

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ — это прежде всего дело

Александр Парамонов, старший научный сотрудник отдела экономической подготовки Института общего среднего образования РАО, кандидат педагогических наук

К формам предпринимательской подготовки учащихся можно отнести:

- школу руководителей проектов;
- бизнес-фестиваль учащейся молодежи;
- учебно-деловой круиз «Я — предприниматель»;
- конкурс творческих работ «История и современность предпринимательства в России».

К формам предпринимательской подготовки учащихся в сфере дополнительного образования детей прежде всего следует отнести проектно-практические методы — опережающего действия с последующей рефлексией результатов и реконструкцией этапов деятельности, а также такие традиционные методы, как опрос, тренинг, метод заданий.

Одна из современных форм образовательного процесса — организационно-деятельностные игры. Многолетняя практика их применения как ведущей формы подготовки подростков к предпринимательской деятельности убедительно доказала их высо-

кую эффективность. Многие участники организационно-деятельностных игр (а в них приняли участие тысячи ребят) открыли собственное дело, продолжили образование в области предпринимательства или используют приобретённые в играх способности в других областях деятельности.

К сожалению, организационно-деятельностные игры до сих пор не смогли занять достойное место в отечественной педагогической практике. Во многом потому, что проводились непрофессионалами, которые поспешили применять их для решения сложных социально-экономических проблем и в большинстве случаев безуспешно. Игры не могут быть реализованы в строгих рамках учебных программ общеобразовательной школы с её «почасовкой», домашними заданиями и т.п. Вместе с тем эта форма развивается, создаёт условия, приближённые к действительности.

Из известных в России педагогических технологий ближе всего к организационно-деятельностным играм метод проектов — по целям и возможностям, заложенным в его основу.

Цель игр — сформировать полипрофессиональную, поливозрастную общность; дать возможность ребятам проявить способности; научить принимать решения — сначала в идеале, а затем переводить их в плоскость практической деятельности и оценить результат.

Отдельные игровые акции полезно объединить организационно-смысловой программой, которая и станет программой подготовки учащихся к предпринимательской деятельности.

Логика, смысл и содержание последовательности игр таковы: идея — замысел — проект — программа — бизнес-план — экспертиза — деятельность — рефлексия результатов — внесение корректив.

Педагог или организатор предпринимательской подготовки учащихся выстраивает последовательность игр следующего содержания:

- Формулирование идеи предпринимательского начинания;
- Формулирование замысла предпринимательского начинания;
- Разработка проекта собственного дела или предпринимательского начинания;
- Программа реализации предпринимательского замысла, бизнес-план построения собственного дела;
- Экспертиза наработок предпринимательского начинания;
- Предпринимательская деятельность;
- Рефлексия результата, анализ ситуации, оценка прибыли, внесение корректив в предыдущие идеальные наработки;
- Продолжение предпринимательской деятельности.

Названия игр могут быть изменены, принципиальными являются их смысл, полнота и последовательность проведения.

В качестве примера приведу цикл организационно-деятельностных игр, проведённых в 84-й средней школе Москвы при реализации проекта «Основы предпринимательской подготовки учащихся»:

- «Я — предприниматель»;
- «Выбор собственного дела»;
- «Защита бизнес-плана собственного дела».

В ходе финала конкурсов предпринимательских проектов студенческой и учащейся молодёжи, которые проводились в режиме организационно-деятельностных игр, каждой делегации (игровой группе) было предложено пройти путь от осмысления идеи своего дела до разработки детального бизнес-плана его реализации. Сообразно этому замыслу и были сформулированы темы на каждый рабочий день:

- *1-й день* — осмысление идеи, формулирование замысла;
- *2-й день* — разработка проекта собственного дела;
- *3-й день* — разработка программы собственного дела;
- *4-й день* — разработка бизнес-плана реализации проекта;
- *5-й день* — экспертиза проекта, программы и бизнес-плана собственного дела;
- *6-й день* — защита проекта, бизнес-плана собственного дела.

Практика подготовки детей, подростков и молодёжи к самостоятельной предпринимательской деятельности убедительно доказа-

ла эффективность такой формы, как разработка учащимися проектов собственного дела с их последующей реализацией на практике и оценка результатов.

Можно говорить о некоей «традиционности» ребячьих проектов: организация кафе, дискотеки, швейной мастерской. Однако встречаются и достаточно оригинальные разработки — студия звукозаписи «Сладкая РЭПа» (Пётр Руднёв, Москва), книга «30 советов и идей подростку-предпринимателю» (Наталья Парамонова, Москва), карточный клуб «Тройка, семёрка, туз», учебно-деловой круиз учащихся по Волге «Я — предприниматель» (бизнес-клуб «Ренессанс», Самара) и другие.

Анализ эффективности проектов в развитии способности подростков к предпринимательской деятельности, изучение соотношения «комплектность проекта по набору функций — реализуемость в условиях профильных образовательных мероприятий» показывают, что оптимальны для использования в настоящее время такие проекты, как «Издание и реализация малотиражной газеты» и «Проведение учебно-практического аукциона». Аукцион удачно подходит к возрасту 14–17 лет. Он понятен по содержанию и организации, в его подготовке и проведении могут участвовать все учащиеся. Элементы шоу, игры делают участие подростков в проекте лёгким и интересным. В ходе организации и проведения аукциона можно ввести экономические понятия, продемонстрировать действие экономических законов, некоторые механизмы деятельности, различные схемы.

Подготовка аукциона начинается с определения состава рабочей группы, после чего она разрабатывает проект аукциона, отвечает на вопрос: «Что собой будет представлять аукцион?». Далее разрабатывается программа его подготовки и проведения. В ней выстраиваются логика и последовательность действий.

Участие в аукционе позволяет каждому подростку выбрать дело по душе: при разработке и реализации проекта приходится сформулировать замысел, разработать и написать проект, программу и бизнес-план, подготовить положение об аукционе и утвердить его,

изготовить пригласительные билеты, бланки, квитанции, рекламные материалы. Отдельного осмысления требуют такие аспекты подготовки и проведения аукциона: что выставляется в качестве лотов (купленные игрушечные Микки Маусы или сделанные своими руками полезные вещи), как будут расходоваться вырученные деньги (на учебные принадлежности, обучающие компьютерные программы, подарки родителям)?

Ещё более широкие возможности в плане проектной работы, маркетинговых исследований, набора функциональных обязанностей предоставляет проектирование, создание, производство и реализация малотиражной подростковой газеты. Такой проект позволяет предложить подросткам разнообразную деятельность для последующего самоопределения и наращивания профессионализма по одному из её видов. Примерный перечень видов деятельности в рамках проекта «Газета» может выглядеть так:

Всякое благородное деяние само расширяет себе дорогу.
Р. Эмерсон

- ♦ проектирование технологического цикла производства и реализации газеты;
- ♦ исследование потенциального рынка сбыта издания среди учащихся и педагогов учебных заведений (маркетинговые исследования);
- ♦ построение (в идеальном плане), реализация (оргработа) схем доведения товара до рынка;
- ♦ журналистская работа;
- ♦ аналитическая работа (изучение содержания других профильных и молодёжных изданий);
- ♦ экономические расчёты подготовки, производства и реализации газеты;

- ♦ бухучёт по проекту;
- ♦ различные виды творческой деятельности;
- ♦ художественно-графические работы;
- ♦ литературное редактирование и корректура текстов;

Почти во всех делах самое трудное — начало.

Ж.-Ж. Руссо

- ♦ фотоработы;
- ♦ компьютерные набор и вёрстка издания;
- ♦ обеспечение производственной части издания газеты (подготовка оригинал-макета, сдача в производство, транспортировка, складирование, рассылка и т.п.);
- ♦ организация подписки и розничной продажи газеты и другие виды деятельности.

Дополнительными по отношению к аукциону в этом случае становятся:

- ♦ продолжительность деятельности (время существования издания не ограничено);
- ♦ повторяемость, цикличность процесса (газета должна выходить с определённой периодичностью);
- ♦ возможность «включить» внешние по отношению к учебному заведению дополнительные ресурсы (финансовые, организационные, управленческие, политические и т.д.);
- ♦ возможность для участников освоить не один, а несколько видов практической деятельности.

Тематику газеты целесообразно выбрать максимально приближённой к экономической и предпринимательской подготовке учащихся. Это позволит дополнить практику проектной и предпринимательской деятельности подростков широким спектром специфических знаний, умений и навыков. Если это будет межшкольная экономическая газета, в кото-

рой школьники рассказывают сверстникам и педагогам о том, как строится экономическая подготовка в различных школах города и страны, по каким программам ведётся обучение, какие конкурсы проводятся и т.п., то те, кто делают такую газету, автоматически осваивают объём информации, который обрабатывают и предлагают другим.

Тематика газеты может быть и любой иной, более интересной потенциальному читателю. Вместе с тем есть ещё два аргумента в пользу газеты экономико-предпринимательской направленности. В России для учащихся издаётся только одна такая газета «Юный предприниматель», в то время как предмет «Основы экономики» в качестве регионального компонента всё чаще вводится в учебный план школ. Число потенциальных читателей школьной газеты экономико-предпринимательской направленности постоянно растёт. И ещё. Журнал «Предпринимательство и занятость юных» готов обеспечить патронаж и консультации всем, кто приступает или уже издаёт газету экономико-предпринимательского содержания для школьников или студентов.

В подготовке учащихся и студентов в общеобразовательной и высшей школе до сих пор продолжает доминировать знаниевая парадигма. Школьники, изучающие основы экономики и предпринимательства, много знают, но почти ничего не способны сделать самостоятельно.

К примеру, многие учащиеся без труда дают определение понятиям «менеджмент» и «маркетинг», перечисляют виды маркетинговых исследований, однако, если их попросить определить, какой товар имеет смысл предложить, скажем, отдыхающим на Черноморском побережье в дополнение к уже имеющимся, они этого не делают. Они не способны объединиться самостоятельно на основе совместного предмета деятельности, не владеют приёмами проектирования, программирования и планирования, не способны занимать и

удерживать определённые позиции, в частности позиции менеджера и маркетолога, переводить идеальные разработки в плоскость практической реализации.

Многие из педагогов не владеют методологией проектирования и создания образовательной системы и проектов деятельности направленности, способами деятельности в тех сферах, к которым «готовят» подростков. Речь идёт об овладении, или, точнее, об обретении подростком различных «опытов деятельности»: проектной, организационной, управленческой, оформительской, аналитической, финансово-экономической. При этом знакомство происходит не «понарошку», не «игрушечно», а в реальном деле. Профессиональное сопровождение учащихся по ходу их проектно-практической работы позволяет воспитать определённые качества и способности, содействовать их развитию.

Исходя из понятия «готовность к предпринимательской деятельности» (психологический, интеллектуальный и процессуальный компоненты) и предлагаемой системы подготовки учащихся к ней, могут быть рассмотрены и критерии готовности подростков к предпринимательской деятельности.

К психологическим критериям могут быть отнесены:

- ♦ направленность на предпринимательскую деятельность и способность к ней;
- ♦ мотивация и степень заинтересованности в предпринимательской деятельности;
- ♦ самостоятельность человека.

Интеллектуальные критерии:

- уровень социально-экономических знаний подростка, включающий экономические, социальные, правовые и этические основы предпринимательской деятельности.

Процессуальные критерии:

- ♦ комплекс умений, помогающий успешно включиться и участвовать в предпринимательской деятельности:

Воспитательная ИДЕОЛОГИЯ

организаторские,
коммуникативные,
творческие,
управленческие умения.

Организаторские умения оцениваются по таким показателям:

- умение планировать деятельность;
- умение достигать её результатов;
- умение рационально использовать имеющиеся ресурсы (средства производства, время и др.).

К коммуникативным умениям относятся:

- ♦ умение устанавливать контакт с людьми;
- ♦ активность в общении;
- ♦ стремление к взаимодействию, сотрудничеству;
- ♦ умение учитывать интересы других людей (партнёров, конкурентов);
- ♦ уважение достоинства другого, стремление к диалогу, толерантность.

К творческим умениям:

- способность к нестандартному подходу, новаторству в деятельности;
- стремление вести поиск новых возможностей организации дела;
- экспериментирование, желание осваивать новые технологии.

Управленческие умения оцениваются по таким показателям:

- ♦ способность принимать управленческие решения в любой ситуации, в том числе — в ситуации неопределённости;

- ◆ умение получать и использовать необходимую информацию;
- ◆ умение сочетать риск и расчётливость;
- ◆ умение распределять функции среди участников коллективной деятельности;
- ◆ координировать и организовывать работу коллектива;
- ◆ вести учёт и контроль выполнения принятых решений;
- ◆ способность прогнозировать последствия деятельности и предупреждать возможные негативные последствия.

Аукцион

Учебно-практический аукцион в большинстве повторяет механизм обычного аукциона. Формируется набор лотов... Если предполагается участие в торгах взрослых, состав лотов может быть изменён. На торги в этом случае можно выставлять творческие работы старшеклассников художественных школ.

До начала аукциона проводятся маркетинговые исследования и рекламная кампания. Учащиеся разрабатывают форму и содержание

Деятельность — единственный путь к знанию.
Б. Шоу

аукциона, определяют время и место его проведения, состав участников.

Участники инициативной группы изготавливают входные билеты, ведомости сдачи добровольных взносов (приобретения билетов), расписки за принятие лотов, доверенности от владельцев лотов на продажу их в ходе аукциона, бирки на лоты, списки лотов, номерки участников торгов, плакат с перечнем лотов, молоток для ведения аукциона и т.д.

Лотами на учебно-практическом аукционе могут быть недорогие вещи, пользующиеся спросом, модные и популярные среди молодёжи: аудиокассеты с записями произведений популярных исполнителей, футболки, микрокалькуляторы, часы и т.п. Часть лотов может носить шуточный характер. Так, на аукционе «Я — предприниматель» (учебно-деловой круиз по Волге) на торги выставлялось право подать гудок на теплоходе «Багратион» с выдачей сертификата.

Список лотов. До начала аукциона разрабатывается, тиражируется и распространяется список лотов, то есть перечень тех вещей и предметов, которые будут выставлены на торги. В списке указывается стартовая цена, а то и описание самого лота. Учитывая отсутствие у подростков опыта работы «на публике», важно заранее продумать последовательность предложения лотов, а аукционисту сделать для себя краткие резюме по каждой вещи, внося в них информацию о лоте — т.е. «домашние заготовки» того, как её выгоднее представить.

Шаг торгов определяет сумму, на которую увеличивается стоимость лота во время торгов. Правильно определить величину шага торгов на учебно-практическом аукционе достаточно важно: ведь цель его подготовки и проведения не только продажа вещей и получение прибыли.

Доверенность. Каждый, кто передаёт организаторам ту или иную вещь для реализации на аукционе (в том числе и сами организаторы), оформляет доверенность на право её продажи с аукциона. В доверенности отмечается согласованная стартовая цена лота и размер комиссионных, которые владелец уплачивает организаторам до аукциона вне зависимости от исхода торгов. Как правило, это 1–3% от стартовой цены.

Табло хода торгов представляет собой достаточно большого размера список

лотов по порядку предложений к продаже со стартовыми ценами. На табло есть графа «Шаг торгов», за которой лот был продан с аукциона. Такое табло делается для того, чтобы участники аукциона могли следить за ходом торгов и быть уверенными в корректности их ведения.

Карточка участника. Каждому участнику аукциона вручается карточка с порядковым номером, которой он заявляет о желании приобрести лот по цене выше заявленной. Карточка может быть сделана из твёрдого картона (цифра, написанная на ней, должна быть хорошо видна аукционисту, ведущему торги).

Положение об аукционе разрабатывается его организаторами и представляет собой правила его подготовки и проведения.

Анализ подготовки аукциона и его проведения позволяет учащимся увидеть недоработки, которые были допущены. Так, учащиеся, организаторы аукциона, отмечали, что они не смогли обеспечить контроль за процессом реализации входных билетов. Поэтому так и не удалось установить количество проданных билетов и сумму, поступившую от их продажи.

Не была проведена рекламно-разъяснительная работа, общая для всех участников мероприятия.

Не подготовлено своевременно достаточное количество квитанций о приобретении участниками лотов.

Несмотря на то что были разработаны проекты программы подготовки аукциона, необходимого контроля за ходом реализации программы не было — менеджмент проекта на этом этапе осуществлялся недостаточно эффективно.

Важно, что, пройдя этап формирования идей и замысла, проектирования, программирования и планирования деятельности по подготовке аукциона и проведя его реально, подростки получили возможность сопоставить свои идеальные представления о том, как бы это могло быть, с тем, как было на самом деле, обрели навыки и способности работать с имеющимися ресурсами.

Воспитательная ИДЕОЛОГИЯ

Помимо этого, подростки на основе собственной деятельности и опыта получили необходимые знания, умения и навыки по основам экономической деятельности.

Газета

Ряд технологических аспектов работы над газетой повторяет подготовку и проведение аукциона. Это касается формирования рабочей группы, разработки проекта, программы и бизнес-плана создания газеты. Вместе с тем этому проекту присущи и специфические черты. Прежде всего — выбор содержания, тематики издания. Допустим, вы остановились на том, что пробуете создать межшкольную газету для учащихся по основам экономики и предпринимательства. Это — идея. Замысел в том, чтобы:

- а) приобрести навыки организаторской, управленческой, предпринимательской деятельности;
- б) получить финансовую прибыль;
- в) построить механизм оформления и предъявления «во вне» результатов своей собственной деятельности.

Что же составит содержание проекта газеты? Проект — это «бросок мыслью в будущее», то, что будет. Предлагаем вам самостоятельно выбрать вопросы, касающиеся проекта газеты, из тех, которые предлагались на начальной стадии участникам проекта межшкольной экономической газеты «Коробейник», созданной на базе отделения

ШКОЛ-ПРИКОЛ:

В магазин игрушек зашёл мальчик и попросил завернуть ему легковой автомобильчик. Потом он протянул кассиру игрушечные деньги. Кассир засмеялся. — А чего вы смеётесь? — не понял малыш. — Автомобиль тоже ведь не настоящий!

Межрегиональной общественной организации «Детский бизнес-клуб» 84-й средней школы г. Москвы:

- ◆ Сформулируйте название проекта.
- ◆ Составьте список его участников с указанием телефонов.
- ◆ Определите координатора проекта и его заместителя.
- ◆ Укажите дату начала проекта и его продолжительность.
- ◆ Опишите, что собой будет представлять межшкольная газета: какими будут её формат, тираж, объём и периодичность; кто будет писать материалы, делать фотографии, рисунки, кто разработает логотип названия и макет газеты? Кто наберёт и сверстает газету, сделает оригинал-макет? Как она будет тиражироваться и распространяться? Примут ли участие в подготовке, производстве и реализации газеты педагоги школы,

родители, родственники, знакомые?
Если «да», то что они будут делать?

- ◆ Какой валовой доход предполагаете получить от реализации тиража газеты?
- ◆ Перечислите расходы, без которых не обойтись при подготовке, производстве и реализации газеты.
- ◆ На каких принципах будет производиться расходование заработанных денег?
- ◆ Кого из взрослых (педагогов, родителей, родственников, друзей) вы намерены пригласить к участию в разработке и реализации проекта?
- ◆ Где будет проходить работа над газетой? Перечислите помещения (включая вспомогательные), которые будут задействованы.
- ◆ Какие рекламные акции будут приняты для популяризации идеи?