

ФИЛОСОФИЯ И СОЦИОЛОГИЯ



Г. Ф. БЕДУЛИНА

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В РАМКАХ ШКОЛЬНЫХ БИЗНЕС-КОМПАНИЙ

Исследуются организационно-методические аспекты формирования экономического поведения обучающихся. Проанализирована эффективность деятельности школьных бизнес-компаний Минской области. Выявлена необходимость изучения роли и места, занимаемого школьными бизнес-компаниями в системе образования, развитии экономической культуры и предпринимательских ценностей обучающихся.

Ключевые слова: экономическое поведение, экономическая культура, предпринимательские ценности, школьные бизнес-компании.

УДК 330.88

Современный социум определяется значимостью экономического поведения в жизни современного общества, всеобъемлющим влиянием потребительского фактора на все сферы жизнедеятельности. В Республике Беларусь экономическое поведение граждан формируется в соответствии с реалиями рыночной экономики. Происходящие в белорусской экономике изменения можно рассматривать не только как факт реформирования экономики, а, скорее, как процесс трансформации экономической культуры.

Важность и необходимость развития экономического мышления жителей Беларуси в настоящее время признается на высшем государственном уровне. Декреты главы государства (в частности, Директива № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь») подразумевают проведение разноплановых мероприятий, направленных на определение и повышение уровней экономического сознания (познания теоретических законов экономики) и экономического мышления (вовлечения в практическую деятельность) — важнейших компонентов понятия «экономическое поведение».

Современной Беларуси нужны люди, способные находиться в постоянном поиске путей решения экономических проблем и эффективно осуществлять экономическую деятельность. Причем все больше осознается необходимость в формировании экономической культуры у старшеклассников, тех, кто стоит на пороге самостоятельной жизни и кому в ближайшем будущем предстоит занять активную позицию в обществе. Успешная адаптация выпускников шко-

Галина Федоровна БЕДУЛИНА (bedulina@yandex.ru), кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

лы к социально-экономическим условиям общества во многом будет зависеть от уровня их экономической культуры [1, 187].

В настоящее время коллектив авторов Национального института образования в сотрудничестве с педагогами Республики Беларусь работают над концепцией экономического школьного образования в стране. Идет активная работа по созданию программ для разного уровня. Подготавливаются соответствующие учебники. Экономическое школьное образование начинает вновь приобретать определенное значение и в Беларуси.

Возникновение школьных бизнес-компаний стало следствием поисков путей решения данной проблемы. Бизнес-компания — практическая составляющая экономического образования, обучение через практику. Организуя бизнес-компанию, учащиеся проводят маркетинговые исследования, определяют рекламную и ценовую политику, выявляют возможные риски, разрабатывают производственный и финансовый планы, готовят отчетную документацию [2, 125].

Школьная бизнес-компания — это структурное подразделение, созданное с целью получения учащимися практических навыков по основам предпринимательства и экономики и направленное на развитие экономического образования и молодежного предпринимательства, а также способствующее профессиональному самоопределению учащихся.

Школьную бизнес-компанию создают в целях:

содействия организации практического обучения учащихся основам предпринимательской деятельности;

отработки всех этапов функционирования предприятия в реальных экономических условиях с последующим проведением анализа различных аспектов его хозяйственной деятельности, экономической самостоятельности, эффективной организации производства;

развития организационных навыков и психологической готовности учащейся молодежи приступить к работе после окончания учреждения образования;

улучшения материально-технической базы учреждения образования [3, 78].

Задачи школьной бизнес-компаний:

1) дать возможность учащимся получить в ходе образовательного процесса практический опыт в области предпринимательства и менеджмента;

2) участвовать в управлении школьным предприятием, проявлять инициативу и находчивость в реализации практических проектов, бизнес-планов [3, 79].

В бизнес-компаниях школьник получает трудовую закалку, основы критического мышления, формирует навыки социально ответственного поведения по выполнению обязанностей к себе, своей семье, обществу и окружающей среде. Чувство ответственности в последующем поможет принимать правильные решения, разрабатывать свои финансовые проекты. Поощряется экспериментирование с получением доходов и создание собственных бизнес-моделей.

Учащихся мотивируют видеть себя активными участниками и строителями нашего общества, делается упор на работу в группе. Это необходимо для их дальнейшей совместной работы, а также, чтобы между ними возникло взаимопонимание, установились дружеские, доверительные взаимоотношения.

Следует отметить, что, к сожалению, в полном объеме деятельность бизнес-компаний возможна только во внеурочное время, и школьники, принимающие участие в ее деятельности, должны обладать достаточно сильной мотивацией и свободным временем, чтобы осуществлять свой объем работы [4, 79]. Также могут возникать трудности, связанные с различиями в уровнях грамотности и математических навыков, с разнообразием в психологических и социальных нуждах участников.

Сегодня в Минской области функционирует 71 школьная бизнес-компания. Все они призваны помочь школьникам определить, каковы их социальные и финансовые цели, какие материальные и нематериальные ресурсы для их достижения доступны в социальном окружении. Школьная бизнес-компа-

ния — это деловая игра по финансовому менеджменту, основам молодежного предпринимательства.

С целью изучения влияния факторов и механизмов воздействия школьных бизнес-компаний на формирование экономической культуры и предпринимательских ценностей у обучающихся по заказу Государственного учреждения образования (ГУО) «Минский областной институт развития образования» студентами специальности «Социолог» специализации «Экономическая социология» Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета (научный руководитель кандидат социологических наук, доцент Г. Ф. Бедулина) было проведено социологическое исследование. В исследовании приняли участие 68 респондентов, это старшеклассники, учащиеся 8–11 классов учреждений общего среднего образования Минской области: ГУО «Средняя школа № 4 г. Дзержинска»; ГУО «Житковская средняя школа Борисовского района»; ГУО «Средняя школа № 2 г. Смолевичи».

Согласно ответам респондентов, было выявлено, что для современного старшеклассника очень важно сформировать предпринимательские ценности: для выработки мотивов и ценностей, которые необходимы для развития предприимчивости (12 %); для процесса освоения определенной системы знаний, привития экономической грамотности (82 %); для выработки способов деятельности, которые направлены на формирование предприимчивости (6 %). Кроме того, респонденты считают, что участие в школьной бизнес-компании способствует формированию необходимых компетенций при повышенных требованиях к личным качествам будущих кадров рыночной экономики (64 %), формированию социальной активности, самостоятельности, ответственности, компетентности (20 %), адаптации к динамично изменяющимся социально-экономическим условиям (16 %). Участие в школьной бизнес-компании помогает им в выборе сферы бизнес-активности (70 %), организационном аспекте (16 %), получить начальный капитал (12 %) и только 2 % затруднились ответить на данный вопрос. По мнению респондентов, школьная бизнес-компания повлияла на востребованные сферы предпринимательской активности в будущем: открою свой ресторан, дом отдыха, гостиницу (16 %); займусь ремонтом автомобилей или другой техники (26 %); создам строительную фирму (14 %); открою частное предприятие (38 %). Только 6 % респондентов затруднились определиться со своим будущим самоопределением. Основным источником, согласно ответам респондентов, который необходим для открытия собственного дела, следующий: личные сбережения (15 %); необходимость заработать стартовый капитал (11 %); получение кредита в государственном банке (38 %); финансовая помощь родственников (28 %); финансовая помощь друзей, знакомых (8 %). Также участие старшеклассников в школьной бизнес-компании повлияло на их профессиональный выбор в экономической сфере: буду заниматься предпринимательством (81 %), планирую стать экономистом (14 %), буду работать в банковской сфере (5 %). Согласно ответам респондентов, к предпринимательским ценностям относят: предпринимательское мышление и действие (58 %), практические нацеленные средства и методы (29 %), партнерское сотрудничество (5 %), четко определенный спектр услуг (5 %), долгосрочную ценностную ориентацию (3 %). По данным анкетирования, опыт участия в школьных бизнес-компаниях способствовал формированию экономической культуры и предпринимательских ценностей старшеклассников.

Итак, отмечается сравнительно высокий показатель по предпринимательским настроениям. Это обусловлено желанием учащихся заниматься любимым делом не только в связи с актуальными общественными запросами, но и выстраиванием собственной жизненной стратегии. В группе участников

школьных бизнес-компаний этот показатель достаточно высокий — 70,02 %. Мы вынуждены констатировать: старшеклассники, принимающие участие в школьных бизнес-компаниях, предрасположены к тому, чтобы жертвовать своим «творческим я» ради предметной реализации предпринимательской инициативы. Их профессиональные ожидания мотивированы умениями и навыками, полученными в рамках участия в школьной бизнес-компаниях. Именно по этой причине у старшеклассников учреждений общего среднего образования Минской области, где функционируют школьные бизнес-компании, более выражены такие предпринимательские ценности, как «оптимистическое отношение к своему будущему», «стремление приумножить достигнутое», «ориентированность на социально-конструктивные формы экономического поведения». Респонденты указали, что чувствуют себя в условиях жизненных реалий более комфортно и уверенно, чем обычные сверстники, которые не включены в деятельность школьных бизнес-компаний.

Результаты исследований позволяют сделать следующие выводы.

1. Приверженность активной модели предпринимательского поведения декларируется большинством (более 50 %) опрошенных. Общий индекс способности к предпринимательской деятельности следует оценивать как нормальный средний (до 30 % максимального показателя) и средний повышенный (до 40 % максимального показателя) в группе учеников, которые участвуют в деятельности школьных бизнес-компаний.

2. Выраженность экономической компетентности связана с развитием предприимчивости в молодежной среде. Эти настроения являются одним из значимых образующих аспектов культуры экономического мышления. Школьники — участники бизнес-компаний демонстрируют существенно большую (практически в 1,5 раза) социальную адаптивность и сформированность гражданской позиции на фоне развитых социальных компетенций по сравнению со своими сверстниками.

3. Желание учеников участвовать в таких формах, как школьная бизнес-компания, объясняется их стремлением к получению навыков осознанного экономического поведения. Это участие позволяет им практически подготовиться к действительности рыночной экономики.

4. Можно отметить факт прожективной ориентации старшеклассников — участников школьных бизнес-компаний на самостоятельную предпринимательскую активность, что делает актуальным развитие эффективных моделей формирования экономических компетенций учащихся.

5. Формирование экономической культуры современных обучающихся через вовлечение их в деятельность школьных бизнес-компаний является основой в работе по развитию гражданских компетенций и социальной ответственности.

Школьная бизнес-компания сегодня — это, по сути, школа по развитию способности к сотрудничеству и взаимодействию, формированию личностных качеств, необходимых для современного предпринимателя. Здесь ребята получают знания по основам экономики, предпринимательской деятельности, знакомятся с эффективными современными видами производства и хозяйственных операций.

Участие в школьных бизнес-компаниях положительно сказывается на развитии у учащихся конструктивных патриотических ориентированных моделей социального действия. Здесь делается акцент на неразделимой связи между персональной и гражданской ответственностью, так как финансовое предпринимательство помогает достичь личных целей, думать не только о собственном благосостоянии, но поощряет школьников принимать участие в проектах, несущих пользу обществу, стать активными участниками и преобразователями своей страны.

Полученные навыки, кроме того, способствуют успешной социализации в процессе профессионального самоопределения учащихся. У них развивается чувство самоуважения, в процессе работы проявляются настойчивость и самостоятельность, учащиеся начинают понимать важность рационального экономического поведения [5, 22].

Фундаментальные преобразования экономики нашей страны, в которых предстоит участвовать подрастающему поколению, требуют вовлечения в современные производственные процессы и отношения активного гражданина, владеющего основными экономическими знаниями. Опыт и практическая деятельность школьных бизнес-компаний Минской области показали свою эффективность. Эта форма жизнедеятельности учебного учреждения помогает сформировать предпринимательские компетенции и основы экономического поведения обучающихся и открывает «новые горизонты» для выпускников, создает условия для развития современного конкурентоспособного профессионала своего дела в различных отраслях экономики, науки, культуры, образования, медицины.

Программе развития школьных бизнес-компаний посвящен совместный проект Научно-методического учреждения «Национальный институт образования» и Международного фонда по реализации программы и обучению финансовой грамотности учащихся «Афлатун». Сейчас проект реализуется в Минской области в различных учреждениях образования, где созданы школьные бизнес-компании. Все учреждения укомплектованы тренажерами и материалами по экономической грамотности. Создан Ресурсный центр по программе «Афлатун» (на базе Центра инновационного развития и предпринимательства Министерства образования Республики Беларусь), который аккумулирует знания, готовит тренеров, снабжает материалами. Реализация программы поддержана Национальным банком Республики Беларусь.

Таким образом, необходимость развития школьных бизнес-компаний, как показывает практика, позволяет выявлять предпринимательские способности, получать знания по вопросам оптимального использования имеющихся ресурсов и разработки местных бизнес-моделей.

Формирование экономической культуры и предпринимательских ценностей обучающихся — не только актуальная задача развития образования, но и стратегическое направление развития государства в целом.

Литература

1. Терентьева, А. В. Влияние бизнеса на развитие непрерывного профессионального образования в условиях общеобразовательной школы / А. В. Терентьева // Народ. образование. — 2006. — № 5. — С. 179–189.

Terenteva, A. V. Vliyanie biznesa na razvitie nepreryivnogo professionalnogo obrazovaniya v usloviyah obsheobrazovatelnoy shkolyi [The impact of business on development of continuing professional education in the secondary school] / A. V. Terenteva // Narod. obrazovanie. — 2006. — N 5. — P. 179–189.

2. Шевченко, Т. Н. Школьный бизнес-план / Т. Н. Шевченко // Народ. образование. — 2011. — № 10. — С. 124–128.

Shevchenko, T. N. Shkolnyiy biznes-plan [School business plan] / T. N. Shevchenko // Narod. obrazovanie. — 2011. — N 10. — P. 124–128.

3. Краснова, М. А. Экономика, бизнес и образование — шаг навстречу / М. А. Краснова // Образование Минщины. — 2013. — № 4. — С. 77–80.

Krasnova, M. A. Ekonomika, biznes i obrazovanie — shag navstrechu [Economy, business and education — a step forward] / M. A. Krasnova // Obrazovanie Minschinyi. — 2013. — N 4. — P. 77–80.

4. Асмолова, И. А. Школьная компания: не только знание экономики, но и практический опыт предпринимательства / И. А. Асмолова, В. А. Бенин // Директор школы. — 2008. — № 1. — С. 77–82.

Asmolova, I. A. Shkolnaya kompaniya: ne tolko znanie ekonomiki, no i prakticheskiy opyt predprinimatelstva [The school company: not only the knowledge economy, but

also practical experience of entrepreneurship] / I. A. Asmolova, V. A. Benin // Direktor shkolyi. — 2008. — N 1. — P. 77–82.

5. Соложнин, А. В. Социальное предпринимательство в образовании: сегодня оно необходимо школе / А. В. Соложнин // Народ. образование. — 2010. — № 10. — С. 16–29.

Solozhnin, A. V. Sotsialnoe predprinimatelstvo v obrazovanii: segodnya ono neobhodimo shkole [Social entrepreneurship in education: today it is necessary school] / A. V. Solozhnin // Narod. obrazovanie. — 2010. — N 10. — P. 16–29.

GALINA BEDULINA

**FORMATION OF ECONOMIC CULTURE
AND ENTREPRENEURIAL VALUES WITHIN
SCHOOL BUSINESS COMPANIES**

Author affiliation. Galina BEDULINA (bedulina@yandex.ru), *Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus)*.

Abstract. Organizational and methodological aspects of shaping students' economic behavior are discussed. Effectiveness of school business companies in Minsk region is analyzed. The need to study the role and place of the school business companies in the education system, development of economic culture and entrepreneurial values of students is identified.

Keywords: economic behavior, economic culture, corporate values, the school of business of the company.

UDC 330.88

*Статья поступила
в редакцию 23.03. 2015 г.*

Д. Ч. ШОКАНОВА

**ФЕНОМЕН СОЦИАЛИЗАЦИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ
КЛАССИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ XIX–XX ВВ.**

В статье рассматриваются социологические концепции социализации, разработанные классиками социологии XIX–XX вв. Обосновывается важность данного процесса в период детства. Анализируется особое значение поэтапного характера социализации личности, представленного первичной и вторичной социализацией.

Ключевые слова: социализация, личность, семья, теория социализации, дети.

УДК 316.614

Диана Черменовна ШОКАНОВА (d.shokanova@gmail.com), кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).