

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ

DOI [https://doi.org/10.32405/2522-9931-2021-16\(45\)-112-124](https://doi.org/10.32405/2522-9931-2021-16(45)-112-124)
УДК 371.15

Баранов Віталій В'ячеславович,
кандидат економічних наук, доцент,
Льотна академія Національного авіаційного університету.
Кропивницький, Україна.
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7826-7184>
vaiss@ukr.net

БІЗНЕС-КЕЙСИ: ВІД КЛАСИКИ ДО ІННОВАЦІЙ

Анотація. В цій статті досліджується виникнення, розвиток та сучасне використання інтерактивної методики навчання студентів економічного профілю. Проаналізувати історичний розвиток кейс-технології навчання; визначено сучасні підходи та особливості застосування різних методик складання та розв'язування кейсів; вивчено оптимальну організацію навчання студентів економічного профілю на основі використання профільних кейсів. Визначено основні підходи до створення та застосування бізнес-кейсів у практиці провідних університетів світу. Розкрито нові форми застосування методу кейсів. Доведено що використання кейс-технології навчання дозволяє значно поліпшити ефективність навчання, збільшити як фахову так і мовленнєву базу знань, підвищити ступінь професійної зрілості та рівень самостійного мислення, навички аргументування, доведення та відстоювання власної точки зору. Кейс-метод у порівнянні з іншими методиками навчання має наступні переваги: дозволяє демонструвати академічну теорію з погляду реальних подій; дозволяє зацікавити студентів у вивченні конкретної дисципліни в контексті інших предметів і явищ; сприяє активному засвоєнню знань, формуванню навичок культури професійного спілкування, а також збирання, оброблення і аналізу інформації. В економічній освіті метод кейсів став особливо популярний, так як дозволяє студентам навчитися застосовувати отримані знання в реальних ситуаціях. Найбільший навчальний ефект має вирішення завдань з господарської практики підприємств та організацій майбутньої сфери працевлаштування. Системний підхід дозволяє розглядати бізнес-кейс як складну систему, яка включає різні методи пізнання: моделювання, системний аналіз, проблемний метод, уявний експеримент, методи опису та класифікації,

ігрові методи. Аналіз наукової літератури та історичної практики застосування кейс-методу свідчить про високу ефективність використання даної методики, яка спрямована не лише на розвиток комунікативних умінь студентів, є однією з ключових умов процесу формування професійної культури студентів економічного профілю.

Ключові слова: якість освіти; метод кейсів; бізнес-освіта, нові освітні технології, бізнес-кейси, інтерактивні методи навчання.

ВСТУП / INTRODUCTION

Постановка проблеми. Курс України на євроінтеграцію, зокрема в освіті, потребує 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.

Одним із засобів підвищення ефективності освітнього процесу у студентів економічного профілю є використання інтерактивних технологій навчання (або кейс-технології) при якій відбувається вироблення знань, а не оволодіння готовими знаннями.

Вивчення досвіду застосування бізнес-кейсів провідних американських та європейських навчальних закладів, впровадження останніх розробок у цій сфері в практику національної вищої професійної освіти є актуальним більше, ніж будь-коли, зважаючи на те що сучасні фахівці повинні вміти вирішувати складні нестандартні завдання, критично аналізувати обставини і приймати відповідно до ситуації рішення на основі аналізу інформації, яка постійно змінюється.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання методу кейсів тривалий час знаходиться в центрі уваги дослідників системи бізнес-освіти. Основні тенденції розвитку зазначеного методу навчання висвітлено у дослідженнях Е. Каверіної [3], Н. Ничкало і В. Кудіна [5]. Особливості підприємницької освіти розкрито у працях О. Романовського [6]. Становлення та розвиток вищої економічної і бізнес-освіти Сполучених Штатів Америки у сучасних умовах розглядаються у працях українських та американських учених В. Ільїної [1], Д. Джонстоуна [7], П. Деноса [8], В. Волстеда [9] та ін.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ / AIM AND TASKS

Метою даної статті є з'ясувати особливості застосування кейс-методу у навчальному процесі підготовки спеціалістів економічного профілю у вищих навчальних закладах США, та Європейського Союзу,

дослідити історичний розвиток методів кейсів та виокремити найбільш цінні елементи такого методу підготовки.

Відповідно до зазначеної мети у статті поставлено такі **завдання**: проаналізувати історичний розвиток кейс-технології навчання; визначити сучасні підходи та особливості застосування різних методик складання та розв'язування кейсів; вивчити оптимальну організацію навчання студентів економічного профілю на основі використання профільних кейсів.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ / THE THEORETICAL BACKGROUNDS

Метод кейсів (англ. *Case method*, кейс-метод, метод конкретних ситуацій, метод ситуаційного аналізу) – техніка навчання, що використовує опис реальних економічних, соціальних і бізнес-ситуацій. Кейси ґрунтуються на реальному фактичному матеріалі або ж наближені до реальної ситуації.

Центральне місце в кейс-методі посідає дискусія, яку доцільно використовувати в тому випадку, коли студенти володіють певною фаховою і мовленнєвою базою знань, значним ступенем зрілості й самостійності мислення, уміють аргументувати, доводити й обґрунтовувати свою точку зору. Найважливішою характеристикою дискусії є рівень її компетентності, який складається з компетентності її учасників. Непідготовленість студентів до дискусії робить обговорення формальним, перетворює на процес витягування ними інформації у викладача, а не самостійне її добування. Основним чинником ефективності є ступінь управління дискусією викладачем. Викладач повинен залучати до участі в ній кожного студента, вислуховувати аргументи «за-проти» і пояснення до них, контролювати мовний процес і напрям дискусії, але не її зміст.

У методологічному контексті кейс-метод можна уявити як складну систему, до якої інтегровано інші методи пізнання: моделювання (побудова моделі ситуації); системний аналіз (системне уявлення й аналіз ситуації); проблемний метод (подання проблеми, що лежить в основі ситуації); уявний експеримент (спосіб здобуття знання про ситуацію за допомогою її уявного перетворення); методи опису (створення опису ситуації); класифікації (створення впорядкованих переліків властивостей, сторін, складових ситуації); ігрові методи (представлення варіантів поведінки учасників ситуації) [2].

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ / RESEARCH METHODS

Не зважаючи на певну кількість наукових публікацій із даної

проблематики, питання використання методу кейсів залишається не повністю вивченим. Використано загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми наукового дослідження: діалектики, аналізу і синтезу, класифікації та типології; системного підходу; статистичний аналіз.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ / RESEARCH RESULTS

Засновником методу кейсів вважається Христофор Колумб Ленгделл (Christopher Columbus Langdell. Будучи випускником школи права в Гарвардському університеті, після того як він став деканом в 1870 році, почав активно впроваджувати метод кейсів (case-study).

У бізнес-середовище кейси також прийшли з Гарварда. Ідея будувати навчання навколо обговорення проблем, пов'язаних з управлінням бізнесом, виникла ще у першого декана Гарвардської школи бізнесу Едвіна Гея (Edwin Gay), а перший пробний курс під назвою «Мистецтво ведення бізнесу» був прочитаний в 1912 році.

Складність полягала в тому, що більшість викладачів були вченими і не мали практичного досвіду ведення бізнесу. Тому спочатку до Гарвардської школи бізнесу запрошувалися менеджери і директори великих фірм, власники компаній, які ділилися з аудиторією реальними ситуаціями зі свого досвіду. Студенти аналізували почуте і через два дні здавали письмові звіти з рекомендаціями щодо вирішення проблеми, а потім обговорювали їх в аудиторії.

Остаточно кейс-метод затвердився в HBS в 1920-х роках, тільки через півстоліття з моменту його винаходу Ленгделлом. Цьому сприяло призначення деканом HBS колишнього випускника Гарвардської школи права, фахівця з корпоративних фінансів Уоллеса Донема (Wallace Donham), який був гарячим прихильником застосування кейс-методу. Донем переконав свого колегу професора з маркетингу Мелвіна Коупленда (Melvin Copeland) переробити в якості пілотного проекту кейс-методу свою навчальну програму і включити в неї опис декількох справжніх бізнес-ситуацій. Опублікована в вересні 1920 року, ця програма вважається першою збіркою бізнес-кейсів. У 1921 році помічник декана Clinton Biddle написав і опублікував перший навчальний кейс.

У 1924 році кількість написаних сторінок кейсів перевершило 1 млн, з них близько 200 тисяч спеціально призначалися для використання іншими бізнес-школами, які висловили таку потребу (більше 90 шкіл). Перші кейси публікувалися в бюлетенях Комітету з дослідження бізнесу та коштували від 50 центів до 2 доларів за кейс (в перекладі на сучасні ціни з урахуванням інфляції – приблизно від 28 до 114 доларів).

До середини 1930-х років розбір бізнес-кейсів став провідним методом при навчанні менеджерів. Викладачі Гарвардської школи бізнесу активно сприяли його поширенню, публікуючи книги, навчальні посібники, збірники кейсів і проводячи семінари для викладачів.

Після введення нового методу навчання у Гарвардській школі бізнесу відразу почала збільшуватись кількість студентів: їх чисельність зросла з 30-50 щорічно прийнятих абітурієнтів до 500 в 1932 році.

У період Другої світової війни викладачі HBS написали 600 спеціальних кейсів для навчання військових співробітників.

Чемпіоном з навчання кейс-методу вважається професор Кріс Крістенсен, який написав сотні кейсів, а також книгу «Education for Judgment: The Artistry of Discussion Leadership and Teaching and the Case Method». Він звів кейс-стаді в ранг мистецтва та вважав, що існує два основних фактора для успішного викладання – систематична підготовка і розуміння, коли можна перейти від одного обговорення до іншого.

Вплив на розвиток кейсів і їх формату спричинив також розвиток інформаційних технологій. З кінця 1950-х років до кейсів стали додавати аудіо- та відео-матеріали, а в 1962 році була розроблена комп'ютерна програма HarbusII – перший симулятор діяльності підприємства.

Кейс-метод широко використовується в бізнес-навчанні в усьому світі і продовжує завойовувати нових прихильників. Так, з 50-х років двадцятого століття бізнес-кейси набувають поширення в Західній Європі. Лідруючі бізнес-школи Європи (INSEAD, LBS, HEC, LSE, ESADE) беруть найактивнішу участь не тільки у викладанні, а й в написанні таких кейсів.

У європейських традиціях бізнес-освіти спочатку затвердився трохи інший формат навчання. Перші програми MBA у Франції, Швейцарії, Великобританії та інших країнах тривали в середньому 12 місяців (замість дворічних програм, як це було прийнято в США) і були розраховані на студентів, які вже мали практичний досвід в управлінні бізнесом [5, с. 46]. Ця прагматична орієнтація і наближеність до світу реального бізнесу знайшла своє найбільш закінчене вираження в Манчестерській школі бізнесу (Manchester Business School, MBS) і, відповідно, так званої манчестерської школі кейсів. На відміну від гарвардських кейсів манчестерські кейси в півтора-два рази коротше, і в них принципово відсутнє правильне рішення, яке виробляється в ході відкритих обговорень.

У 1991 році Гарвардська школа бізнесу і компанія Хегох запустили спільний проект з перекладу 7000 кейсів в онлайн-формат (перший такий кейс був використаний на занятті в 1996 році).

На сьогоднішній день в HBS дотримуються думки, що в він є

найбільш ефективним для бізнес-навчання. Крім того, близько 80% кейсів, які використовуються для навчання в усьому світі, написані викладачами Гарвардської школи бізнесу.

Зазвичай, кейс – це від 2-х до 25 сторінок тексту з графіками. На написання одного кейса йде від 1 до 4 місяців. Класифікація бізнес-кейсів представлено у таблиці. Викладачі бізнес-школи, які хочуть написати кейс про ту чи іншу компанію, повинні отримати дозвіл від її керівництва на дослідження і на публікацію кейсу. Компанії як правило надають різні дані, звіти тощо. Часто зв'язок встановлюється через випускників бізнес-школи, які працюють в даній компанії. Щороку в HBS створюють близько 350 кейсів. Наприклад, у 2008 р було написано 170 нових глобальних кейсів, а всього за 2004–2008 рр. було продано 37 410 000 кейсів. Publishing HBS як відділення бізнес-школи у 2014 р заробило 194 млн. дол., головним чином з продажу бізнес-кейсів.

Таблиця

Класифікація бізнес-кейсів

Ознака кваліфікації	Види
За структурою	<ul style="list-style-type: none"> • структуровані кейси (Highly structured case); • неструктуровані кейси (Unstructured cases); • новаторські кейси (Ground breaking cases)
За формою представлення	паперові; відео кейси; Notts County 2.0
За рівнем складності	для бакалаврів; для магістрів; кейси для програм MBA та курсів підвищення кваліфікації
За розміром	<ul style="list-style-type: none"> • повні кейси (в середньому 20–25 сторінок); • стислі кейси (3–5 сторінок); • міні-кейси (1–2 сторінки)
За типами компаній	кейси про великий регіональний бізнес; кейси про малий і середній бізнес
За регіонами	<ul style="list-style-type: none"> • північноамериканські кейси; • європейські кейси; • кейси по країнам, що розвиваються і країнам з перехідною економікою

*розроблено автором

Harvard Business School Publishing розробило спеціальний сайт для викладачів, які використовують кейси в навчанні. Його послугами користується понад 20.000 чоловік. Щороку з сайту вільно (безкоштовно) завантажують близько 500.000. Всього Harvard Business School Publishing містить понад 5000 кейсів.

Найкоротшим кейсом в HBS вважається кейс «MicroFridge» про виведення на ринок нового товару, який поєднує в собі функції холодильника і мікрохвильової печі. Кейс всього на 2-х сторінках.

Деякі гарвардські кейси залишаються популярними і найбільш продаваними навіть через кілька десятків років після написання. Їх і зараз розглядають на заняттях в HBS, наприклад кейс «Benihana of Tokyo» написаний в 1972 р., обсяг продажу якого на сьогоднішній день більше 270.000 копій.

За час навчання в HBS студенти проходять більше 500 кейсів, приблизно 13–14 кейсів в тиждень. Як правило, студенти отримують кейс за тиждень до його обговорення, що триває в класі 90 хвилин. На практиці дуже часто викладачі, що пояснюють кейси, є їх авторами. Також часто буває, що головний герой кейса безпосередньо присутній в класі при розборі кейса або відповідає в режимі лайв-відео на питання студентів і пояснює, яке рішення він прийняв у реальній ситуації.

Головні герої кейсів переважно чоловіки (91%), але в найближчі п'ять років HBS планує збільшити число жінок-героїв до 20%. Вважається, що найчастіше героями кейсів є топ-менеджери. Однак, також існують кейси, присвячені спортсменам, діячам культури, громадським лідерам і державним службовцям.

Багато професорів бізнес-школи перед класом складають кол-лист (call list), який базується на попередній участі студентів в обговореннях в класі, а також на знаннях, які студент може привнести при обговоренні кейса. Часто участь студента в обговореннях кейса в класі є позитивним фактором, однак, надмірні спроби давати коментарі можуть привести до низької якості дискусії [1, с. 234].

У HBS функціонує Kids Case Discussions – спеціальний дитячий клас для дітей старших класів школи. Заняття проводять викладачі університету, і діти обговорюють з ними реальні, неадаптовані гарвардські кейси.

У травні 2008 року в HBS було прийнято рішення диверсифікувати формат кейсів, зробити їх більш витонченими, літературними, в яскравій обкладинці. Для цього HBS вже підписала контракт з популярним американським автором жіночих романів Даніелою Стіл [9, с. 23].

До нових методів case-study в Harvard Business School можна віднести розроблений підкаст Cold Call. Його запустили у вересні 2015 р.

У першому підкасті Cold Call «Dangerous Mines: Saving Lives Through Leadership» мова йде про Cynthia Carroll, керівника компанії з видобутку корисних копалин AngloAmerican, яка є випускницею програми MBA

Гарвардської школи бізнесу. Ситуація кейса така: Синтія отримала інформацію, що на одній з шахт компанії з видобутку платини в ПАР загинули шахтарі, і їй потрібно було прийняти рішення, що робити далі.

Перед тим, як написати кейс, а вийшов він в 2013 р., професор Mukunda сам особисто відвідав і попрацював в шахті з видобутку платини, де загинули люди. Умови були дійсно дуже важкі – 12-ти годинний робочий день, мало простору, доводилося нагинатися, щоб не зачепити стелю, важка амуніція, спека, волога, постійний шум навколо.

На заняттях в бізнес-школі професор Mukunda дає студентам завдання залізти під парти. Студенти залазять під парти, але одразу ж хочуть вибратися назад і сказати, що це було класно. Але професор просить, щоб студенти провели під партами хоча б хвилину, поки він розповідає, і уявили собі, що означає перебувати в такій позі цілих 12 годин, займаючись важкою фізичною роботою.

Ситуація, в якій опинилася Cynthia Carroll, – ідеальний кейс для вивчення і дослідження студентами бізнес-школи. Компанією ніколи раніше не керувала жінка, яка не шахтар, і не місцева. Синтія зіткнулася з дуже складною ситуацією – 70% співробітників не вміли писати і читати, люди говорили на 9 різних мовах, в країні була непроста політична ситуація, апартеїд тощо. Від рішення Cynthia Carroll залежала доля 600.000 людей. Шахта була найбільшою в світі з виробництва платини. Результати роботи шахти відігравали важливу роль в світі.

У самому підкасті професор не розкриває рішення, яке прийняла Cynthia Carroll. Але Синтія сама в 2012 р на сторінках Harvard Business Review розповіла, що закрила шахту на 7 тижнів, щоб поліпшити стандарти безпеки і навчити правилам безпеки 30000 співробітників. В результаті смертність знизилася на 62%.

Коли вона приїжджає на заняття в бізнес-школу, на якому розглядається даний кейс, студенти часто задають їй багато питань. Синтія коментує так: «Ви робите вибір і рухаєтеся вперед. Ви не обертаєтеся назад».

Другий епізод підкасту Cold Call – про Stella McCartney. Акцент зроблено на тому що, що сфера моди дуже сильно забруднює навколишнє середовище, оскільки люди викидають на смітник 90% того, що збираються купити в найближчі 2 роки.

Кейс також вчить студентів таким важливим якостям як терпінню і наполегливості, оскільки нинішнє покоління міленіалів хоче отримувати все швидко і відразу. У бізнес-школі студентів вчать бути лідерами, які змінять світ, але підкреслюють, що на це піде час, що вимагає наполегливості

і терпіння. Даний кейс дає студентам подібне послання.

Серед інших тем підкасту Cold Call – про компанію Heineken, Стіва Джобса, NFL, NBA, космічний шатл Columbia. Cold Call виходить два рази на місяць.

Дані Гарвардської школи бізнесу свідчать про те, що підкасти користуються великою популярністю серед людей. Подібна медіа форма надання інформації знову стає популярною, головним чином, через мобільність – люди можуть слухати підкаст під час поїздки або занять в тренажерному залі.

В економічній освіті метод кейсів став особливо популярний, так як дозволяє студентам навчитися застосовувати отримані знання в реальних ситуаціях. Особливо корисно, коли студентам доводиться вирішувати завдання з практики підприємств тієї системи господарювання, в якій вони будуть працювати. Завдання, засновані на розрахунках, представляють особливу, однак майбутнім власникам економічного диплому важливо навчитися вирішувати такі кейси, так як вони допомагають розвинути аналітичне мислення і поліпшити навички, які знадобляться в роботі.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ / CONCLUSIONS AND PROSPECTS FOR FURTHER RESEARCH

Кейси – найбільш простий спосіб придбати потрібні навички, щоб стати професіоналом у своїй галузі і ефективним керівником. Чим складніше студенту дається рішення, можливо, навіть в суперечках і дискусіях з іншими учасниками, тим краще відкладеться описана ситуація, і в реальній роботі він зможе швидше і успішніше впоратися з аналогічними проблемами.

Кейс-метод має такі переваги: дозволяє демонструвати академічну теорію з погляду реальних подій; дозволяє зацікавити студентів у вивченні конкретної дисципліни в контексті інших предметів і явищ; сприяє активному засвоєнню знань, формуванню навичок культури професійного спілкування, а також збирання, оброблення і аналізу інформації.

Під час використання кейс-методу розвиваються такі навички: аналітичні (уміння класифікувати, виділяти істотну й неістотну інформацію, аналізувати, представляти її); практичні (використання на практиці відповідних теоретичних знань, умінь та навичок), творчі (зокрема, творчі навички в генерації альтернативних рішень, які не можна знайти логічним шляхом); комунікативні (уміння вести дискусію, переконувати співбесідників, захищати власну точку зору та ін.), соціальні

(оцінка поведінки людей, вміння слухати, підтримувати в дискусії або аргументувати протилежну думку тощо); самоаналіз.

Таким чином, аналіз наукової літератури та історичної практики застосування кейс-методу свідчить про ефективність використання описаної методики, яка спрямована не лише на розвиток комунікативних умінь студентів, є однією з ключових умов процесу формування професійної культури студентів економічного профілю.

Перспективи подальших досліджень. Подальші наукові дослідження можуть бути пов'язані із питаннями розробки конкретних кейсів для підвищення ефективності навчального процесу студентів економічного профілю та опануванням нових підходів та форм у створенні та процесі аналізу бізнес-кейсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ / REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] В. Ю. Ільїна, «Становлення та розвиток вищої економічної і бізнес-освіти Сполучених Штатів Америки у сучасних умовах», дис. канд. наук. Ялта, Україна 2009, 237 с.
- [2] А. М. Долгоруков. *Case-study как способ (стратегия) понимания: практ. руководство для тьютора системы Открытого образования на основе дистанционных технологий*. Москва, Россия: Центр интенсивных технологий образования, 2002, с. 22–44.
- [3] З. Ю. Каверина, «Тенденции развития высшего образования США», дис. канд. наук. Москва, 2007. 246 с.
- [4] Л. С. Магдюк, «Система освіти в Сполучених Штатах Америки», *Маркетинг в Україні*, № 4(32), с. 63–65, 2005.
- [5] Н. Г. Ничкало, В. О. Кудін, *Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз: монографія*. Черкаси, Україна: Вибір, 2002, 322 с.
- [6] А. А. Романовский, «Подготовка граждан к предпринимательской деятельности в экономически развитых странах», *Проблемы современного искусства и культуры: сб. науч. трудов*. Харьков: Каравелла, с. 62–73, 1999.
- [7] Д. Б. Джонстоун, «Система высшего образования в США: структура, руководство, финансирование», *Университетское управление: практика и анализ*. Москва, № 5/6(28), с. 92–102, 2003.
- [8] P. Danos, *Changing with the times. Business education must transform in response to global business needs*. Business, India, 2010, 128 p.
- [9] B. William Walstad, «Economic Education in U.S. High Schools», *Journal of Economic Perspectives*, p. 195–210, 2001.

BUSINESS CASES: FROM CLASSICS TO INNOVATION

Vitaly Baranov,

Candidate of Economics Sciences,
Associate Professor of Management, and Economics,
Flight Academy of National Aviation University.
Kropyvnytskyi, Ukraine.
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7826-7184>
vaiss@ukr.net

Abstract. This article examines the origin, development and current use of interactive methods of teaching students of economic profile. Analyze the historical development of case study technology; modern approaches and features of application of various methods of assembling and solving cases are determined; the optimal organization of training of students of economic profile on the basis of use of profile cases is studied. The main approaches to the creation and application of business cases in the practice of the world's leading universities are identified. New forms of application of the case method are revealed. It is proved that the use of case-learning technology can significantly improve the effectiveness of learning, increase both professional and speech knowledge base, increase the degree of professional maturity and level of independent thinking, skills of argumentation, proof and defense of their own point of view. The case method in comparison with other teaching methods has the following advantages: allows you to demonstrate academic theory in terms of real events; allows to interest students in studying of concrete discipline in the context of other subjects and the phenomena; contributes to the active acquisition of knowledge, the formation of skills of culture of professional communication, as well as the collection, processing and analysis of information. In economic education, the method of cases has become especially popular, as it allows students to learn to apply the acquired knowledge in real situations. The greatest educational effect has the solution of problems in the economic practice of enterprises and organizations of the future sphere of employment. The systems approach allows us to consider a business case as a complex system that includes various methods of cognition: modeling, systems analysis, problem method, imaginary experiment, methods of description and classification, game methods. Analysis of scientific literature and historical practice of case study shows the high efficiency of this technique, which is aimed not only at developing students' communication skills, is one of the key conditions in the process of forming the professional culture of students of economic profile.

Keywords: quality of education; case method; business education, new educational technologies, business cases, interactive teaching methods.

БИЗНЕС-КЕЙСЫ: ОТ КЛАССИКИ ДО ИННОВАЦИЙ

Баранов Виталій Вячеславович,

Кандидат экономических наук, доцент,

Летная академия Национального авиационного университета.

Кропивницький, Украина.

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7826-7184>

vaiss@ukr.net

Аннотация. В этой статье исследуется возникновение, развитие и современное использование интерактивной методики обучения студентов экономического профиля. Проанализировать историческое развитие кейс-технологии обучения; определены современные подходы и особенности применения различных методик составления и решения кейсов; изучено оптимальную организацию обучения студентов экономического профиля на основе использования профильных кейсов. Определены основные подходы к созданию и применению бизнес-кейсов в практике ведущих университетов мира. Раскрыты новые формы применения метода кейсов. Доказано что использование кейс-технологии обучения позволяет значительно улучшить эффективность обучения, увеличить как профессиональную так и речевую базу знаний, повысить степень профессиональной зрелости и уровень самостоятельного мышления, навыки аргументации, доказательства и отстаивания собственной точки зрения. Кейс-метод по сравнению с другими методиками обучения имеет следующие преимущества: позволяет демонстрировать академическую теорию с точки зрения реальных событий; позволяет заинтересовать студентов в изучении конкретной дисциплины в контексте других предметов и явлений; способствует активному усвоению знаний, формированию навыков культуры профессионального общения, а также сбора, обработки и анализа информации. В экономическом образовании метод кейсов стал особенно популярен, так как позволяет студентам научиться применять полученные знания в реальных ситуациях. Наибольший обучающий эффект имеет решения задач по хозяйственной практики предприятий и организаций будущей сферы трудоустройства. Системный подход позволяет рассматривать бизнес-кейс как сложную систему, которая включает различные методы познания: моделирование, системный анализ, проблемный метод, мысленный эксперимент, методы описания и

классификации, игровые методы. Анализ научной литературы и исторической практики применения кейс-метода свидетельствует о высокой эффективности использования данной методики, направленной не только на развитие коммуникативных умений студентов, является одним из ключевых условий процесса формирования профессиональной культуры студентов экономического профиля.

Ключевые слова: качество образования; метод кейсов; бизнес-образование, новые образовательные технологии, бизнес-кейсы, интерактивные методы обучения.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] V. Yu. Ilina, «Stanovlennia ta rozvytok vyshchoi ekonomichnoi i biznes-osvity Spoluchenykh Shtativ Ameryky u suchasnykh umovakh», dys. kand. nauk. Yalta, Ukraina 2009, 237 s.
- [2] A. M. Dolgorukov. Case-study kak sposob (strategiya) ponimaniya: prakt. rukovodstvo dlya t'yutora sistemy Otkrytogo obrazovaniya na osnove distancionnykh tekhnologij. Moskva, Rossiya: Centr intensivnykh tekhnologij obrazovaniya, 2002, s. 22–44.
- [3] Z. YU. Kaverina, «Tendencii razvitiya vysshego obrazovaniya SSHA», dis. kand. nauk. Moskva, 2007. 246 s.
- [4] L. S. Mahdiuk, «Systema osvity v Spoluchenykh Shtatakh Ameryky», Marketynh v Ukraini, № 4(32), s. 63–65, 2005.
- [5] N. H. Nychkalo, V. O. Kudin, Profesiina osvita v zarubizhnykh krainakh: porivnialnyi analiz: monohrafiia. Cherkasy, Ukraina: Vybir, 2002, 322 s.
- [6] A. A. Romanovskij, «Podgotovka grazhdan k predprinimatel'skoj deyatel'nosti v zkonomicheski razvit'ih stranah», Problemy sovremennogo iskusstva i kul'tury: sb. nauch. trudov. Har'kov: Karavella, s. 62–73, 1999.
- [7] D. B. Dzhonstoun, «Sistema vysshego obrazovaniya v SSHA: struktura, rukovodstvo, finansirovanie», Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz. Moskva, № 5/6(28), s. 92–102, 2003.
- [8] P. Danos, Changing with the times. Business education must transform in response to global business needs. Business, India, 2010, 128 p.
- [9] B. William Walstad, «Economic Education in U.S. High Schools», Journal of Economic Perspectives, p. 195–210, 2001.

*Стаття надійшла до редакції
05 квітня 2021 року*