
За нашими дослідженнями, шкільні майстерні не повністю укомплектовані навчальним обладнанням, тому вчителі, виходячи з цієї ситуації, разом з учнями на уроках трудового навчання виготовляють інструменти, прилади, пристрої самостійно. Але часто за будь-якими причинами не ураховуються техніко-педагогічні вимоги при створенні навчального обладнання, що приводить до негативних наслідків. Тому урахування розроблених вимог при виготовленні обладнання дозволить здійснювати зв'язок трудового навчання з життям, забезпечувати інтелектуальний і фізичний розвиток школярів, глибокі та міцні знання науково-технічних і економічних основ сучасного виробництва.

Наталія ПАСІЧНИК_(ЗМІСТ 224)

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ПІДПРИЄМЕЦЬ ОЧИМА УЧНІВ

Глибинні процеси, що відбуваються в нашому суспільстві, відбиваються на різних категоріях населення. Особливо чутлива до всякого роду змін молодь. Формування ринкових відносин в Україні вносить нові риси до соціального портрета школярів. У 15-16-літньому віці молоді люди свідомо замислюються над суттю економічних перетворень. Сьогодні словниковий запас старшокласників багатий такими термінами і категоріями, що безпосередньо пов'язані з ринковим механізмом, підприємницькою діяльністю. І це закономірно, бо у глобальному плані перехід України до нової економічної моделі на основі різноманітних форм власності зумовлює подальший суспільний поділ праці, виникнення нових видів трудової діяльності, нових професій.

Професіями, значення яких підвищується в сучасних умовах і на розробку раціональних прийомів та способів навчання яким повинні бути спрямовані зусилля спеціалістів у галузі педагогіки, психології та економіки, є професії, що пов'язані з підприємницькою діяльністю. Аналіз результатів анкетування учнів IX-XI класів Кіровоградських шкіл (усього 345 осіб) свідчить про те, що теперішні старшокласники в своїй більшості цікавляться підприємницькою діяльністю. Досить значна їх частина планує пов'язати своє майбутнє саме з цим видом економічної діяльності. На запитання “Чи збираєтесь Ви в майбутньому стати підприємцем?” 47% відповіли, що збираються, 29% — вагалися відповісти, 24% — не збираються. Отже, більшість респондентів приваблює підприємництво, але це не означає, що старшокласники готові до цього виду діяльності. В їхньому розумінні суті та змісту підприємницької діяльності багато протиріч та невідповідностей. Уявлення про підприємництво часто не збігається з реальним змістом цього феномена, що, природно, позначається на їхньому професійному виборі.

Підприємницька діяльність як особлива професійна сфера регулюється значною системою цінностей. Аналіз відповідей старшокласників на запитання “У чому Ви вбачаєте цінності підприємництва?” показує, що учні мають поверхове уявлення про цю сферу, по-різному розуміють та оцінюють її ключові цінності. Більше половини респондентів (68%) вбачають основну цінність підприємницької діяльності в досягненні матеріальної мети (тобто як засіб власного збагачення), 20% розглядають підприємництво як засіб реалізації особистості та прояв творчості і лише 12% — як спосіб досягнення економічного зростання держави.

Для розуміння суті підприємницької діяльності важливо виділити предметний зміст її професійних завдань та способи розв'язання кожного з них. Для цього в основу третього питання анкети ми поклали класифікацію підприємництва за видами діяльності: виробниче, комерційне, фінансове. Відповідаючи на запитання “Який вид підприємницької діяльності Вас найбільше приваблює?”, майже 50% старшокласників віддали перевагу комерційній діяльності і тільки 8% звернули увагу на виробничу діяльність. Слід зазначити, що одержаний результат розподілу учнями пріоритетів за окремими видами підприємництва в основному відповідає співвідношенню між різними видами підприємництва, яке склалося в Україні. С.Покропивний та В.Колот відзначають: “Україна стала на малоефективний шлях підприємництва, коли між виробниками і споживачами діє невиправдано велика кількість підприємців-посередників [4, 23].

У ході нашого дослідження виявлено, що більше половини опитаних старшокласників взагалі примітивно розуміють сутність ринкової економіки. На запитання “Яке визначення можна дати ринку?” лише третина учнів відповіла більш-менш правильно; 54% вважають, що

ринок –це базар. На запитання “Як формуються ціни на товари?” тільки 19% відповіли ,що під впливом попиту, пропозиції і конкуренції; 15% - “за вказівками начальства”; решта вагалася з відповіддю. На питання “Чим відрізняється заробітна плата від прибутку?” 30% опитуваних відповіли, що ніякої різниці немає, лише 11% відповіли, що зарплату отримує найманий робітник, а прибуток – підприємець (“хазяїн”).

Про неоднозначність та суперечливість розуміння старшокласниками сутності підприємницької діяльності свідчить і те, що поряд з певною відсутністю знань з питань ринкової економіки і насамперед підприємництва учнівська молодь виявляє достатнє розуміння причин, які гальмують розвиток підприємницької діяльності. До них вони відносять: низьку економічну культуру населення (24%), корупцію та порушення законів (19%), негативне ставлення частини населення до багатства (12%), недосконалу податкову систему (15%), відсутність конкуренції (14%).

Суперечності та крайнощі спостерігаються і в оцінці старшокласниками особистості основної діючої особи ринкової економіки – підприємця, якого відомий учений Й.Шумпетер назвав “головним феноменом” економічного розвитку, його “головною рушійною силою”[5, 48-149]. Розробляючи спектр питань цієї частини дослідження, ми враховували такі два моменти. По-перше, до цього часу ставлення населення України до підприємництва та підприємців неоднозначне. Тут “кожний дозволяє собі висловлювати критичні судження, хоча важко знайти таку ж складну і неоднозначну сферу діяльності, як підприємництво”[1, 5]. По-друге, нове завжди зустрічає неприязнь та опір частини людей, що перебувають у полоні старих стереотипів та шаблонів; їхні мотиви оцінки підприємництва несуть на собі відбиток тих економічних та соціально-культурних умов, які культивувалися в нашому суспільстві протягом десятиріч. Зрозуміло, що ці обставини не могли не торкнутися і частини молоді. Із опитаних нами 345 учнів IX-XI класів 23 відсотки подали образ підприємця у негативному вигляді (“спекулянт”, “шахрай”). Слід зазначити: ще кілька років тому негативне ставлення до підприємництва спостерігалось у значній більшості школярів [3, 83-88]. У нашому дослідженні 47,5% респондентів характеризують підприємця як тямущу, ділову людину; 15,5% — як сміливу і рішучу особистість; 19 % — як досвідченого висококваліфікованого працівника. Бачення підприємця старшокласниками 1998 року відрізняється від їх ровесників минулих років. І це закономірно, оскільки сучасні школярі не відчувають тиску офіційної комуністичної ідеології, непослідовності та суперечливості перших років перехідного періоду. Сучасні старшокласники в характеристиці підприємця віддають перевагу його позитивним рисам. Він бачиться їм енергійним, освіченим, відповідальним, працелюбним, незалежним. Можна погодитись з тим, що освітній та кваліфікаційний рівень підприємців вищий, ніж пересічного громадянина. Так, серед підприємців Кіровоградщини 78% з вищою освітою, 69% мають досвід керівної, організаторської роботи. Разом з тим важко собі уявити ідеально “чистого” та законослухняного підприємця в умовах відсутності в державі необхідної законодавчої бази.

Відносно високий імідж підприємця суттєво впливає на плани молоді. У процесі опитування зафіксовано високу популярність серед старшокласників тих професій, які готують шлях до підприємництва – менеджери, брокери, товарознавці, бухгалтери та ін. При цьому учні продемонстрували достатню зрілість у розумінні характерних особливостей названих видів діяльності.

На запитання “Звідки Ви отримуєте знання про підприємців та підприємницьку діяльність?” ми отримали такі дані: 41% респондентів відповіли “від батьків”; 23% - з газет, журналів; 20% - з перегляду телепередач; 10% - від спілкування з товаришами і тільки 6% - під час навчання в школі. Таким чином, за джерелами одержання старшокласниками відомостей про підприємництво та підприємців школа займає останнє місце. Але становлення ринкової економіки і розвиток підприємницької діяльності неможливі без існування широко розвинутої, досить мобільної системи загальноосвітньої і професійної підготовки учнівської молоді. Практика показує, що потяг молоді до підприємницької діяльності існує, однак цей процес здійснюється поки що безсистемно. Це свідчить про те, що сучасна загальноосвітня школа з ряду об’єктивних та суб’єктивних причин не готова задовольнити зростаючий попит учнів на знання в сфері підприємницької діяльності. До об’єктивних причин, як відзначають дослідники, належить, насамперед, відсутність єдиної загальнодержавної концепції економічної освіти

школярів. Відсутня відповідна методична основа формування нового економічного мислення учнів. Йдеться про безперервне охоплення системою економічної освіти усіх рівнів навчання у загальноосвітній школі. Безперервну економічну освіту ми розуміємо як цілеспрямований, науково обґрунтований процес постійного розвитку особистості учня як активного творчого суб'єкта економічного життя суспільства, орієнтація її(особистості) на ведучі тенденції розвитку ринкових відносин. Важливою особливістю безперервної економічної освіти є її поетапність. Адже пізнавальні інтереси учнів протягом усього періоду навчання у школі на кожному віковому етапі мають свої особливості. Розроблена нами схема передбачає здійснення чотирьох етапів послідовної економічної освіти, які забезпечують поступовий рух від буденних знань про економічну дійсність до наукового розуміння закономірностей формування соціально орієнтованих ринкових відносин.

На *першому етапі*, який охоплює учнів початкової школи (I-IV класів), проводиться первісне ознайомлення із загальними економічними поняттями. Головна мета цього етапу – розвинути вміння самостійно організовувати свою діяльність, відчуття виконавця певної роботи. Заслуговує на увагу пропозиція вчених про введення на цьому етапі невеликого курсу “Економічна азбука”. У процесі її вивчення дітей знайомлять з різноманітними ситуаціями економічного характеру. Дослідження вчених різних шкіл виявили, що молодші школярі здатні усвідомити та на доступному рівні дати характеристику завданням, пов’язаним з ринком.

Другий етап багаторівневої системи економічної освіти охоплює учнів V-VII класів. Для цієї вікової категорії характерна наявність певного мінімуму економічних знань та пошук нових відомостей. Враховуючи це, на цьому етапі доцільно ввести курс “Вступ до економіки”, в якому у популярній формі викладалися б особливості, структура та категорії ринкової економіки. Вивчення цього курсу повинно спонукати учнів аналізувати, узагальнювати, порівнювати різні соціально-економічні явища сучасного суспільства.

Третій етап економічної освіти охоплює старших підлітків (VIII-IX класи). Це період переходу підлітків від дитинства до соціально-фізіологічної зрілості. Тому економічна освіта на цьому етапі повинна бути побудована, насамперед, з урахуванням соціально-психологічного статусу учнів. Слід врахувати, що в 15-16-літньому віці починає розвиватися професійна орієнтація. Розширення сфери спілкування з однолітками та старшими, перегляд телепередач, читання періодичної літератури, бесіди в колі сім’ї – все це поза школою об’єктивно розширює економічний кругозір учнів; у них з’являється власна думка про економічні явища. Але це поки що емпіричний шар економічного мислення. Тому завдання цього етапу економічної освіти полягає в тому, щоб розуміння підлітками навколишньої дійсності ґрунтувалося не лише на буденному мисленні, а значною мірою на науковому, теоретичному пізнанні багатогранності економічного життя. На нашу думку, цьому буде сприяти введення в навчальні плани VIII-IX класів спекурсу “Основи економічних знань”, який би містив би такі основні теми:

1. Що вивчає економічна наука.
2. Виробництво та трудова діяльність.
3. Твоя сім’я у колі економіки.
4. Ринок навколо тебе.
5. Потреби та споживання.
6. Все про власність.
7. Гроші та ціни в житті людей.
8. Чим займається підприємець?

Четвертий, завершальний етап економічної освіти в межах школи охоплює учнів X-XI класів, які складають відповідно до вікової періодизації онтогенезу юнацький вік, - період завершення фізичного, психічного та соціального дозрівання. Як підкреслює І.С.Кон “Юнацький вік характеризується не просто збільшенням обсягу знань, але й значним розширенням розумового кругозору старшокласника, появою у нього теоретичних інтересів та потреби звести різноманітність конкретних фактів до деяких загальних регулятивних принципів” (2,135-136). Через те у процесі економічної освіти старшокласників дуже важливо враховувати їх зрслий теоретичний інтерес, спрямувати його на формування наукового осмислення економічних, насамперед, ринкових відносин. Досвід розвинутих країн світу свідчить про те, що головним змістом економічної освіти випускників загальноосвітньої школи

повинно бути виховання у них розуміння того, що все їх подальше життя пов'язане з ринковими відносинами, в яких панують діловитість, організованість та підприємливість. На завершальному етапі економічної освіти важливо здійснити перехід від загальних уявлень про економіку до опанування фундаментальних проблем ринкової економіки на основі конкретизації знань і спеціалізації у певній сфері. Для цього доцільно ввести в навчальні плани X і XI класів курс “Основи підприємницької діяльності”, розрахований на 2 роки навчання. Його, на наш погляд, слід побудувати за такою структурою:

1. Суть, функції та основні принципи підприємництва.
2. Становлення підприємництва в Україні.
3. Організаційні форми підприємницької діяльності.
4. Технологія створення власної справи.
5. Виробниче підприємництво.
6. Комерційне підприємництво.
7. Фінансове підприємництво.
8. Менеджмент та планування підприємницької діяльності.
9. Основи маркетингу.
10. Ціна та цінова політика фірми.
11. Підприємницький ризик.
12. Етика та психологія підприємництва.
13. Ефективність підприємницької діяльності.
14. Зовнішньо економічна діяльність підприємця.
15. Відповідальність підприємців.
16. Державне регулювання підприємницької діяльності.

Безперервна поетапна економічна освіта значно розширює можливості школи щодо створення нової моделі навчання, розрахованої на підготовку молоді до соціального й трудового життя в умовах ринкової економіки. Ця модель повинна допомогти учнівській молоді отримати належний рівень економічних знань, необхідний для швидкої адаптації до ринкових умов. Зрозуміло, що не всі випускники загальноосвітньої школи стануть підприємцями. Але набуті економічні знання забезпечать відповідну орієнтацію молоді в сучасному житті, допоможуть їй знайти своє місце в ринковій економіці, своє професійне покликання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верхан Петер Х. Підприємець. Його економічна функція та суспільно-політична відповідальність. Перекл. з німецької, 1994. — 60с.
2. Кон И.С. Психология старшекласника. — М.: Просвещение, 1982. — 191с.
3. Нисимчук А.С. Экономическое воспитание в сельской школе. — М.: Просвещение, 1989. — 207с.
4. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. — К., 1998. — 350с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 455с.