Общее образование

УДК:378.2

Характеристика понятия «предпринимательская культура» в контексте формирования ее у старшеклассников

Characteristic of the concept "entrepreneurial culture" in the context of its formation in high schools

Ахметова Л.Ф., ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, laysan_gold@mail.ru

Закирова В.Г., ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, lvzakiro@kpfu.ru

Akhmetova L., Kazan (Volga region) Federal University, laysan_gold@mail.ru

Zakirova V., Kazan (Volga region) Federal University, lvzakiro@kpfu.ru

DOI: 10.51379/KPJ.2021.146.3.022

Ключевые слова: предпринимательская культура, предпринимательское дело, система образования, компетенции, социализация, ценностные ориентации, организационное творчество, коммерческая деятельность этические нормы, профессиональная этика.

Keywords: entrepreneurial culture, entrepreneurial business, education system, competencies, socialization, value orientations, organizational creativity, commercial activity, ethical norms, professional ethics.

Аннотация. В настоящее время в образовательной практике по вопросам формирования у старшеклассников предпринимательской культуры наблюдаются определенные противоречия, в частности, такие, как: между неполными знаниями у старшеклассников о нормах этики в предпринимательской среде и требованиями к этической культуре предпринимателей; между высоким уровнем требований к предпринимательской культуре и недостаточным уровнем методического обеспечения формирования данного вида культуры. При этом наблюдаемые порой нарушения нравственных и правовых требований, а также противоречий, вытекающих из объективных общественных отношений, как правило, недооцениваются и своевременно не разрешаются. Исходя из этого, становится очевидным создание системы качественной помощи старшеклассникам в адаптации к новым экономическим отношениям путем создания условий для их личностного роста и на этой основе формирования готовности к осознанному выбору профиля обучения, связанного с будущим профессиональным становлением [1;2]. Целью данной статьи является системное раскрытие социально и личностно значимых характеристик предпринимательской культуры индивида, обладающего способностью отбирать для себя целесообразную экономическую альтернативу, что предполагает наличие в действиях предпринимателя своих закономерностей и особенностей. Все это в целом определило актуальность данного исследования, что связано с раскрытием сущностно-содержательной характеристики понятия «предпринимательская культура». С учетом заявленной проблематики в статье рассматриваются следующие аспекты: сущность предпринимательской культуры; структурные компоненты предпринимательской культуры; атрибуты коммерческой деятельности; важнейшие положения предпринимательской культуры относительно формирования ее у старшеклассников. Результатом исследования явилось положение о необходимости включения молодых людей в самостоятельную практическую деятельность, связанную с их вхождением в такую социальную структуру общества как «предприниматели» с их культурой и ориентацией на развивающуюся рыночную экономику.

Abstract. Currently, there are certain contradictions in educational practice on the formation of an entrepreneurial culture among high school students. They are: between the incomplete knowledge of high school students about the norms of ethics in the business environment and the requirements for the ethical culture of entrepreneurs; between the high level of requirements for entrepreneurial culture and the insufficient level of methodological support for the formation of this type of culture. At the same time, sometimes observed violations of moral and legal requirements, as

well as contradictions arising from objective social relations, as a rule, are underestimated and are not resolved in a timely manner. Proceeding from this, it becomes obvious to create a system of high-quality assistance to older graders in adapting to new economic relations by creating conditions for their personal growth and, on this basis, the formation of readiness for a conscious choice of a training profile associated with future professional development. The purpose of this article is a systematic disclosure of socially and personally significant characteristics of the entrepreneurial culture of an individual who has the ability to select a reasonable economic alternative for himself, which implies the presence of his own laws and characteristics in the actions of an entrepreneur. All this as a whole determined the relevance of this study, which is associated with the disclosure of the essential and substantial characteristics of the concept of "entrepreneurial culture". Taking into account the stated problems, the article examines the following aspects: the essence of entrepreneurial culture; structural components of entrepreneurial culture; attributes of commercial activities; the most important provisions of entrepreneurial culture regarding its formation among high school students. The result of the study was the provision that it is necessary to help the inclusion of young people in independent practical activities associated with their entry into such a social structure of society as "entrepreneurs" with their culture and orientation towards the developing market economy.

Введение. Сегодня в России можно наблюдать становление предпринимательской культуры, которая, так или иначе, связана с системой образования, ориентированной на подготовку учащейся молодежи к предпринимательской деятельности. Во многих исследованиях, в этой связи, рассматриваются подходы к эффективному овладению учащимися соответствующим комплексом специальных знаний по планированию и организации предпринимательского дела [3]. Эти подходы увязаны с теоретической подготовкой с целью помочь учащимся понимать основные закономерности предпринимательского дела, что неразрывно связано с собственно предпринимательской культурой, позволяющей развивать предпринимательское поведение, предполагающее понимание молодыми людьми важности получения преимуществ в ходе приложенных усилий к достижению результата.

Данный аспект связан также и с развитием ключевых компетенций, в рамках которых, помимо компьютерной грамотности, владения социальными и гражданскими навыками, умения выражать себя в культурной сфере и т.д., индивид должен иметь также и чувство новаторства и предпринимательства. Исходя из этого, можно говорить о необходимости обеспечения школой условий для предоставления учащимся возможности приобретать соответствующие компетенции в области предпринимательства. Это относится также и к такому аспекту образовательного процесса как социализация подрастающего поколения, в частности, в сфере предпринимательской деятельности, что отражается, исходя из различных социологических исследований, в переориентации молодых людей от предпочтения нематериальных ценностей на интерес к материальным ценностям [4]. Предпринимательская деятельность представляет собой сегодня важную составную часть общества

и его жизнедеятельности, что говорит о том, что данный вид деятельности должен быть подчинен морально-этическим правилам, нацеленным, в конечном счете, на результаты, связанные с благом всего социума.

Методология исследования. Методологическую базу данного исследования составила совокупность различных научных приемов и методов изучения предпринимательской культуры, в том числе, таких, как анализ (изучение процесса формирования предпринимательской культуры старшеклассников в контексте их личностной позиции в области предпринимательства); синтез (изучение развития у старшеклассников способностей искать решения возникших проблем в разных направлениях); обобщение (изучение развития у старшеклассников предпосылок мотивации к предпринимательской деятельности); беседа (изучение формирования у старшеклассников предпринимательской культуры, связанной со структурированием у них ориентации на личностные достижения); тестирование (изучение у старшеклассников степени формирования навыков к оперативному решению возникающих проблем); опрос (изучение у старшеклассников уровня осознанного отношения к усложнению поведенческих задач, связанных с предпринимательством).

Результаты исследования. Исходя из анализа научной литературы, под предпринимательской культурой обычно понимается система знаний, умений и ценностных ориентаций, обеспечивающих целенаправленную предпринимательскую деятельность индивида в рамках требований, определенных обществом. При этом, с учетом гуманитарного контекста предпринимательская культура предполагает определенную систему отношений между людьми, в основе которой лежат действия, формирующие, по сути, в предпринимательском

сообществе соответствующую психологию и, исходя из этого, философию предпринимательства. Как показывает практика экономических отношений, это позволяет членам данного сообщества ощущать принадлежность к единой культуре и чувствовать свою близость друг к другу [5]. Отсюда, предпринимательское сообщество подразумевает наличие предпринимательской культуры, сочетающей в себе следующие структурные компоненты:

- институциональность: социальные ценности и нормы, присущие данному сообществу;
- духовность: вера и убежденность в полезности своего дела на основе профессиональных знаний, навыков и опыта в экономической сфере;
- индивидуальность: стремление к выражению определенной степени экономической свободы;
- материальные ценности: уровень развития предприятия, высокая информационная инфраструктура, качественный кадровый состав и т.д.

Все это, так или иначе, предопределяет приемы и методы осуществления предпринимательской деятельности на основе предпринимательской культуры, обязательно предполагающей учет действующих правовых норм, этических и нравственных правил и требований к поведению при осуществлении бизнеса. Более того, предпринимательская культура, как считает исследователь Р. Рюттингер, это, по сути, совместно вынашиваемая система убеждений и представлений о ценностях, т.е. как должно функционировать предприятие, и что является наиболее важным для него [6]. В связи с этим предпринимательская культура на основе ценностно-нормативного контекста включает в себя такие, например, компоненты, как: четкое осознание индивидом важности своей предстоящей деятельности; выверенное целеполагание и избирательность ресурсов при решении поставленных задач; ясное представление о своих ближних и дальних целях; умение адекватно реагировать на возникающие препятствия; хорошая информированность в области современных экономических реалий; умение предугадывать грядущее экономическое событие; готовность к самовыражению и самореализации; стремление к принятию обоснованных решений; способность грамотно использовать свои знания и опыт; приверженность к здравому смыслу и т.д. Все эти компоненты имеют большое значение для

предпринимательской субъектности, поскольку индивид обязан в полной мере воспринимать культуру своей профессии, интегрироваться в нее, идентифицировать себя с ней с тем, чтобы быть не просто полноценным специалистом, но и ощущать себя неразрывной частью своей профессии, проявляя себя в ней как предприниматель. При этом предпринимательская культура, имея тесные отношения с социумом, партнерами, конкурентами и потребителями, предполагает обязательное соблюдение стандартов ведения и развития бизнеса, в основе которых всегда будут лежать правовые нормы и акты, регулирующие обязанности индивида и его ответственность за осуществляемую им деятельность [7]. Эти стандарты учитывают установившиеся ценности, правила поведения и этические нормы, которые с течением времени трансформируются в определенные предпринимательские традиции (например, помимо получения высокого дохода, стремление к достижению общественного интереса). Главное, чтобы предпринимательская культура индивида с его самостоятельностью и экономической свободой не противоречила его завышенным амбициям, для чего, собственно, и устанавливаются формы ответственности за нарушение предпринимателем тех или иных правовых норм [8].

Говоря о таком компоненте предпринимательской культуры, как инициатива, важно подчеркнуть ее направленность на повышение уровня развития творческих сил и способностей индивида, что в той или иной степени будет связано с его организационным творчеством при ведении предпринимательского дела с помощью методов и способов реализации намеченной деятельности. И эта деятельность как процесс предпринимательства на любом уровне не отделим от культурной среды с ее внешними (составная часть общей экономической среды) и внутренними (микросреда предпринимательской организации) параметрами, которые оказывают влияние на поведение индивида и объекты его предпринимательской деятельности [9]. Предпринимательская культура всех субъектов предпринимательской деятельности (например, уровень общения между ними как деловыми партнерами) как раз и может оказать самое непосредственное влияние на результат их бизнеса, т.е. на достижение ими промежуточных и конечных целей. Отсюда, значение данного вида культуры достаточно велико для сферы менеджмента и бизнеса, где культурой пронизывается структура, политика и действия данной организации и все формальные и

неформальные аспекты (например, узаконенные стандарты предпринимательской деятельности и неформальные отношения между членами коллектива), связанные с ней. Таким образом, предпринимательская культура уже по определению предполагает особое мировоззрение, четкое осознание целей и способов ведения бизнеса с учетом соответствующих форм и методов осуществления коммерческой деятельности, что подразумевает, как отмечалось выше, наличие таких важных элементов, как: ориентация на адекватные потребности и степень различных притязаний; выполнение своих обязательств; строгое следование законности; отказ от нанесения вреда конкурентам и потребителям; честное ведение своего бизнеса; проявление высокого уровня культуры и воспитания; соблюдение общих этических норм, включая и профессиональную этику; соблюдение цивилизованных норм и требований, действующих в данном социуме; уровень знаний, необходимых для предпринимательства и т.д. [10]. При этом для предпринимателя любого уровня необходимо овладение навыками корректного поведения, что представляет собой следующее: соблюдение требований к внешнему облику, деловой одежде и соответствующим манерам; соблюдение требований к речи, ее логике, ясности и непротиворечивости; следование правилам представления и знакомства; соблюдение предпринимательского этикета; умение создавать свой имидж; следование правилам проведения деловых контактов; наличие навыков культуры работы со служебными документами и т.д. [11].

Отсюда, принимая во внимание выше сказанное, под предпринимательской культурой мы понимаем устойчивую направленность индивида на осуществление предпринимательской деятельности в соответствии с действующими правовыми нормами на основе профессиональной этики и общепринятых правил ведения бизнеса с учетом социальной эффективности от предпринимаемых действий и приверженности к здравому смыслу, проявляя себя в профессии как новатор и предприниматель и понимая значимость позитивных достижений в рамках осуществления созидательных процессов при ясном целеполагании своих потребностей и притязаний.

Исходя из этого, а также практического образовательного опыта, подготовку старшекласника к предпринимательской деятельности лучше всего осуществлять через принятие им культуры, поскольку через предпринимательскую культуру чаще всего и

формируются смыслы той или иной профессии и ее возможности, например, для организации предпринимательской деятельности с учетом внесения своего вклада в решение общих экономических вопросов [12]. Отсюда, касательно старшекласников важно подчеркнуть, что предпринимательская деятельность в их понимании должна иметь четкие нравственные ориентиры: значимость позитивных достижений; осознание необходимости своей деятельности; стремление к расширению социальных контактов; желание проявления творчества; готовность к сохранению собственной индивидуальности и т.д. В этой связи, при формировании предпринимательской культуры старшекласников учителям необходимо понимать определенную специфику данной социальной группы с тем, чтобы повысить эффективность воспитательного процесса, связанного с развитием таких качеств, как предпринимательская инициатива и новаторство. Поскольку предпринимательская инициатива и новаторство часто связаны с неопределенностью результатов, то решение связанных с предпринимательством задач предъявляет и определенные требования к личным качествам индивида, где, помимо знаний и способностей, необходимо также в определенной степени и проявление характера [13]. Все это предполагает, что предпринимательская деятельность приобретает черты специфической формы трудовой деятельности, в рамках которой преобразуются прежние формы труда, когда имеет место такое явление, как «деятельность преобразует деятельность». Предпринимательская культура оказывает влияние на формы и способы деятельности в любой сфере ее приложения. Таким образом, исходя из характеристики предпринимательской культуры, отметим некоторые сущностные положения предпринимательской культуры:

- старшекласник как будущий субъект предпринимательской деятельности должен быть наделен предпринимательской способностью, отражающей критическое мышление, настойчивость в достижении результатов, умение собирать вокруг себя единомышленников и т.д.;

- старшекласник должен владеть качеством интуитивизма в направлении всевозможных нововведений, для чего ему важно иметь развитое воображение и независимость суждений;

- старшекласник должен иметь постоянную направленность к созидательной

деятельности, а также склонность к усовершенствованию всего, что его окружает;

- старшекласник должен обладать чувством адекватного риска и сознательно идти на него ради достижения цели своего бизнеса;

- старшекласнику должна быть присуща разумная инициатива; он смело берет ее на себя и воодушевляет ею своих единомышленников;

- старшекласник четко должен осознавать целеполагание своей деятельности, определяя стратегию и тактику организуемого им дела и принимая на себя весь груз ответственности за успех предпринимательских действий;

- старшекласник по своей сути постоянно должен стремиться к лидерству и добиваться успеха;

- предпринимательская культура предполагает, что старшекласник, социально адаптируясь к экономическим условиям, приспосабливает все это и к особенностям своей личности.

С учетом выше сказанного сущностно-содержательная характеристика предпринимательской культуры связана с такими аспектами личности, как: интеллектуальный аспект, волевой аспект, прагматический аспект и эмоциональный аспект. Так, интеллектуальный аспект личности связан с развитием мышления и мыслительных способностей, памяти и воображения, степенью усвоения знаний и формированием навыков. Волевой аспект, пронизывая, как правило, все стороны личности, раскрывает понимание индивидом значимости цели; это говорит о том, что отсутствие волевых усилий не обеспечивает осмысленной, целенаправленной деятельности. Что касается прагматического аспекта, то он представляет такую сторону личности, которая связана с наличием когнитивных и предметно-практических умений и навыков индивида с его способностью переводить обучение в самообучение с целью расширения своей практической деятельности в направлении самореализации в избранной сфере. Важным является также и эмоциональный аспект, предполагающий развитие чувственной сферы индивида, когда в силу проявления им аффективности, ему приходится регулировать собственные эмоции. И здесь нельзя обойти стороной и такой аспект, как направленность личности, что представляет собой устремленность сознания старшекласника на интересующий его объект. Именно на этой основе, собственно, у него развиваются потребности и мотивы, убеждения и ценности, нормы и правила, отношения и установки, модели

поведения и алгоритм деятельности. Речь в данном случае идет об интенциональной стороне личности, что связано с направленностью старшекласника на достижение значимой цели. Таким образом, предпринимательская культура старшекласника, обогащенная интенциональностью, в конечном счете, будет влиять на содержание и характер его будущей предпринимательской деятельности: его интеллектуальный, волевой, прагматический, эмоциональный и интенциональный аспекты.

Заключение. Итак, исходя из характеристики понятия «предпринимательская культура» в контексте формирования ее у старшекласников, было выявлено актуальность о необходимости акцентирования внимания на развитии у них таких важных структурных компонентов деятельности, как: умение выбирать способы поведения в социальной группе, связанной с предпринимательством; умение организовывать взаимодействие с участниками предпринимательской сферы; понимание особенностей и специфики жизнедеятельности предпринимателей и связанных с этим требований к их деятельности; осознание своих возможностей для формирования у себя качеств человека по культурным образцам данного сообщества и т.д.

Поэтому так важно помогать включению молодых людей в самостоятельную практическую деятельность, способствуя их активному вхождению в социальную структуру общества с его культурой и развивающейся рыночной экономикой; помогать им в развитии творческого потенциала, инициативности и соответствующих социальных навыков, позволяющих прогнозировать на основе культуры свою предпринимательскую активность в будущем [14]. Для этого необходимо, как нам представляется, проектирование педагогической модели формирования предпринимательской культуры старшекласников в процессе учебной и внеучебной деятельности; наполнение вариативной части общего среднего образования элементами бизнес-образования, в частности, введение факультативного практикума; предоставление каждому старшекласнику проектного задания, связанного с выбором определенного вида предпринимательской деятельности; создание многоуровневой интерактивной программы бизнес-образования для учащихся старшего звена с целью выявления молодых людей, обладающих способностями и интересом к предпринимательской деятельности и т.д.

Литература:

1. Липсиц И.В. Введение в экономику и бизнес (Экономика для неэкономистов): учебн. для средн. спец. учебн. заведений / И.В. Липсиц. - 2-е изд.: М.: Вита-Пресс, 1999. - 208 с.
2. Савицкая Е.В., Серегина С.Ф. Рабочая тетрадь по экономике: для 10 кл. общеобраз. учрежд.: в 2-х частях / Е.В. Савицкая, С.Ф. Серегина. - М.: Вита-Пресс, 2004. - 64 с.
3. Любимов Л.Л. Концепция структуры, содержания и организации экономического образования в полной средней школе / Л.Л. Любимов // Экономика в школе. - 2002. - № 3. - С. 14-28.
4. Орлов В.Б. Воспитание предпринимчивости у учащейся молодежи: теория и практика: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Орлов Вадим Борисович. - Тюмень, 2001. - 407 с.
5. Буторина О.В., Фукалова Ю.С. Культура предпринимательства: сущность и составляющие / О.В. Буторина, Ю.С. Фукалова // Российское предпринимательство. - 2012. - Т. 13. - № 24. - С. 57-62.
6. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер; пер. с нем. - М.: ЭКОМ, 1992. - 240 с.
7. Зарецкая И.И. Этика предпринимательской деятельности / И.И. Зарецкая // Школа и производство. - 2001. - № 7. - С. 9-12.

8. Душанский Т.Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей / Т.Е. Душанский // Социологические исследования. - 1997. - № 7. - С. 27-31.
9. Культурология: учебное пособие; под ред. проф. Г.В. Драча. - Москва: Альфа-М, 2003. - 432с.
10. Базунова М.Е. Предпринимчивое поведение: характеристики и механизмы формирования / М.Е. Базунова // Известия Уральского государственного университета. - 2007. - № 51. - С. 13-14.
11. Алехина И. Имидж и этикет делового человека / И. Алехина. - 2-е изд. М.: Дело, 2006. - С. 112.
12. Суханова Т.Р. Критерии личностной готовности школьников к предпринимательской деятельности / Т.Р. Суханова // Предпринимательство и занятость юных. - 2001. - № 3-4. - С. 17-22.
13. Исакова Ю.Б. Предпринимательское поведение как психологический феномен: сборник / Ю.Б. Исакова // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии / Материалы VIII междунар. науч.-практ. конф. - Новосибирск: СибАК, 2011. - С. 84-93.
14. Соломина И.Ю. Социальная память: структура и феномены: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Соломина Ирина Юрьевна. - Самара, 2005. - 20 с.

References:

1. Lipsits I.V. Introduction to Economics and Business (Economics for Non-Economists): textbook for secondary special educational institutions / I.V. Lipsits. - 2-nd ed.: M.: Vita-Press, 1999. - 208 p.
2. Savitskaya E.V., Seregina S.F. Workbook on economics: for grade 10 general institution.: in 2 parts / E.V. Savitskaya, S.F. Seregina. - M.: Vita-Press, 2004. - 64 p.
3. Lyubimov L.L. The concept of the structure, content and organization of economic education in a complete secondary school / L.L. Lyubimov // Economics at school. - 2002. - № 3. - P. 14-28.
4. Orlov V.B. Education of entrepreneurship among students: theory and practice: dis. ... dr. ped. sciences: 13.00.01 / Orlov Vadim Borisovich. - Tyumen, 2001. - 407 p.
5. Butorina O.V., Fukalova Yu.S. Culture of entrepreneurship: essence and components / O.V. Butorina, Yu.S. Fukalova // Russian Entrepreneurship. - 2012. - T. 13. - № 24. - S. 57-62.
6. Rüttinger R. Entrepreneurship Culture / R. Rüttinger; trans. from German. - M.: EKOM, 1992. - 240 p.
7. Zaretskaya I.I. Ethics of entrepreneurial activity / I.I. Zaretskaya // School and production. - 2001. - № 7. - S. 9-12.

8. Dushansky T.E. Value-motivational dominants of Russian entrepreneurs / T.E. Dushansky // Sociological Research. - 1997. - № 7. - S. 27-31.
9. Culturology: textbook; ed. by prof. G.V. Dratch. - Moscow: Alfa-M, 2003. - 432s.
10. Bazunova M.E. Entrepreneurial behavior: characteristics and mechanisms of formation / M.E. Bazunova // Bulletin of the Ural State University. - 2007. - № 51. - S. 13-14.
11. Alekhina I. Image and etiquette of a business person / I. Alekhina. - 2-nd ed. M.: Delo, 2006. - S. 112.
12. Sukhanova T.R. Criteria for the personal readiness of school-children for entrepreneurial activity / T.R. Sukhanova // Entrepreneurship and employment of young people. - 2001. - № 3-4. - S. 17-22.
13. Isakova Yu.B. Entrepreneurial behavior as a psychological phenomenon: collection / Yu.B. Isakova // Personality, family and society: issues of pedagogy and psychology / Materials of the VIII international scientific-practical conf. - Novosibirsk: SibAK, 2011. - S. 84-93.
14. Solomina I.Yu. Social memory: structure and phenomena: author. dis. ... cand. philosoph. sciences: 09.00.11 / Solomina Irina Yurevna. - Samara, 2005. - 20 p.

13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования

Сведения об авторах:

Ахметова Лейсан Фархатовна (г. Казань, Россия), аспирант, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, e-mail: laysan_gold@mail.ru

Закирова Венера Гильмхановна (г. Казань, Россия), доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой начального образования ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, e-mail: 1vzakiro@kpfu.ru