинному законодавстві; недостатність ресурсів розвитку; складність доступу до ділової інформації; відсутність стабільності економічної ситуації в країні; тривале оформлення документації, особливо на землю тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У публікаціях останніх років на теми підприємницької педагогіки превалюють матеріали, присвячені загальним питанням вивчення різних моделей бізнес-освіти і впровадження закордонного досвіду (О. Мельниченко, 2017; В. Ковальчук, 2018), набору необхідних компетентностей майбутніх підприємців та ролі викладача у їх формуванні (Г. Ковальчук, Ю. Баніт, 2019), педагогічним умовам розвитку підприємницької компетентності (А. Молдован, 2020) тощо. Такі ж загальні питання розглядалися на Всеукраїнському науково-практичному вебінарі «Педагогічні технології формування підприємницької компетентності учнівської молоді» проведеного навесні 2020-го року співробітниками Інституту професійно-технічної освіти НАПН України (розміщений у YouTube 20.05.2020 р.; тривалість вебінару – понад дві з половиною години. Попри заповнення організаторів вебінару про «великий відгук у закладах освіти», жодних коментарів під матеріалами вебінару, на жаль, не з'явилося). Таким чином, незважаючи на важливість теми вдосконалення методики бізнес-дидактики, забезпечення ефективності відповідним чином організованого навчально-виховного процесу, ми мусимо констатувати відсутність у наявних публікаціях докладного аналізу психологічних, економічних, правових складників методики підприємницької педагогіки (бізнес-дидактики).

Метою цієї статті є окреслення психологічних та економіко-правових складників методики бізнес-дидактики як спеціально створених умов навчально-виховного процесу.

Виклад основного матеріалу. Психологічним базисом підприємницького спрямування викладання соціально-економічних та професійно-орієнтованих дисциплін у вищій школі можна вважати спеціально створені умови взаємодії, що забезпечують інтеріоризацію – процес формування відповідних внутрішніх структур психіки через діяльність.

Головною ознакою підприємницької дидактики є те, що, зазвичай, викладач має справу з дорослими суб'єктами педагогічного процесу зі сформованими досвідом навчання та сприйняття професійної діяльності, які часто суперечать прагненню педагога до активної співпраці. Для подолання таких негативних явищ радимо враховувати деякі закономірності та принципи андрагогіки. Дорослі мають особливе ставлення до свого багатого й різноманітного життєвого досвіду. Якщо для неповнолітніх це щось, що з ними трапилося незалежно від їхньої волі й бажань, то для дорослих – це щось унікальне, що відбулося саме з ними і сталося як наслідок свідомо ухвалених ними рішень. Тому, якщо досвід дорослих ігнорується, відвертається або не використовується, вони відчують це як невизнання їх самих як особистостей. Багате джерело особистих знань і досвіду дорослих має використовуватися в процесі навчання різними способами: через аналіз конкретних проблемних ситуацій із життя; виявлення можливостей застосування отриманих знань до різних сфер діяльності дорослих, а не тільки до ситуацій, які розглядаються на заняттях або аналогічних їм. Однак, наявність великого практичного досвіду може призвести до того, що нові ідеї будуть сприйматися вкрай негативно або блокуватися. Тому в ході навчання частіше необхідно застосовувати спеціальні техніки психології спілкування.

Вправи й завдання, які використовуються на заняттях, мають специфічне призначення. Навіть у процесі навчально-професійної взаємодії, орієнтованої на розв'язання зовнішньої, по відношенню до особистості студента, проблеми, де відпрацьовуються певні інструментальні навички, важливо створити такі умови, щоб він отримав інформацію про себе. Адже в кожного студента існують потреби в отриманні зворотного зв'язку про себе. Якщо такий зв'язок не реалізується – це руйнівним чином впливає на результат навчального процесу. Обмін враженнями і думками один про одного, формування гармонії в міжособистісних стосунках, сприяє розв'язанню проблем взаємодії, коригує самосприйняття, самовідношення й системи самооцінок учасників.

Кожна академгрупа неодмінно проходить через етап формування взаємного сприйняття і взаєморозуміння. І краще, щоб цей етап відбувався організовано. Людина вдосконалює себе, дивлячись на іншого як в дзеркало. Відомо, що далеко не кожна людина здатна безпомилково виявляти враження, яке вона справляє на інших, очікування інших стосовно своєї поведінки чи особистісних якостей.

Розглядаючи процес навчання підприємництву як спеціально організований комплекс педагогічних методів, завдань і вправ, спрямованих на формування підприємницької культури особистості, пропонуємо розглядати його в кількох аспектах:

- 1) змістовий – стосується безпосередньої предметної діяльності майбутніх фахівців;
- 2) представницький – кожен студент виступає представником фірми;

3) переговорний – виявлення своїх знань зі спеціальності та вміння говорити, презентувати, переконувати, відстоювати свої інтереси, опонувати, дискутувати тощо;

4) інституційний – ідентифікація себе з підприємницькою організацією;

5) соціально відповідальнісний – моральний обов'язок перед своїми безпосередніми споживачами.

Беручи це до уваги, варто акцентувати на підприємницькому іміджі майбутнього фахівця [1]. Імідж – це сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ. Він є складним соціально-психологічним феноменом – результатом взаємодії реальних особистісних якостей фахівця, його самопрезентації або зовнішньої реклами та особливостей сприйняття іншими. Імідж – це сукупність образів (візуального, акустичного), способу мислення та духовної практики.

Готуючись до ділових зустрічей і перемовин, у реальній практиці перед кожним підприємцем виникає запитання: чи існують якісь особливі правила поведінки та етикету. У своїй основі вони регламентують порядок зустрічей і проводжань, проведення бесід та перемовин, організацію прийомів, оформлення ділової переписки. І хоча правила ділового спілкування в останні десятиліття стали більш гнучкими й вільними, однак у разі необхідності їх потрібно строго дотримуватися.

Важливе місце в діловій взаємодії посідають національні особливості ділової етики, традиції та звичаї спілкування та переговорних процесів у певних країнах. Розвиток міжнародних зв'язків і глобалізація бізнесу призводять до збільшення участі людей, зайнятих національним підприємництвом. Шведський дослідник К. Йонссон зазначає, що найчастіше при значному співпаданні інтересів сторін, національні відмінності не помічаються, але варто виникнути конфлікту, як вони починають відігравати важливу роль.

Дослідники цікаво описують деякі національні особливості ведення бізнесу. Так, американці цінують досягнення, рекорди, постійно змагаються між собою, люблять відвертість, швидко переходять до суті розмови і не витрачають час на формальності. У їхній дружбі більше прикладних моментів, вони менш постійні, ніж представники інших культур і не люблять залежати від інших. Їхня поведінка може видатися владною, нав'язливою, прямолінійною. Французи скептичні, корисливі, хитрі, винахідливі, часто фамільярні. Англійські традиції передбачають стриманість, схильність до недомовленості, замкнутість та незалежність на межі з відчуженістю. Німці відрізняються працелюбством, ретельністю, наполегливістю, пунктуальністю, бережливістю, раціональністю, організованістю, педантичністю, скептичністю, прагненням до порядку. Японські підприємці надзвичайно скрупульозно ставляться до взятих на себе зобов'язань, їм властива висока організованість, акуратність, відсутність почуття гумору, щира самокритичність.

У підготовці майбутніх фахівців дуже мало уваги звертається на інституційний аспект підприємництва [2]. Саме з ним пов'язано багато

проблем практичної бізнес-діяльності. Зазвичай ми готуємо підприємців виробляти товари і послуги. Усі інші функції просування бізнесу належать вузько спеціалізованим фахівцям. Але в теперішньому світі бізнесу вигідна реалізація товарів чи послуг виконується кожним працівником фірми. Найчастіше підприємницьку установу сприймають через людину, яка її візуалізує. Тому майбутній фахівець повинен бути здатним до того, щоб:

- 1) ідентифікувати себе як представника своєї організації;
- 2) розповісти головну інформацію про свою установу (за винятком комерційної таємниці);
- 3) розуміти, як власна поведінка впливає на сприйняття фірми.

При цьому майбутній працівник має знати основні напрями взаємодії з іншими ринковими інституціями (державними установами, фірмами чи приватними клієнтами) та основні їхні функції в межах певної територіальної громади.

Червоною ниткою в ході підготовки майбутніх фахівців має бути ідея про те, що кожен з них у своїх діях несе величезну моральну відповідальність перед своїми безпосередніми споживачами. Зрештою результати діяльності бізнесу мають і віддалені соціальні ефекти, які так чи так будуть відображені на умовах середовища підприємства.

Стосовно формування та вдосконалення досвіду підприємництва студентів, треба підкреслити деякі відмінності так званих «відкритого» й «закритого» навчання. Відкритими заняттями передбачено залучення представників бізнес-фірм, установ і навіть галузей. Зміст таких занять акцентується на одному аспекті, спільному для різних структур і галузей (фінансовий, податковий, управління активами, перемовний, екологічний, митний тощо).

Закриті заняття проводяться тільки для студентів конкретної спеціальності для розв'язання специфічних підприємницьких питань усього (наприклад, ціноутворення, роботи з клієнтами, просування товарів тощо).

Загалом педагогічна діяльність викладача має підпорядковуватися розвитку ініціативи та взаємонавчання студентів за допомогою найрізноманітніших методів і способів активізації пізнавальної діяльності [3].

Активізація навчання – багатofакторний комплексний підхід, який охоплює тривалий проміжок часу, стосується всіх аспектів пізнавальної діяльності студентів та втілюється через систему різноманітних методів і прийомів (табл. 1).

Таблиця 1

Методи і прийоми, що сприяють активізації навчання підприємництву студентів

Форми занять	Лекції	Практичні заняття	Семінарські заняття
Методи і прийоми активізації діяльності	Проблемне викладання: чітке формулювання основних питань, їхня практична спрямованість, приклади проблемних ситуацій і залучення аудиторії до їхнього розв'язання з елементами мозкового штурму. Періодичний діалог з аудиторією. Використання ілюстративного матеріалу й технічних засобів навчання, зокрема мультимедійних систем. Використання елементів професійного гумору.	Застосування підприємницьких проблемних ситуацій. Організація заняття на виробництві. Проведення ділової чи сюжетно-рольової гри. Робота в парах для розв'язання проблемних завдань. Робота в малих групах. Використання елементів змагання. Мозковий штурм. Забезпечення роздатковими матеріалами. Проведення ігор за прикладом телевізійних. Студенти самостійно проводять заняття і оцінюють один одного. Забезпечення об'єктивної оцінки роботи кожного.	Організація роботи на занятті у формі ділової гри, диспуту, конференції, діалогу тощо. «Круглий стіл» за тематикою самостійної роботи. Дискусія з актуальних проблемних питань. Завчасне ознайомлення студентів із формами заохочень та оцінювання їхньої активної участі. Урахування творчого підходу студента в обговоренні питань семінару, виготовленні наочності до теми. Урахування роботи студента на семінарі при підсумковому оцінюванні.

Серед них базовими для всіх форм взаємодії студентів і викладача є чітка і вдала мотивація вивчення теми, забезпечення партнерства й співпраці, використання елементів евристичних завдань, цікавих практичних прикладів проблем підприємництва, унаочнення навчального процесу (проектори, схеми, плакати, роздаткові матеріали тощо). Особливе значення в цьому має захопленість викладача своїм предметом, емоційність викладу, високий професіоналізм і педагогічна майстерність, реалізація зворотного зв'язку між студентами й викладачем, створення умов для об'єктивного оцінювання й самореалізації в роботі учасників навчального процесу. Це дає змогу розвивати у студентів гнучкість мислення, адаптованість до будь-яких ситуацій, ініціативність, самостійність в ухваленні рішень і, разом з тим, – уміння працювати в колективі, творчо підходити до розв'язання проблем.

Висновки. У нашому дослідженні місця і ролі психологічних та економіко-правових складників методики бізнес-дидактики ми виходили з розуміння особистості підприємця як особливого типу поведінки з власною мотивацією, системою цінностей і методами діяльності. Таки тип особистості відрізняють ініціатива, свобода дій, відповідальність за вибір рішень і пов'язаний з нею ризик, орієнтація на досягнення успіху.

При цьому ми вважаємо, що мотивація підприємця не зводиться до досягнення саме комерційного успіху. Такий успіх є не самоціллю, а формою суспільного визнання. Гордість за досягнуте, здатність виграти у жорсткій конкуренції, вміння утвердити «добре ім'я» свого підприємства (організації) мають бути потужними мотивами підприємницької активності. Підприємець є водночас і суспільним суб'єктом – носієм суспільних знань і цінностей, – й індивідуальним суб'єктом підприємницької діяльності. В якості індивідуального суб'єкта підприємець є особистістю в усьому розмаїтті її індивідуально-психологічних, поведінкових та комунікативних якостей.

Тому вважаємо, що подальший розвиток підприємницької дидактики з необхідністю має ґрунтуватись на такій суб'єктній характеристиці підприємця, яка поєднувала б діяльнісну, аксіологічну (ціннісну) та когнітивну (знаннєву) площини. А підсумком процесів інституціалізації підприємницької діяльності має бути ідентифікація індивіда з роллю «культурного підприємця».

Література:

1. Курбатова М. Б. Обучение персонала, как конкурентное преимущество / М. Б. Курбатова, М. И. Магура // Управление персоналом. 2004. № 11–12 (98). С. 35–41.
2. Захарчин Г. М. Основы підприємництва. К. : Знання, 2008. 437 с.
3. Ковальчук Г. О. Активізація навчання в економічній освіті. К. : КНЕУ, 2005. 298 с.

References:

1. Kurbatova M. B., Magura M. I. (2004) Obuchienie personala, kak konkurientnoie priemushchiestvo [Staff training as a competitive advantage]. *Upravlenie piersonalom*. № 11–12 (98). P. 35 – 41. [in Russian].

2. Zakharchyn H. M. (2008) Osnovy pidpriemnytstva [Fundamentals of entrepreneurship]. Kyiv: Znannia. 437 p. [in Ukrainian].

3. Koval'chuk H. O. (2005) Aktyvizatsia navchannia v ekonomichnii osviti [Intensification of education in economic education]. Kyiv: KNEU, 298 p. [in Ukrainian].