

Л. И. Шумская, С. В. Дубков, Н. В. Бордачёва

# ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНОЙ БИЗНЕС- КОМПАНИИ

*Допущено Министерством образования Республики Беларусь  
в качестве учебного пособия для слушателей  
системы дополнительного образования взрослых  
по экономическим специальностям*

Под общей редакцией Л. И. Шумской

Минск  
«Адукацыя і выхаванне»  
2021

УДК [374.7+37.091.398](075.9)  
ББК 74.4я75  
Ш96

Авторы:

*Л. И. Шумская*, доктор психологических наук, профессор, — введение; глава 1. Концептуальное обоснование категории «учебная бизнес-компания»; глава 2. Педагогическое обеспечение деятельности учебной бизнес-компания; глава 3. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства (3.2. Психологические аспекты предпринимательства); глава 4. Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»; заключение; приложения.

*С. В. Дубков*, кандидат экономических наук, — глава 3. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства (3.1. Введение в курс; 3.5. Маркетинг (Реклама); 3.6. Менеджмент).

*Н. В. Бордачёва* — глава 3. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства (3.3. Правовые аспекты предпринимательства; 3.4. Экономика предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение; 3.5. Маркетинг (Маркетинг в предпринимательской деятельности)).

Рецензенты: доктор педагогических наук, доцент, проректор по научно-методическому образованию государственного учреждения образования «Академия последиplomного образования» *Г. И. Николаенко*; кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии образования Института психологии учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка» *А. А. Полонников*; кафедра экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (кандидат социологических наук, доцент *Г. Ф. Бедулина*)

**Книга издана при поддержке Закрытого акционерного общества  
«Белорусско-Швейцарский Банк “БСБ Банк”» (ЗАО «БСБ Банк»)**

**Шумская, Л. И.**

Ш96 Основы деятельности учебной бизнес-компания: учебное пособие / Л. И. Шумская [и др.]; под общ. ред. Л. И. Шумской. — Минск: Адукацыя і выхаванне, 2021. — 200 с.

ISBN 978-985-599-288-3.

Издание направлено на научно-методическое обеспечение деятельности учебных бизнес-компаний учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи. Представлены концептуальное обоснование, практический опыт, регламентация деятельности учебной бизнес-компания. Раскрыты содержание, формы и методы дополнительного образования педагогических работников, кураторов учебных бизнес-компания, нацеленного на формирование компетенций в сфере предпринимательства и организации деятельности учебной бизнес-компания.

Для педагогических работников учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи, слушателей системы дополнительного образования взрослых.

УДК [374.7+37.091.398](075.9)

ББК 74.4я75

**ISBN 978-985-599-288-3**

© Шумская Л. И., Дубков С. В.,  
Бордачёва Н. В., 2021  
© Оформление. РУП «Издательство  
“Адукацыя і выхаванне”», 2021

# Содержание

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава 1. Концептуальное обоснование категории «учебная бизнес-компания»</b> .....	7
1.1 Актуальные тенденции развития практико-ориентированного подхода в образовании.....	7
1.2 Современные практики обучения учащихся предпринимательству: международный и отечественный опыт .....	14
1.3 Учебная бизнес-компания: сущность понятия, опыт и нормативное обеспечение .....	24
<b>Глава 2. Педагогическое обеспечение деятельности учебной бизнес-компанияи</b> .....	32
2.1 Особенности педагогического обеспечения деятельности учебной бизнес-компанияи .....	32
2.2 Организация дополнительного образования педагогических работников, кураторов учебных бизнес-компанияи .....	37
<b>Глава 3. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства</b> .....	39
3.1 Введение в курс .....	39
3.2 Психологические аспекты предпринимательства.....	42
3.3 Правовые аспекты предпринимательства .....	60
3.4 Экономика предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение.....	74
3.5 Маркетинг.....	96
3.6 Менеджмент .....	105
<b>Глава 4. Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»</b> .....	119
<b>Заключение</b> .....	137
<b>Список использованных источников</b> .....	138

---

<b>Приложение 1.</b> Примерное Положение об учебной бизнес-компании учреждения общего среднего образования и учреждения дополнительного образования детей и молодёжи .....	142
<b>Приложение 2.</b> Опыт Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ по реализации образовательного проекта «Подготовка организаторов учебных бизнес-компаний» (2017–2018 гг.) .....	147
<b>Приложение 3.</b> Образовательная программа обучающихся курсов дополнительного образования взрослых «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017–2018 годы .....	153
<b>Приложение 4.</b> Образовательная программа дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017–2018 годы .....	160
<b>Приложение 5.</b> Кейс-метод .....	167
<b>Приложение 6.</b> Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости» .....	170
<b>Приложение 7.</b> Диагностика ценностей (методика К. Шварца и У. Билски в интерпретации О. А. Тихомандрицкой и Е. М. Дубовской) .....	172
<b>Приложение 8.</b> Тест-опросник измерения мотивации достижения (методика А. Мехрабиана в модификации М. Ш. Эминова) .....	176
<b>Приложение 9.</b> Оценка коммуникативных и организаторских способностей (КОС-1) (методика В. В. Синявского и Б. А. Федоришина) .....	181
<b>Приложение 10.</b> «Есть ли у Вас задатки лидера?» (тест С. Дидато) .....	186
<b>Приложение 11.</b> Тест «Можете ли Вы быть предпринимателем?» ...	188
<b>Приложение 12.</b> Тренинг «Командообразование» .....	189
<b>Приложение 13.</b> Проект образовательной программы повышения квалификации педагогических работников учреждений образования «Основы деятельности учебной бизнес-компании» .....	191

# ВВЕДЕНИЕ

Одной из ключевых предпосылок создания в Республике Беларусь основанной на инновациях конкурентоспособной экономики является формирование предприимчивого общества, олицетворяемого предприимчивыми гражданами, способными воплощать идеи в конкурентоспособный продукт. В решении этой масштабной задачи особая роль отводится системе образования в контексте реализации практико-ориентированного подхода на всех уровнях и ступенях её функционирования. Речь идёт об актуализации деловой активности учащихся посредством постижения ими основ предпринимательства.

Обращение к предпринимательской деятельности значимо не только в плане её востребованности на современном рынке труда. В своём сущностном выражении логика предпринимательства выступает оптимальным олицетворением проектной деятельности, которая должна стать одним из магистральных направлений построения образования будущего.

В последние десятилетия в учреждениях общего среднего образования и учреждениях дополнительного образования детей и молодёжи Республики Беларусь всё больше внимания уделяется обучению учащихся основам предпринимательства посредством новых образовательных практик. К числу таких практик, нацеленных на актуализацию личностного потенциала учащейся молодёжи, её подготовку к созидательному участию в развитии инновационной экономики, относится деятельность учебной бизнес-компании (далее — УБК).

В настоящее время учебные бизнес-компании получают всё большее распространение в школах, гимназиях и лицеях Республики Беларусь, что повлекло за собой настоятельную необходимость разработки проекта по созданию регламентационных основ их деятельности. Одной из первостепенных задач проекта явилось раскрытие сущности и содержания педагогического обеспечения процесса функционирования и развития УБК.

Учебное пособие представляет собой попытку решения указанных проблем. Его подготовка является логическим завершением многолетней исследовательской работы над данным проектом, проводившейся в Белорусском государственном университете временным научным коллективом «Стратегия» (научный руководитель — Л. И. Шумская), в состав которого, помимо авторов пособия, входили С. Г. Бартошевич, З. Ю. Залевская, М. Н. Найдович, С. Н. Маковчик, Е. Ю. Смирнова, а также консультант проекта Л. В. Емельянчик. Исследователями было

предложено унифицированное понятие «учебная бизнес-компания», разработано «Примерное Положение об учебной бизнес-компании учреждения общего среднего образования и учреждения дополнительного образования детей и молодёжи», осуществлена опытная апробация образовательных программ «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» для педагогических работников, кураторов УБК, и учащихся, организаторов УБК.

В работу над проектом был вовлечён широкий круг персоналий, объединённых совместным замыслом, — руководители и педагоги учреждений общего среднего образования Минска и Минской области, главы и работники администраций Центрального и Советского районов г. Минска, Председатель и члены Правления Закрытого акционерного общества «Белорусско-Швейцарский Банк “БСБ Банк”» (ЗАО «БСБ Банк»), руководство и члены Союза юридических лиц «Республиканская конфедерация предпринимательства», успешные предприниматели, бизнес-тренеры и бизнес-консультанты.

Особое слово — в память о Владимире Николаевиче Карягине — Председателе Высшего Координационного Совета Союза юридических лиц «Республиканская конфедерация предпринимательства», активно поддерживавшем проект на всех этапах его реализации и со свойственным ему профессиональным чутьём определившим его как флагманский проект будущего. Он был одним из первопроходцев в становлении предпринимательского мышления и деятельности в нашей стране и многое успел свершить, чтобы воплощённые в жизнь его творческие замыслы послужили началом новых путей общественного развития, раскрытия новых возможностей для самореализации человека как личности.

В пособии обобщён и изложен научный и практический опыт по анализируемой проблеме, накопленный в учреждениях образования Республики Беларусь, странах ближнего и дальнего зарубежья, а также опыт Центра развития молодёжного предпринимательства (далее — ЦРМП) экономического факультета Белорусского государственного университета; развиваются положения главы 6 «Экономическое воспитание» Концепции и Программы непрерывного воспитания детей и учащейся молодёжи на 2016—2020 годы [5].

Адресовано педагогическим работникам учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи, слушателям системы дополнительного образования взрослых.

# ГЛАВА 1

---

## КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОБОСНОВАНИЕ КАТЕГОРИИ «УЧЕБНАЯ БИЗНЕС-КОМПАНИЯ»

---

### 1.1 Актуальные тенденции развития практико-ориентированного подхода в образовании

На всех этапах существования человеческого сообщества образование являлось одним из ключевых элементов его экономической и политической системы. Именно образование выступало областью пересечения многосторонних общественных интересов, начиная от интересов государства, работодателей, потребителей создаваемых общественных благ и заканчивая интересами семьи и самих субъектов образовательного процесса. При этом функциональное назначение воплощённой в многоуровневый конструкт образовательной системы не сводится только к передаче и усвоению накопленного цивилизацией опыта. Своим сущностным назначением образование нацелено на обеспечение важнейшей социальной потребности индивида — состояться как личность, раскрыть своё «я», самореализоваться.

Механизмом удовлетворения данной потребности выступает процесс социализации. В принятом нами понимании социализация есть двусторонний, внешне и внутренне обусловленный, процесс активного усвоения и воспроизводства индивидом многообразного опыта социальной жизнедеятельности, процесс, обеспечивающий его личностно-профессиональное становление и развитие. При этом существующий опыт усваивается индивидом посредством как спонтанного, так и целенаправленного внешнего влияния.

Социализация индивида — объективный процесс, который осуществляется в конкретных общественно-исторических условиях. С точки зрения Л. С. Выготского, именно социокультурная среда, или, иначе говоря, актуальная социальная реальность, выступает источником развития индивида как личности [12]. Поэтому особенности процесса социализации индивида, осуществляемого в том числе посредством образования, необходимо анализировать на основе понимания специфики той социальной реальности, в которой протекает его жизнедеятельность.

В этом плане речь идёт о становлении в странах постсоветского пространства новой социальной реальности. Одним из её наиболее значимых признаков выступает формирование рыночных отношений, что влечёт за

собой, согласно концепции французского социолога Ж. Фурастье, новые требования к работникам во всех сферах социального производства [48].

Наблюдается усиление разрыва между рынком труда и рынком образовательных услуг: существенно актуализируется востребованность компетентностного подхода в образовании. По мнению аналитика в области современного образования В. М. Спиваковского, на повестке дня — создание нового вида системной школы, «в которой дети и их родители получают расширенный комплекс комфорта, включающий не только самые прогрессивные образовательные технологии, но и здоровую среду проживания, уважение личности и высокий конечный результат: знания — навыки — умения — компетенции» [46, с. 373].

Происходящие изменения повлекли за собой выдвижение на передний план нового типа экономики — экономики знаний, в основе которой — инновационные технологии, интеллектуализация труда. Для успешного функционирования экономики знаний необходима качественно новая генерация как педагогов, так и будущих специалистов, олицетворяющих собой главный нематериальный актив современного производства — человеческий капитал.

Теория человеческого капитала была сформулирована в 60-е годы XX в. такими известными экономистами, как Г. Беккер, У. Боуэн, Э. Дженсон и другие. Признанием научной значимости данной теории явилось присуждение её основоположникам Т. Шульцу (1979 г.) и Г. Беккеру (1992 г.) Нобелевской премии по экономике.

Человеческий капитал — многофакторная категория, имеющая соответствующую структурно-функциональную организацию. Набор элементов, входящих в его структуру, у разных исследователей отличается разнообразием характеристик: в одном случае в качестве его сущностных компонентов рассматриваются здоровье, образование, социально-бытовые условия, культура (Ю. В. Алексеев, Е. Н. Андрушак), в другом — нравственность, культура, активность, благополучие и удовлетворённость жизнью в системе социальных отношений (И. С. Савченко) [50]. Но главной его составляющей, по общему мнению учёных, выступает образование. В настоящее время именно образование, как процесс обретения индивидом знаний, навыков и, в их актуальном понимании, компетенций, становится всё более весомым фактором развития как самого индивида, так и общества в целом (В. А. Болотов, 2003 г.; С. Л. Кандыбович, 2019 г.). Неслучайно на Всемирном экономическом форуме в Давосе (2018 г.) было предложено разработать новую методику оценки ВВП страны, основываясь не на валовом объёме производства, а на уровне развития в ней человеческого капитала.

Миссия образования как ключевого элемента человеческого капитала стала предметом обстоятельного социоанализа, проведённого



французским социологом П. Бурдьё. Согласно предложенному им пониманию, капитал, в зависимости от сферы, в которой он функционирует, может проявляться в следующих основных формах: экономический, культурный, социальный и символический [60].

Экономический, или финансовый, капитал институционализируется в форме прав собственности. Институционализацию культурного капитала обеспечивают образовательные компетенции. Социальный капитал демонстрирует совокупность позиций индивида в социальном пространстве, принадлежность его к определённым социальным стратам, социальные связи и взаимодействие. Социальный капитал неразрывно связан с символическим капиталом как способом его объективизации в институционализируемых формах (аттестаты, сертификаты, дипломы и т. д.).

С позиции предложенного П. Бурдьё подхода, культурный, символический и социальный капиталы свободно конвертируются друг в друга, взаимодополняя своё сущностное предназначение. Так, по его мнению, наиболее эффективными способами обеспечения символического воздействия культурного капитала выступают:

- ▼ семейный опыт и традиции, обуславливающие целостный процесс социализации индивида;
- ▼ знания и навыки, приобретаемые посредством получения образования и позволяющие обеспечить гарантированную профессиональную и социальную компетентность;
- ▼ продолжительность времени, в течение которого индивид активно осваивает культурный капитал;
- ▼ его эффективное воплощение и инвестирование на различных площадках социального пространства [60].

П. Бурдьё особо подчеркнул, что символический капитал как способ позиционирования культурного и социального капиталов в реальности не обладает абсолютной ценностью. Он, главным образом, фиксирует связи между другими разновидностями капитала индивида и правилами конкретного образовательного и социального сообщества. В разных социальных сообществах и пространствах его статусная позиция может существенно различаться. Социальный и культурный капиталы, по мнению П. Бурдьё, активно существуют в символической и материальной формах тогда, когда они присваиваются (инкорпорируются) индивидом, воплощаются и инвестируются как созидательное средство самореализации на полях социального производства. Такой инкорпоративный капитал становится неотъемлемой частью личности. В этом плане образовательная система выступает каналом трансляции внешнего культурного опыта, который постоянно возрастает и увеличивает объёмы составляющих её компонентов.

Каким образом образовательная система может обеспечить всё возрастающий корпус социальных ожиданий каждого нового поколения

обучающихся, учитывая их личностные ресурсы, потребности и интересы? В качестве предлагаемого решения П. Бурдьё выдвигает построение индивидом своей образовательной стратегии как совокупности осваиваемых образовательных практик, движимых, с одной стороны, определённой целью, которую ставит перед собой индивид, а с другой — внешними требованиями и стандартами. Образовательные стратегии можно представить как набор сценариев действий индивида по достижению конкретной цели, успешность которых будет зависеть как от его личностных ресурсов, притязаний, стартовых позиций в образовании, так и от внешних направляемых действий.

Закономерно возникает вопрос: каким требованиям со стороны рынка труда должен соответствовать сегодня специалист, чтобы его профессиональная деятельность и карьера складывались успешно? Получив обоснованный ответ на данный вопрос, можно конструктивно решать проблему диверсификации образования путём внесения в образовательный процесс элементов совершенствования и инноваций, внедрения новых образовательных практик.

В рамках обсуждаемой проблемы проведённый в Центре развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ контент-анализ научных публикаций (А. Л. Журавлёв, О. С. Дейнеко, О. А. Карпова, Е. К. Климова, А. Менегетти, В. П. Позняков, Р. Хизрич, А. Н. Чиликин, А. И. Чирикова), а также анализ мнений, выявленных путём опроса 114 работодателей, позволил выделить следующий перечень деловых и личных качеств востребованного на современном рынке труда специалиста:

- ✓ профессиональная подготовленность;
- ✓ опыт работы;
- ✓ обучаемость;
- ✓ информационная компетентность;
- ✓ языковая компетентность;
- ✓ креативность;
- ✓ способность принимать решения в ситуации неопределённости;
- ✓ интернальный локус контроля;
- ✓ мотивация достижения;
- ✓ стрессоустойчивость, толерантность к неопределённости;
- ✓ адекватность самооценки;
- ✓ достоинство;
- ✓ деловая репутация;
- ✓ патриотизм;
- ✓ социальная ответственность;
- ✓ коммуникабельность, умение улыбаться;

- ✓ навыки общения;
- ✓ корпоративность, умение работать в команде;
- ✓ инициативность и чёткая исполнительность;
- ✓ наличие конкретных личных целей и совпадение их с целями организации;
- ✓ инновационность, способность создания новшеств, порождающих значительные перемены в социальной практике [53].

Полученные данные выступают свидетельством того, что сегодня социальные ожидания работодателя связаны не только с качеством профессиональной подготовки специалиста, но и с его личностными качествами. Современный рынок труда ориентирован, в первую очередь, на самостоятельную, конкурентоспособную личность, интегральной характеристикой которой выступает предприимчивость, обеспечивающая ей возможность успешного достижения поставленных целей и задач. Обратимся к обоснованию сути понятия «предприимчивость».

Попытки различных авторов охарактеризовать его психологическую сущность нашли отражение в следующих определениях:

- ✓ предприимчивость — это способность личности к успешному осуществлению такой активности, которая предполагает «умение быстро принимать и реализовывать решения в условиях неопределённости» (А. Л. Журавлёв, В. П. Позняков) [19; 41; 42];
- ✓ предприимчивость — это «способность человека превращать идеи в действия» («Европейская рамка ключевых компетенций в целях обучения в течение всей жизни»).

В принятом нами понимании предприимчивость может квалифицироваться как способность личности превращать идею в реальный продукт. Выступая в качестве интегральной личностной характеристики, она имеет трёхкомпонентную структуру, которая включает следующие основные элементы:

- ✓ на уровне потребностно-мотивационной и ценностной сфер предприимчивость выражается в целеустремлённости и ответственности личности, стремлении бороться и побеждать, потребности в самоактуализации и общественном признании, преобладании мотива достижения над мотивом избегания неудач;
- ✓ на уровне интеллектуальной сферы предприимчивость характеризуется способностью к принятию решений, креативностью, обучаемостью, адекватностью самооценки;
- ✓ на поведенческом уровне предприимчивость проявляется в самостоятельности, инициативе и исполнительности личности, коммуникабельности и лидерстве, решительности и готовности к риску.

Предприимчивость способствует развитию позитивной мотивации трудовой деятельности, удовлетворённости достигнутыми результатами, стимулирует ориентацию на успех, оценку труда как ценности и, в конечном итоге, формирует чувство собственного достоинства. Именно предприимчивость как интегральная личностная характеристика может быть принята за основу при моделировании психологического профиля личности успешного предпринимателя как потенциального социального ориентира для молодёжи.

Но предприимчивость важна не только для понимания сущности и эффективной реализации предпринимательской деятельности. Она может выступать сильным побудительным стимулом для актуализации практически любой разновидности трудовой деятельности, которая воспринимается работниками как собственное дело, созданное их созидательными усилиями. В этом подходе кроются истоки стимулирования новой мотивации труда — мотивации на достижения и успех.

При этом необходимо чёткое разведение понятий «предприимчивость» как интегральное качество личности, одна из её ключевых компетенций и «предпринимательство» как разновидность экономической деятельности. Быть предприимчивым не означает обязательно заниматься предпринимательской деятельностью. С другой стороны, сформированность предприимчивости — залог успеха личности в реализации собственного дела, актуализации её творческого потенциала, способности планировать и управлять проектами.

Такой подход предполагает нацеленность образовательного процесса на формирование у обучающихся умения самостоятельно учиться, актуализацию их познавательных интересов, умения формулировать и решать проблемы. Механизмом его реализации выступают проектная деятельность, проектные методы и технологии обучения. Их сущностное назначение, согласно мнению известного российского психолога В. В. Давыдова, нацелено на «не изучение того, что уже существует, а созидание новых продуктов и одновременно познание того, что лишь может возникнуть» [14, с. 506].

В современной образовательной практике применение проектного метода основывается на следующих принципах: ориентация на учащихся, означающая получение знаний в ходе самостоятельного и ответственного осуществления проекта; ориентация на действительность, выражающаяся в разработке практической задачи в условиях, близких к реальной жизни; ориентация на получение продукта как запланированного результата. Эти принципы определяют содержательный, организационный, процессуальный аспекты проектной деятельности.

Содержательный аспект представлен включением в содержание обучения реальных жизненных проблем и, соответственно, проблемным, творческим характером решения проектных заданий. Содержание, на

котором строится проектная деятельность, должно быть одновременно увлекательным и когнитивно сложным, вызывающим целый комплекс значимых для личностного развития познавательных интересов, эмоциональных реакций (например, удивление и др.).

Организация проектной деятельности подразумевает очерёдность выполнения действий. Предполагаемому результату в проекте предшествуют замысел, идея, собственно проектирование (планирование, анализ, поиск ресурсов) и реализация (создание продукта). Проектирование начинается с формулировки идеи и обоснования содержащейся в ней проблемы и заканчивается выработкой способа её решения. Жизненный цикл проекта проходит следующие этапы:

- ✓ постановка проблемы (проблематизация);
- ✓ разработка способа решения проблемы (определение задач исследования);
- ✓ планирование процесса решения проблемы (выдвижение гипотезы её решения, обсуждение методов исследования, способов оформления результатов проекта);
- ✓ практическая реализация проекта (сбор, систематизация и анализ полученных данных);
- ✓ завершение проекта (подведение итогов, оформление результатов и их презентация, рефлексивный анализ деятельности).

Содержание каждого этапа обусловлено результатом предыдущего и определяет результат последующего этапа. Как правило, проектная деятельность оптимально сочетает в себе индивидуальную, групповую и командную формы деятельности, предполагая вариативность методов и средств обучения, применяемых на различных этапах реализации проекта. Командное обсуждение содержательной стороны проекта помогает его участникам глубже понять сущность и стратегию реализации выдвинутой идеи, способствует формированию умения координировать свои усилия с усилиями других.

Процессуальный аспект проектной деятельности связан с необходимостью педагогического обеспечения данного процесса. Функция педагога при организации проектной деятельности заключается в создании оптимальных условий для развития личности обучающегося. При этом педагог из носителя и транслятора знаний и информации превращается в фасилитатора познавательной деятельности учащихся, консультанта и коллегу. При соблюдении указанных условий работа над проектом воспринимается её участниками как самостоятельная творческая деятельность.

Включение учащихся в разработку проекта означает вовлечение их в деятельность по выявлению и решению социально значимых проблем. Её результатами могут служить получение реального продукта и развитие личности учащегося.

Достижение таких результатов осуществимо, если:

- ▼ педагог ориентируется не только на получение учащимися предметных знаний, но и на их личностное становление и развитие;
- ▼ учащиеся воспринимают идею проекта как лично значимую, сами планируют ход его реализации и прогнозируют будущие практические результаты, получая таким образом возможность развития коммуникативных, лидерских и других компетенций.

В этом плане задача современной школы состоит в том, чтобы посредством практико-ориентированного обучения обеспечить усвоение учащимися сущности предпринимательской деятельности, формирование у них культуры деловых отношений, навыков продуктивной реализации социально значимых идей. Образование должно чутко реагировать на вызовы времени и на основе научно обоснованного прогноза вносить конструктивные изменения в процесс обучения и воспитания. Актуализация новых практик обучения, в том числе практик освоения учащимися основ предпринимательства и развития у них предприимчивости, будет способствовать стимулированию изменений в психологических диспозициях молодого поколения, переориентации с психологии патернализма на психологию самостоятельности.

## **1.2 Современные практики обучения учащихся предпринимательству: международный и отечественный опыт**

Начиная с 90-х годов XX в., в странах Европейского Союза (ЕС) начали активно разрабатываться программные документы, направленные на обеспечение развития экономики знаний, становления предприимчивого общества.

Стратегический подход к обоснованию экономики знаний был задекларирован в марте 2000 года на Европейском Совете в Лиссабоне. Его основная цель — сделать ЕС самой конкурентоспособной и динамичной, основанной на знаниях экономической системой в мире, обладающей потенциалом устойчивого экономического роста, предоставляющей достаточное количество рабочих мест и обеспечивающей реальное социальное единение. Предложенный подход потребовал от стран ЕС модернизации своих систем образования, что нашло отражение в ряде документов.

Так, в Европейской хартии малых предприятий (Брюссель, июнь 2000 г.), а затем в «Акте Европы о малом бизнесе» (Брюссель, 2008 г.) был усилен курс на развитие малого предпринимательства и предприимчивости в странах Европейского Союза. В частности, заострено внимание на важности воспитания духа предприимчивости с раннего возраста. В этих документах признавалась необходимость того, чтобы общие знания

о бизнесе и предпринимательстве преподавались на всех уровнях образования и стали его существенным компонентом. В специально изданной в ЕС Зелёной книге по предприимчивости (Брюссель, январь 2003 г.) подчеркнута, что образование должно внести свой вклад в стимулирование предприимчивости путём привития предприимчивого мышления, а также обучения навыкам предпринимательства.

Рекомендация Европейского парламента сформулирована в документе «Европейская рамка ключевых компетенций в целях обучения в течение всей жизни» (Брюссель, 2007 г.). Данная рамка служит основой для всей политики образования и обучения в Европейском Союзе, а также в странах-кандидатах и потенциальных кандидатах ЕС как элемент процесса их вступления. Эту рамку можно считать отправной точкой для формирования предпринимательской грамотности в условиях новой эпохи, которая должна дать толчок развитию конкурентоспособных экономических систем, основанных на устойчивых темпах роста и развития. Стандарт Европейской рамки квалификаций выделяет 8 ключевых компетенций:

- 1) умение общаться на родном языке;
- 2) умение общаться на иностранных языках;
- 3) математическая компетенция и базовые знания в области науки и техники;
- 4) компетенции в сфере информационных технологий;
- 5) способность к самообразованию;
- 6) социальная и гражданская компетенции;
- 7) дух инициативы и предприимчивости;
- 8) осознание своей культурной принадлежности, понимание культурных различий и умение взаимодействовать с представителями других культур.

Именно 7-я компетенция — дух инициативы и предприимчивости — относится к способности человека превращать идеи в действия и реальный продукт. Сюда входят: творческий потенциал, готовность взять на себя ответственность и риск, способность планировать и управлять проектами для достижения поставленной цели. Всё это помогает человеку в повседневной жизни, позволяет понять суть своей работы и не упустить представившиеся возможности. Предприимчивость является фундаментом для овладения целостным ансамблем навыков и знаний, которые нужны тем, кто занимается социальной или коммерческой деятельностью. К ним относится понимание значимости этических и нравственных ценностей.

Такой ансамбль знаний включает в себя глобальные вопросы об обществе, в котором люди живут и работают. В частности, это широкое понимание рабочих механизмов экономики, возможностей и вызовов, с которыми сталкивается работник, наниматель или организация, информированность об этической позиции предприятия, о том, может ли оно



быть силой во благо, к примеру посредством честной торговли или путём реализации социальных инициатив.

Предприимчивость предполагает наличие способностей: планировать, организовывать, управлять, делегировать, взаимодействовать; работать самостоятельно и в команде; анализировать и определять свои слабые и сильные стороны; оценивать и рисковать тогда, когда это оправданно. Она подразумевает мотивированность и стремление индивида находить решения поставленных задач, будь то личные цели либо общие установки, реализуемые совместно с другими.

К числу важных документов этого направления следует отнести принятую в Осло программу «Обучение предприимчивости в Европе» (Осло, октябрь 2006 г.), нацеленную на усиление прогресса в формировании предпринимательского мышления в обществе на основе системных и эффективных действий. В принятой в Осло программе чётко говорится, что обучение предприимчивости должно быть включено уже в учебные программы начальной школы. Именно на этом уровне образования очень важно убедить школы, преподавателей и родителей в том, что предприимчивость представляет собой ключевую компетенцию для всех обучающихся. Она важна не для того, чтобы сделать всех учащихся бизнесменами, а для того, чтобы развивать у каждого из них предприимчивое мышление.

Определённый интерес представляет и такой документ, как Европейская рамка квалификаций, направленная на содействие унифицированному признанию квалификаций разными странами. Основываясь на рекомендациях Европейской рамки квалификаций и «Европейской рамки ключевых компетенций в целях обучения в течение всей жизни», каждое учебное заведение должно осуществлять определённые действия в целях обучения учащихся предпринимательству и развития у них предприимчивости.

В частности, в Стратегии ЕС по образованию и обучению (2009) развитие предприимчивости рассматривается как один из важных образовательных приоритетов, что предполагает повышение предпринимательской грамотности каждого гражданина.

Стратегический подход к проблеме развития предприимчивости личности охватывает все уровни формального образования в ЕС. Так, ещё в 2008 году были приняты рекомендации по вопросам обучения предпринимательству и развития предприимчивости студентов, особенно в рамках специальностей, не имеющих отношения к бизнесу. Особо было подчёркнуто, что невозможно воспитывать предприимчивых студентов без предприимчивых преподавателей.

При анализе подходов к обучению учащихся и студентов предпринимательству, активно поддерживаемых в большинстве стран Европы, можно выделить:



- ▼ общие образовательные стратегии, связанные с развитием предпринимчивости, обучением предпринимательству. Такой подход реализуют, например, Чехия, франкоязычное сообщество Бельгии, Болгария, Греция, Финляндия, Лихтенштейн, Испания, Словения, Словакия и Исландия;
- ▼ специальные стратегии или планы действий, направленные на внедрение технологий развития предпринимчивости у обучающихся. Данный подход реализован в ряде стран ЕС через систему начального и общего среднего образования (Бельгия, Дания, Эстония, Литва, Нидерланды, Швеция, Уэльс (Великобритания), Норвегия);
- ▼ единичные инициативы в сфере обучения предпринимательской грамоте.

Примерно две трети стран ЕС признают необходимость развития предпринимчивости в рамках начального образования. В этих странах превалирует применение межпредметного подхода, в соответствии с которым вместо прямого упоминания о предпринимчивости обозначаются ценности и компетенции, которые должны быть развиты в рамках всех учебных дисциплин.

В качестве примера рассмотрим опыт, полученный в ходе реализации проекта «Обмен опытом в сфере социального предпринимательства и развития предпринимчивости молодёжи в условиях сотрудничества Эстонии и Беларуси» (2015). Координатором проекта выступал Харьбюский центр предпринимательства и развития (Таллин, Эстония). Проект осуществлялся в сотрудничестве с белорусскими общественными организациями: ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства» (г. Минск) и Фонд «Северные Афины М. К. Огинского» (г. Сморгонь).

Харьбюский центр предпринимательства и развития представляет собой сеть развёрнутых по всей стране центров, поддерживающих развитие предпринимчивости среди школьников посредством Junior Achievement Eesti — программы обучения предпринимательству, начиная со школы. Учащиеся имеют право создать «ученическое предприятие» и попробовать вести бизнес на протяжении 1 года без налогов при активной поддержке учителей и руководства школы. Так, две ученические фирмы, созданные школьниками Таллина по программе Junior Achievement Eesti, были нацелены на обучение детей младшего школьного возраста общению и дружбе посредством школьного психологического тренинга.

Заслуживает внимания опыт Тартуской некоммерческой организации «Самостоятельная жизнь». Это социальное предприятие, цель которого — помочь молодым людям с особенностями психофизического развития начать вести самостоятельную жизнь. Основное назначение организации «Самостоятельная жизнь» — развитие предпринимчивости, обучение своих членов предпринимательству.

Обобщая опыт европейских стран по развитию в сфере образования компетенций инициативы и предприимчивости, следует отметить заинтересованное отношение руководства ЕС и стран ЕС к освоению обучающимися этих компетенций. Разработаны стратегические и нормативные документы, определяющие функции и регламент данного обучения на всех ступенях образования. Накоплен опыт успешных практик обучения предпринимательству, в том числе таких как проектный метод, эффективное командообразование, кейс-метод, социальное партнёрство.

В то же время реальной проблемой остаётся локальность деловых практик обучения, неполный охват ими учебных заведений в большинстве стран ЕС. Категория предприимчивости ещё недостаточно интегрирована в программы всех учебных заведений.

Имеющиеся данные показывают, что большинство курсов, направленных на развитие предприимчивости, предлагаются в основном в бизнес-школах. Не в полной мере обеспечено использование междисциплинарных подходов в обучении и ресурса дополнительного образования. Существует противоречие между реальным спросом на обучение предпринимательству и дефицитом человеческих ресурсов в лице подготовленных к этой деятельности педагогов. Отмечается недостаточность финансирования и стимулов для мотивации и вознаграждения педагогов, вовлечённых в обучение учащихся основам предпринимательства.

В целях проведения комплексного анализа проблемы обратимся к опыту организации обучения предпринимательству учащихся в Республике Беларусь. В последнее десятилетие в учреждениях образования Республики Беларусь всё большее внимание уделяется применению новых форм обучения учащихся основам предпринимательства как непосредственно во время учебных занятий, так и в процессе дополнительного образования:

- ✓ разработаны учебные программы факультативных занятий «Основы экономических знаний» для учащихся V—XI классов, факультативных занятий «Основы финансовой грамотности» для учащихся VIII—IX классов, «Основы предпринимательства» для учащихся X—XI классов, утверждённые Постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 26 июня 2020 г. № 162;
- ✓ в соответствии с Приказом Министерства образования Республики Беларусь от 24 июля 2020 г. № 565 «Об экспериментальной и инновационной деятельности в 2020/2021 учебном году» в Минском городском институте развития образования реализуется экспериментальный проект «Апробация модели развития предприимчивости как средства профориентации и социализации учащихся II и III ступени общего среднего образования» (2020—2022);

- ▼ учебный предмет «Основы экономики», в содержание которого включена тема «Предпринимательство и его формы в РБ», преподаётся обучающимся по всем специальностям профессионально-технического образования;
- ▼ в учреждениях среднего специального образования осуществляется подготовка по специальности «Экономика и организация производства» (специализация «Экономика и правовое обеспечение предпринимательской деятельности»). В учебные планы преподаваемых дисциплин по всем специальностям включены темы по изучению основ предпринимательства.

При поддержке фонда «Евразия» на базе ряда учреждений общего среднего образования Минской, Гродненской и Витебской областей был осуществлён инновационный проект обучения учащихся предпринимательству в условиях сетевого взаимодействия (2015–2016 гг.). Цель проекта заключалась в содействии распространению информационно-методических ресурсов и развитию инфраструктуры по обучению учащихся учреждений образования Минской, Гродненской и Витебской областей основам бизнеса, реализации ими деловых инициатив в интересах устойчивого развития региона.

В Республике Беларусь складывается конструктивный опыт сотрудничества между учреждениями образования и бизнес-сообществами. Основными организационными формами сотрудничества являются:

- ▼ предоставление производственных мощностей бизнес-сообществ в качестве баз учебной практики учащихся;
- ▼ проведение конкурсов научно-практических работ учащихся, предметных олимпиад, научно-практических конференций в области предпринимательства;
- ▼ выделение грантов учреждениям образования на поддержку предпринимательских инициатив учащихся;
- ▼ участие представителей бизнес-сообществ в деятельности попечительских и наблюдательных советов учреждений образования;
- ▼ проведение семинарских занятий и круглых столов для педагогов и учащихся учреждений общего среднего образования по вопросам развития предпринимательства с участием представителей малого и среднего бизнеса.

Сотрудничество организаций различных форм собственности, поддерживающих обучение учащихся основам предпринимательства, становится в настоящее время одним из приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь. В рамках государственно-частного партнёрства в этом направлении осуществляется взаимодействие между Министерством образования, Министерством экономики, Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь, Национальным

банком Республики Беларусь, Белорусским государственным университетом, облисполкомами, Мингорисполкомом, Минским государственным дворцом детей и молодёжи, Ассоциацией белорусских банков, Республиканской конфедерацией предпринимательства. В стране успешно реализуются конкурсы финансовой грамотности, фестиваль «Зимние бизнес-учения для молодёжи», социально-просветительский проект «Республиканский фестиваль-конкурс по экономике и предпринимательству среди учащейся молодёжи “Лестница успеха”». В 2014 году проект «Лестница успеха» был удостоен престижной награды «БРЭНД ГОДА».

В целях популяризации предпринимательства в молодёжной среде многоплановая работа проводится инкубатором малого предпринимательства КУП «Молодёжная социальная служба» г. Минска. На его площадках созданы арт-инкубатор, тур-инкубатор, IT-инкубатор, строительная, образовательная и логистическая площадки, которые позволяют реализовывать идеи начинающим предпринимателям. Инкубатор на постоянной основе проводит обучающие семинары и консультации по вопросам организации собственного дела среди молодёжи. Для учащихся учреждений общего среднего и среднего специального образования организуются экскурсии по бизнес-инкубатору с посещением бизнес-площадок.

В учреждениях образования г. Минска действует практика внешнего финансирования бизнес-проектов вторичной занятости учащейся молодёжи в свободное от учёбы время и в каникулярный период. Например, в Первомайском районе г. Минска на базе ГУО «Центр дополнительного образования детей и молодёжи “АРТ” г. Минска», начиная с 2010 года, реализуется проект «Юниор-бизнес», финансирование которого осуществляется за счёт средств государственного внебюджетного Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь (ФСЗН).

Находят поддержку и творческие инициативы и проекты по обучению учащихся основам предпринимательства, которые выдвигают действующие в стране технопарки и бизнес-инкубаторы. В результате в ряде случаев к данному процессу подключены не только учреждения общего среднего образования, но и учреждения высшего образования, в том числе технопарки структурных подразделений Белорусского государственного университета, Белорусского государственного национального университета, бизнес-инкубаторы Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, Белорусского государственного технологического университета. В качестве примера сошлёмся на опыт Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета Белорусского государственного университета по обучению учащихся основам предпринимательства, развитию у них предприимчивости и предпринимательских инициатив.

В период своей деятельности с 2006-го по 2018 год ЦРМП принимал непосредственное участие в разработке:

- ✓ Концепции и Программы непрерывного воспитания детей и учащейся молодёжи в Республике Беларусь на 2006—2010 годы (задание Министерства образования Республики Беларусь);
- ✓ Концепции и Программы непрерывного воспитания детей и учащейся молодёжи на 2016—2020 годы;
- ✓ Стратегии международного молодёжного сотрудничества государств-участников СНГ (2010);
- ✓ коллегиальной экспертной оценки рейтинга Республики Беларусь в Индексе экономической политики в сфере малого и среднего предпринимательства стран Восточного партнёрства (2016, 2018);

в подготовке предложений:

- ✓ по проблемам реализации государственной молодёжной политики (семинар Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь на тему «Молодёжная политика в Республике Беларусь на современном этапе» (26—27 февраля 2009 г.);
- ✓ по проекту закона Республики Беларусь от 7 декабря 2009 г. № 65-З «Об основах государственной молодёжной политики»;
- ✓ по профессиональному самоопределению молодёжи в сельской местности в условиях развития агрогородков (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 января 2010 г. № 87 «О внесении изменений и дополнений в Постановление Совета Министров РБ от 30 октября 2008 г. № 1640 и утверждении плана мероприятий на 2010 год по выполнению Государственной программы содействия занятости населения Республики Беларусь на 2009—2010 годы»);
- ✓ по реализации п. 53—54 «Развитие трудовой активности и экономической самостоятельности» Минской городской программы «Молодёжь» на 2011—2015 годы;
- ✓ по проекту «Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года».

По заданиям Министерства образования, Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, Госкомитета по науке и технологиям Республики Беларусь ЦРМП было выполнено 10 научно-исследовательских проектов, направленных на инновационное развитие Республики Беларусь, реализацию государственной молодёжной политики в сфере повышения экономической грамотности, овладения учащимися основами предпринимательской деятельности. В рамках выполнения заданий по НИР в ЦРМП с 2006-го по 2018 год осуществлялась образовательная деятельность по утверждённым Министерством образования Республики

Беларусь программам обучающихся курсов дополнительного образования взрослых «Школа менеджмента и предпринимательства для молодёжи. Собственное дело» для педагогических работников, молодых специалистов и студентов, а также курсов дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Собственное дело» для учащихся школ, лицеев и гимназий.

Программы курсов были нацелены на обучение слушателей основам предпринимательства, выработку у них умений формулировать идею, разрабатывать бизнес-планы, создавать социально значимые бизнес-проекты и воплощать их на практике, а также на обеспечение их личностного роста и развития.

Обучение слушателей основам предпринимательской деятельности осуществлялось в два этапа.

I этап обучения — теоретическая подготовка. Усвоение знаний о сущности предпринимательства, основах командообразования, нормативно-правовых основах предпринимательской деятельности в Республике Беларусь, менеджменте и маркетинге, социальных аспектах предпринимательства.

II этап обучения — бизнес-практикум. Разработка и защита бизнес-плана. На практике отработывались навыки управления, коммуникативно-го взаимодействия, публичных выступлений и презентации бизнес-идей.

В ходе подготовки использовались активные методы обучения:

- ✓ деловые игры «Flixa», «Денежный поток», «Ситуация», «Принятие решения в ситуации неопределённости», посредством которых слушатели овладевали навыками командообразования, управления, ведения переговоров, расчёта рентабельности и прибыли бизнес-проекта;
- ✓ финансовое моделирование бизнес-плана на основе Project Expert, которое применялось для закрепления на практике таких понятий, как «имитационная модель», «генерация финансовых документов», «прогноз движения средств, прибыль и убытки», «балансовая ведомость», «финансовые коэффициенты и показатели эффективности инвестиций»;
- ✓ нетворкинг-сессия «Что такое стартап?», в процессе которой слушатели должны были получить представление о сущности стартапа, примерах успешных стартапов в Республике Беларусь и за рубежом, сформировать навыки эффективной презентации бизнес-проекта «Собственное дело», продемонстрировать умения заинтересовать инвестора.

Для слушателей школ предпринимательства организовывались мастер-классы, на которых участникам предоставлялась возможность получить бизнес-консультации у экспертов и специалистов, доработать



бизнес-планы, выйти на контакт с потенциальными инвесторами. Слушатели являлись постоянными участниками ежегодного конкурса исследовательских работ учащихся учреждений общего среднего образования Минской области, проводимого на базе Минского областного института развития образования.

Подготовку бизнес-планов и презентаций обучающиеся осуществляли в сопровождении бизнес-консультантов. Такими консультантами выступали как представители бизнеса, успешные предприниматели, так и студенты экономического факультета БГУ. С этой целью в ЦРМП было организовано ежегодное прохождение студентами III—V курсов экономического факультета БГУ производственной практики.

Такая форма прохождения будущими экономистами практики стала в ЦРМП традиционной. Она вовлекала студентов-практикантов в активный процесс взаимодействия с обучающимися, требовала мобилизации их профессиональных и личностных компетенций, формировала чувство ответственности за результаты своей деятельности.

Образовательные программы ЦРМП реализовывались при поддержке Министерства образования Республики Беларусь, главного управления по образованию Минского областного исполнительного комитета, управления политики занятости Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, Института социологии НАН Республики Беларусь. Партнёрами проекта в разное время выступали Белорусская торгово-промышленная палата, КУП «Молодёжная социальная служба» г. Минска, группа компаний «Премия», репутационное агентство «Шаги к успеху», компания «Игрика».

За период с 2006-го по 2018 год по данной программе прошли обучение 600 слушателей, педагогических работников и учащихся IX—XI классов учреждений общего среднего образования г. Минска, Минской и Брестской областей (Воложинский, Дзержинский, Минский, Пуховичский, Слуцкий, Столбцовский, Узденский, Барановичский, Молодечненский, Борисовский, Логойский, Смолевичский, Солигорский, Копыльский, Жодинский районы).

Выпускники школ предпринимательства ЦРМП принимали активное участие в областных и республиканских конкурсных мероприятиях, в том числе в VI Международном чемпионате «Молодёжь в предпринимательстве — 2014» (г. Гомель, 2014 г.), конкурсе инновационных идей учащейся молодёжи Минской области (г. Минск, 2010 г.), творческой мастерской «От предприимчивости к предпринимательству» (г. Солигорск, 2011 г.), международных стартапах «Бизтех — 2017» и «Бизтех — 2018», где неоднократно становились победителями. Системная работа ЦРМП с главным управлением по образованию Минского облисполкома и учреждениями образования явилась одним из факторов развёртывания

предпринимательского движения в учреждениях образования Минской области, в том числе реализации инициативы по созданию школьных бизнес-компаний.

Таким образом, на основе анализа зарубежного и отечественного опыта организации обучения учащихся предпринимательству были сформулированы следующие требования, которые необходимо учитывать для обеспечения его эффективности:

- ✓ определение условий обучения предпринимательству в зависимости от типа учреждения образования; выбор оптимальных форм и методов его организации;
- ✓ реализация образовательных программ обучения учащихся предпринимательству на факультативной основе либо в рамках дополнительного образования;
- ✓ компетентностная подготовка педагогических работников;
- ✓ разработка учебных, учебно-методических пособий, методических рекомендаций и IT-приложений, направленных на обеспечение обучения учащихся предпринимательству посредством традиционных и инновационных форм его реализации;
- ✓ разработка критериев и показателей эффективности влияния данного вида обучения на личностно-профессиональное становление и развитие учащихся; проведение мониторинговых исследований;
- ✓ обеспечение партнёрского взаимодействия с заинтересованными в сотрудничестве бизнес-структурами (центры поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторы, предпринимательские союзы, стартапы и др.).

### **1.3 Учебная бизнес-компания: сущность понятия, опыт и нормативное обеспечение**

К числу эффективных форм обучения предпринимательству, которые позволяют обеспечить формирование практического опыта и подготовить молодых людей к работе в новых экономических условиях, относится изучение экономических взаимосвязей с помощью модели предприятия. Так, широкую известность получила модель учебного бюро Пражской торговой академии, разработанная профессором Оденталем (1860). Модель «учебное бюро или предприятие», по замыслу его автора, воспроизводила рабочие процессы предприятия посредством деловой игры.

Согласно предложенному Оденталем проекту, в учебном бюро обучающиеся должны были осуществить основные коммерческо-административные виды деятельности — от оформления необходимых документов до предоставления услуг по приобретению товаров. Они проводили телефонные переговоры, вели деловую переписку, принимали и обслуживали



клиентов, оформляли заявки, финансовые документы, совершали сделки с другими учебными бюро. При этом вся деятельность обучающихся реализовалась с учётом существующего законодательства и правовых норм.

Обсуждаемая образовательная модель не предполагала продажу реальных товаров и услуг и не располагала реальными деньгами. Но в ней, как и в реальном предприятии, создавались отдел кадров, секретариат, бухгалтерия, отделы маркетинга, продаж, логистики. Обучающиеся «работали» директорами фирм, менеджерами по персоналу, продажам и закупкам, специалистами по маркетингу и рекламе, бухгалтерами, осваивая все функциональные виды деятельности.

Таким образом, учебное бюро позиционировало себя как форма профессионального обучения, где происходило имитационное моделирование деятельности предприятия со всеми присущими ему организационными формами и трудовыми процессами. В учебном бюро деятельность предприятия имитировалась посредством решения образовательных задач. Теория бизнеса изучалась через практику. Работая в учебном бюро, его члены приобретали профессиональные умения в сфере маркетинга, менеджмента, бухгалтерского учёта, делопроизводства, навыки коммуникативного взаимодействия, работы в команде, что необходимо работникам всех уровней — от руководителя до исполнителя.

Своё дальнейшее развитие идея создания мини-предприятий нашла в деятельности американской организации «Достижения молодых». По инициативе этой организации в 20—30-е годы XX в. в школах США начали возникать первые мини-предприятия, которые нашли глобальное распространение в различных странах мира. Мини-предприятия получили название «молодёжных фирм», или «учебных фирм». Участники такой фирмы создают на определённый период времени реальное предприятие. Они торгуют услугами и товарами, получая при этом реальный доход.

Начиная с 80-х годов XX в., учебные фирмы становятся активно развивающейся технологией в международной практике. В этом плане представляет интерес опыт таких российских исследователей и практиков по внедрению педагогической технологии «учебная фирма» в образовательный процесс, как С. В. Архангельская, М. Ю. Бокарев, Г. В. Борисова, С. И. Брызгалова, А. А. Завгородняя. Полученные названными авторами результаты свидетельствуют о том, что технология «учебная фирма» создаёт образовательную и воспитательную среду, благоприятную для формирования личности учащегося, развития навыков самообразования, самовоспитания, самореализации [11; 23].

Результатом включения технологии «учебная фирма» в образовательный процесс является интеграция системы знаний с практическим

опытом в профессиональной сфере. Происходит переход от предметного теоретического знания к знанию практико-ориентированному, основанному на целостном восприятии проблемы, и поиску различных вариантов её решения. В итоге учебная деятельность учащегося по накоплению знаний дополняется их активным использованием на практике. Важно подчеркнуть, что получение прибыли в проектируемых учебных фирмах второстепенно. Самый главный опыт, который должны приобрести учащиеся, — это навыки предпринимательства и чувство ответственности за результаты своей деятельности.

В настоящее время учебная фирма как модель реальной фирмы является образовательной практикой, которая успешно применяется более чем в 40 странах. В сфере профессионального образования и повышения квалификации взрослых во всём мире сейчас существует около 4000 учебных фирм, объединённых в национальные и международные сети.

В последнее десятилетие определённый опыт функционирования подобного рода структур накоплен и в учреждениях общего среднего образования Республики Беларусь. Изучение сложившегося зарубежного и отечественного опыта по анализируемой проблеме позволяет сделать вывод о продуктивности его использования применительно к системе общего среднего образования и дополнительного образования детей и молодёжи Республики Беларусь. Обратимся к анализу имеющихся в этом направлении результатов.

Как правило, в учреждениях образования Республики Беларусь бизнес-компании из числа учащихся функционируют в рамках дополнительного образования как разновидность объединения учащихся по интересам. Основным документом, регламентирующим их деятельность, выступает разработанное в каждом конкретном учреждении образования Положение. Общее руководство компанией осуществляет куратор, назначенный директором учреждения образования из числа педагогических работников. Педагогический совет учреждения образования во главе с директором координирует деятельность этих объединений. В большинстве случаев такие компании получили название школьных или ученических бизнес-компаний. Они имеют полностью практическую направленность и нацелены на изготовление и реализацию посильной для учащихся продукции (сувениры, поздравительные открытки) либо оказание услуг (организация и проведение экскурсий, детских праздников и т. д.).

Так, например, в созданной из числа учащихся бизнес-компании ГУО «Ровковичский ясли-сад — средняя школа Чечерского района» Гомельской области организованы выращивание и продажа комнатных и садовых растений. Изготовлением и распространением сувенирной продукции занимаются учащиеся в бизнес-компаниях ГУО «Октябрьская средняя школа Буда-Кошелёвского района» Гомельской области,

ГУО «Лоевская районная гимназия» Гомельской области, ГУО «Лоевский районный центр коррекционно-развивающего обучения и реабилитации», ГУО «Лоевская средняя школа имени А. В. Козлова». В учреждениях образования г. Гомеля в рамках работы оздоровительных лагерей, лагерей труда и отдыха в летний период организуется работа бизнес-компаний учащихся по изготовлению сувенирной продукции к фестивалю хореографического искусства «Сожскі карагод».

В ГУО «Средняя школа № 46 г. Витебска» из числа учащихся VII—IX классов создана бизнес-компания «Сувенир», специализирующаяся на производстве закладок для книг, поздравительных открыток и другой печатной продукции, на дизайнерском оформлении печатной рекламной продукции, оформлении холлов школы. В ГУО «Ореховская средняя школа имени Н. Л. Костюченко Ушачского района» Витебской области реализован проект по выращиванию рассады и овощей с пришкольного участка, изготовлению синичников, изделий из древесины.

На базе ГУО «Средняя школа № 16 г. Орши» Витебской области разработан проект школьной бизнес-компании «Бизнес за использование старых вещей». Товары, производимые компанией, — это игрушки, сумки, предметы обихода (прихватки, подставки, сумки) из использованных вещей и отходов производства. В 2015 году в рамках проекта ЕС — ПРООН «Содействие развитию на местном уровне в Республике Беларусь» получил поддержку проект «Создание и развитие школьного эколого-ориентированного бизнеса в Витебском районе как фактор устойчивого экономического развития региона», реализация которого позволила развернуть деятельность ряда созданных из числа учащихся бизнес-компаний.

Конструктивный опыт делового взаимодействия учащихся посредством организации деятельности учебных бизнес-компаний в учреждениях образования Советского и Центрального районов г. Минска был накоплен ЦРМП экономического факультета БГУ. Так, при консультативной поддержке со стороны ЦРМП в средней школе № 66 г. Минска был реализован благотворительный проект «Путь к милосердию» (2015—2016 гг.), одной из задач которого являлась апробация механизма накопления стартового капитала для последующего воплощения членами УБК своих бизнес-идей. Проект включал в себя организацию и проведение следующих мероприятий:

- ✓ выставка-продажа изделий ручной работы, изготовленных учащимися ГУО «Средняя школа № 66 г. Минска»;
- ✓ ярмарка домашней выпечки;
- ✓ выступление творческого коллектива ГУО «Средняя школа № 66 г. Минска»;
- ✓ проведение благотворительной лотереи;
- ✓ привлечение спонсорской помощи.

Вырученные средства были направлены на оказание материальной помощи подшефному детскому дому, а также на закупку оборудования для учебной бизнес-компании школы.

В другом случае в процессе совместной деятельности ЦРМП с администрацией и управлением по образованию, спорту и туризму Центрального района г. Минска ставилась задача в 2017/2018 учебном году провести экспериментальное обучение учащихся, организаторов учебных бизнес-компаний 18 учреждений образования района, и педагогических работников, кураторов этих компаний (*Приложение 2*). Обучение велось по специально разработанным программам «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания», утверждённым Министерством образования Республики Беларусь (*Приложения 3, 4*).

Результатом выполнения проекта стало создание во всех экспериментальных учреждениях образования Центрального района г. Минска учебных бизнес-компаний, участниками которых были успешно реализованы бизнес-идеи по следующим направлениям сферы услуг:

- 1) образовательные;
- 2) туристические;
- 3) социальные (*Приложение 2*).

Анализ обсуждаемой практики, наряду с констатацией положительно-го опыта, позволил выявить следующие факторы, которые препятствуют дальнейшему развитию бизнес-компаний в учреждениях образования Беларуси:

- ✓ терминологическая рассогласованность понятия «бизнес-компания» (ученическая, школьная, гимназическая);
- ✓ отсутствие модели Положения о назначении, порядке создания и функционирования в учреждениях образования бизнес-компаний и методических рекомендаций по обеспечению их деятельности, в том числе по составлению бизнес-планов;
- ✓ отсутствие порядка лицензирования произведённой продукции и механизмов её реализации;
- ✓ отсутствие специальной подготовки педагогов-кураторов бизнес-компаний в учреждениях высшего и среднего специального образования, готовящих учителей, а также в институтах развития образования;
- ✓ недостаточная оснащённость деятельности УБК учебными и методическими пособиями, ориентированными на обеспечение учебных занятий экономической направленности.

Как следствие, не реализуется мощный ресурс образовательных возможностей учебной бизнес-компании, а именно:

- ✓ овладение сущностью предпринимательства как сложной интеллектуальной деятельности;

- ▼ выявление и подготовка лидерского потенциала как стратегического ресурса человеческого капитала для государственного и частного секторов экономики;
- ▼ развитие у учащихся практического опыта коллективного взаимодействия, корпоративной культуры, навыков командообразования;
- ▼ формирование умений проектной деятельности;
- ▼ подготовка патриотичной, социально ответственной национальной предпринимательской прослойки.

В целях решения указанных проблем на протяжении 2015—2018 годов по заданию Министерства образования Республики Беларусь в Центре развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ осуществлялась исследовательская разработка проекта, нацеленного на научно-методическое обеспечение деятельности создаваемых из числа учащихся бизнес-компаний [54].

По результатам исследования был сделан вывод о нецелесообразности применения в нормативных и методических документах, а также в практическом обиходе терминов «школьная бизнес-компания», «ученическая бизнес-компания», поскольку таковые не могут быть использованы как единые для всех типов учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи. В этой связи было предложено введение унифицированного понятия «учебная бизнес-компания». Применительно к данному понятию разработано примерное Положение об учебной бизнес-компании учреждения общего среднего образования и учреждения дополнительного образования детей и молодёжи (*Приложение 1*). Обратимся к раскрытию сущности Положения.

Учебная бизнес-компания — это разновидность объединения по интересам, созданного непосредственно по инициативе учащихся учреждения общего среднего образования в рамках дополнительного образования либо учреждения дополнительного образования детей и молодёжи с целью формирования у его членов практических навыков предпринимательской деятельности, развития предприимчивости.

Деятельность УБК не является предпринимательской. УБК выступает моделью реальной бизнес-компания, цель которой — освоение её участниками содержательных и организационно-управленческих элементов предпринимательской деятельности. Основная особенность функционирования учебной бизнес-компания состоит в том, что обучение организуется как процесс, моделирующий деятельность реальных фирм и компаний различных отраслей производства.

Таким образом, теория бизнеса изучается через практику. Работая в учебной бизнес-компания, обучающиеся приобретают профессиональные умения в сфере менеджмента, маркетинга, бухгалтерского учёта,

делопроизводства, опыт коммуникативного взаимодействия, работы в команде, которые необходимы работникам всех уровней — от руководителя до исполнителя.

В качестве основных задач УБК выступают:

- ✓ освоение сущности предпринимательской деятельности посредством практико-ориентированного обучения;
- ✓ содействие личностно-профессиональному становлению учащихся;
- ✓ производство материальных и интеллектуальных продуктов, относимых к доходам от внебюджетной деятельности учреждения образования.

Учебная бизнес-компания учреждения образования призвана реализовывать следующие функции:

- ✓ обучающая: формирование у учащихся знаний о предпринимчивости и предпринимательстве и первоначальных умений для применения этих знаний в практической деятельности;
- ✓ воспитательная: воспитание ответственности за результаты своего труда, стимулирование мотивации достижения успеха;
- ✓ развивающая: развитие личностных качеств и способностей, обеспечивающих успешность как в предпринимательской, так и в других видах деятельности;
- ✓ социальная: становление навыков ориентирования в социально-экономической и правовой среде и социальных компетенций, позволяющих учащемуся быть готовым к профессиональному самоопределению.

Суть применения новой практики дополнительного образования «учебная бизнес-компания» заключается в эффекте погружения учащихся в процесс принятия хозяйственных решений, в котором для реализации образовательных задач имитируется реальная производственная ситуация. При этом необходим учёт специфики учреждения образования и целевой группы входящих в её состав учащихся. В организации УБК следует отталкиваться от характера потребностей и интересов участников, а не от волевого решения педагога.

Деятельность учебной бизнес-компании должна быть основана на принципе «делая, познаю». Не менее важное значение имеет опора на следующие принципы:

- ✓ принцип субъектности (предполагает, что обучающийся является полноправным создателем процесса обучения — от обоснования идеи до её воплощения в реальный продукт);
- ✓ принцип интегративности (подразумевает включение учащегося в командные формы деятельности, обеспечение предпринимательской подготовки путём трансляции межпредметных связей);



- ▼ принцип индивидуализации (определяет необходимость построения образовательного процесса в соответствии с учётом личностных качеств каждого обучающегося, развития его индивидуальности);
- ▼ принцип гибкости (обеспечивает изменение образовательных траекторий в соответствии с возникающими задачами, результативностью деятельности учащихся);
- ▼ принцип рефлексивности (нацелен на формирование у учащихся умений систематически проводить самоанализ и самоконтроль достигнутых результатов).

В соответствии с предложенной совокупностью принципов для обеспечения эффективности деятельности УБК необходимо соблюдение следующих условий:

- ▼ квалифицированное педагогическое сопровождение деятельности УБК, осуществляемое куратором. Куратор должен обладать профессиональными педагогическими умениями, развитыми навыками межличностного общения, компетенциями в сфере предпринимательства и организации деятельности УБК;
- ▼ наличие материально-технического и методического оснащения. Учебная бизнес-компания должна иметь отдельное рабочее помещение с необходимым оборудованием и оргтехникой, а также комплекс соответствующих методических разработок и инструкций;
- ▼ сотрудничество с бизнес-структурами. Речь идёт об экспансии образовательной среды в экономическую сферу. Для этого следует предусмотреть возможности для осуществления инициатив обучающихся за пределами учреждения образования.

Новые практики обучения учащихся предпринимательству, существенно актуализировавшиеся в последнее время, позволили повысить рейтинг Республики Беларусь в Индексе экономической политики в сфере малого и среднего предпринимательства стран Восточного партнёрства. Об этом свидетельствует динамика данных коллегиальной экспертной оценки Республики Беларусь в рамках Круглых столов ОЭСР по индикатору «Развитие предприимчивости в процессе обучения», проводившихся в 2012 и 2016 годах [21; 22].

Внедрение такой практики дополнительного образования, как учебная бизнес-компания, открывает перспективы дальнейшей эффективной реализации экономического и трудового воспитания молодого поколения, формирования его готовности к созидательной и конкурентоспособной деятельности в новых экономических условиях. В этой связи с особой актуальностью встаёт вопрос о путях подготовки педагогических работников к компетентностному обеспечению деятельности УБК в качестве кураторов. Главы 2, 3 и 4 настоящего пособия посвящены изложению данных аспектов.

## ГЛАВА 2

### ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНОЙ БИЗНЕС-КОМПАНИИ

#### 2.1 Особенности педагогического обеспечения деятельности учебной бизнес-компании

Специфика учебной бизнес-компании как новой практики обучения делом в условиях дополнительного образования учащихся состоит в том, что она выступает олицетворением или прототипом реальной бизнес-компании. Это находит своё подтверждение в совпадении их замысла и последовательности действий: идея — команда — стратегия — продукт. Функции и обязанности членов УБК аналогичны функциональным обязанностям работников реальных бизнес-организаций. Принципиальное различие состоит в том, что деятельность УБК своим сущностным назначением нацелена, прежде всего, на обучение и развитие своих членов, постижение ими основ предпринимательства, освоение набора новых для них социальных ролей (менеджера, маркетолога, коммуникатора), развитие предприимчивости и предпринимательских инициатив, профессиональное самоопределение.

Модератором данной практики дополнительного образования выступает педагогический работник, куратор УБК.

Согласно Кодексу Республики Беларусь об образовании (ст. 53), педагогические работники обязаны «осуществлять свою деятельность на профессиональном уровне, обеспечивающем реализацию образовательных программ, программ воспитания» [3, с. 62]. Применительно к обеспечению деятельности УБК речь идёт о следующих основных функциях педагога:

- ✓ дидактическая, характеризующая профессиональное мастерство педагога, умение осуществлять дидактическую разработку учебного материала, подбор эффективных технологий обучения и развития учащихся, членов УБК, а также оптимальных форм и методов контроля за достигнутыми результатами;
- ✓ воспитательная, направленная на содействие личностно-профессиональному становлению учащихся в процессе социализации;
- ✓ психодиагностическая, обеспечивающая умения педагога выявлять психологические особенности личности учащегося и социальной



- среды его взаимодействия, осуществлять мониторинг динамики становления социальной зрелости формирующейся личности, проводить коррекционную работу;
- ▼ коммуникативная, отражающая умение педагога устанавливать конструктивные отношения с учащимися, руководством и педагогическими работниками учреждения образования, представителями государственных, общественных и бизнес-организаций, родителями;
  - ▼ организаторская, характеризующая умение педагога обеспечивать эффективность деятельности УБК как элемента образовательного процесса учреждения образования;
  - ▼ функция самосовершенствования, направленная на постоянный личностный рост, повышение профессионально-педагогического мастерства, а также общего культурного уровня педагога, приобщение его к инновационным идеям образования.

Но главная задача педагога — обеспечить опосредованное руководство, исполнить роль коуча-советника, консультанта, направляющего деловую активность учащихся.

Для успешного педагогического обеспечения деятельности учебной бизнес-компании куратор должен олицетворять собой предприимчивую личность, а именно положительно относиться к предпринимательству, иметь навыки организаторской деятельности, стремиться ориентировать учащихся на практическое применение в повседневной жизни предпринимательских знаний, навыков и отношения к делу. Важное значение имеет использование им активных методов обучения в процессе организации деятельности УБК. Сюда входят примеры из жизни, деловые и ролевые игры, тренинги, инновационный и дидактический дизайн, кейс-метод, мастер-класс «Истории успеха», привлечение успешных менторов и предпринимателей.

В целях достижения эффективных результатов целесообразно тесное сотрудничество куратора УБК с руководством и педагогами своего учреждения образования, с коллегами из других учреждений образования, родителями учащихся. От него требуется умение сотрудничать с органами государственного управления и бизнес-сообществом, союзами и ассоциациями предпринимателей, центрами поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторами. Важно, чтобы куратор владел информацией об актуальных формах и методах обучения предпринимательству, почерпнутой из семинаров по предпринимательству, книг, журналов, методических разработок, Интернета. В свою очередь, роль руководства учреждения образования заключается в обеспечении УБК необходимыми материальными ресурсами, содействии куратору в приглашении опытных специалистов в сфере экономики и предпринимательства, успешных бизнесменов, бизнес-тренеров и консультантов для проведения занятий,

а также в предоставлении УБК возможностей и права осуществлять свою деятельность по реализации бизнес-идей в самом учреждении образования или во внешних организациях.

УБК как форма обучения учащихся предпринимательству может быть создана практически в любом учреждении общего среднего образования и учреждении дополнительного образования детей и молодёжи Республики Беларусь. Ведущие факторы успеха — это готовность руководства и педагогических работников к внедрению УБК в образовательный процесс, их компетентность в сфере предпринимательства и педагогического сопровождения деятельности УБК.

В этом плане целесообразно обратиться к концептуальной модели «Рамка предпринимательской компетентности», предложенной исследовательским центром Европейской комиссии [61]. Модифицированный вариант Рамки представлен в *таблице 1*.

**Таблица 1 — Рамка предпринимательской компетентности (концептуальная модель)**

№ п/п	Предпринимательская компетентность	
	Сферы компетентности	Компетенции
1	Идеи и возможности	Определение возможностей Креативность Видение Оценка действий Этическое и обоснованное мышление
2	Ресурсы	Самосознание и самоэффективность Мобилизация ресурсов Финансовая и экономическая грамотность Мобилизация других лиц
3	Трансформация в действии	Инициативность Планирование и управление Преодоление неоднозначности, неопределённости и рисков Сотрудничество с другими лицами Обучение через опыт

Предлагаемая модель не является исчерпывающим вариантом стандарта предпринимательской компетентности. Она, прежде всего, фиксирует опорные компетенции, которыми должен обладать педагог применительно к заявленному стандарту, а именно:

- ▼ видеть и уметь прогнозировать новые идеи и возможности их деятельностной реализации;

- ✓ следовать этическим принципам организации и нравственным основам жизнедеятельности общества;
- ✓ мотивировать себя и окружающих на достижения и успех;
- ✓ обладать должным уровнем финансовой и экономической грамотности;
- ✓ уметь принимать решение в ситуации неопределённости;
- ✓ брать на себя инициативу, риски и ответственность за прогнозируемые результаты;
- ✓ эффективно действовать самостоятельно и в команде.

Для того чтобы в последующем обеспечить успешное развитие вышеназванных компетенций у учащихся, членов УБК, в процессе освоения ими основ предпринимательства, куратору рекомендуется использовать комплексный набор методов обучения, воспитания и диагностики. К наиболее продуктивным могут быть отнесены следующие:

- ✓ **объяснительный метод** — сообщение известной информации с активным включением в её обсуждение членов УБК. Метод эффективен при изучении теоретических основ предпринимательства;
- ✓ **метод дедушки** — воспроизведение усвоенной информации. Метод целесообразно использовать при освоении учащимися содержания теоретической подготовки, а также своих функциональных обязанностей как членов УБК;
- ✓ **проблемный метод** — перед членами УБК ставится задача поиска и обоснования бизнес-идеи. Метод может быть применён при организации бизнес-тренинга «Битва идей!»;
- ✓ **креативный метод** — члены УБК совместно разрабатывают стратегию реализации бизнес-идеи;
- ✓ **метод дидактического дизайна** — разработка прототипов и учебных продуктов как результатов реализации членами УБК своих бизнес-идей;
- ✓ **методы диагностики личностного потенциала учащихся**, востребованного в предпринимательской деятельности (Приложения 7—12).

Важное значение имеет учёт специфики конкретного учреждения образования, его истории и традиций, контингента учащихся и родителей, месторасположения, а также факторов, обуславливающих обоснованность профессионального самоопределения учащихся. На *рисунке 1* представлен комплекс приоритетных факторов профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательской деятельности.



**Рисунок 1 — Факторы профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательской деятельности**

Таким образом, сложность и многообразие задач, стоящих перед педагогическими работниками, кураторами УБК, многофункциональный характер их деятельности требуют наличия у них, помимо основного, педагогического образования, дополнительного образования, нацеленного

на формирование компетенций в области предпринимательства и организации деятельности УБК. Обратимся к рассмотрению актуальных для профессионального развития кураторов УБК направлений дополнительного образования.

## **2.2 Организация дополнительного образования педагогических работников, кураторов учебных бизнес-компаний**

Существующий опыт свидетельствует о том, что подготовка педагогических работников к обеспечению деятельности УБК, в зависимости от реальных условий, может осуществляться в различных формах. К одной из таких форм следует отнести самоподготовку педагогических работников, кураторов УБК, включающую в себя анализ практического опыта учреждений образования Республики Беларусь, стран ближнего и дальнего зарубежья, получение информации из имеющихся в доступе интернет-источников, а также методических разработок и рекомендаций. Как правило, самоподготовка не имеет системной основы, нормативно не регламентирована, носит спорадический характер, что существенно снижает её эффективность. В этой связи необходимо отметить, что предлагаемое учебное пособие позволяет продуктивно восполнить имеющийся у кураторов дефицит знаний, приобретаемых посредством самоподготовки.

Другой разновидностью обсуждаемой подготовки кураторов являются обучающие курсы по утверждённым образовательным программам. Определённый опыт такой подготовки кураторов УБК накоплен в Минском и Витебском областных институтах развития образования.

В 2017—2018 годах Центром развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ в рамках реализации совместно с Центральным районом г. Минска по заданию Министерства образования Республики Беларусь экспериментального образовательного проекта по подготовке организаторов учебных бизнес-компаний была разработана, утверждена и апробирована образовательная программа обучающихся курсов дополнительного образования взрослых «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» (категория слушателей: учителя школ, лицеев, гимназий — кураторы УБК) (Приложение 3).

Одновременно на базовом уровне по социально-экономическому профилю была реализована экспериментальная образовательная программа дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания»

(категория слушателей: учащиеся школ, лицеев, гимназий — руководители УБК), наличие которой позволяет официально регламентировать назначение куратора УБК как педагогического работника, реализующего образовательную деятельность объединения по интересам (*Приложение 4*).

Обращаясь к содержательным аспектам предлагаемых образовательных программ, следует исходить из возможности вариативного подхода при их разработке и применении. В долгосрочной перспективе данные образовательные программы могут быть адаптированы и включены в содержание факультатива или других форм подготовки студентов педагогических университетов в качестве будущих кураторов УБК.

Важным шагом на пути решения проблемы подготовки педагогов к организации деятельности УБК может стать развёртывание данного направления повышения квалификации педагогических работников на базе существующей в Республике Беларусь сети институтов развития образования, а также иных учреждений образования, реализующих образовательные программы дополнительного образования взрослых. Такой подход позволит в полной мере удовлетворить запрос учреждений образования на новый профиль подготовки педагогов и будет способствовать усилению востребованности этой образовательной практики, раскрытию её новых возможностей и перспектив.

В *Приложении 13* представлен разработанный в ЦРМП экономического факультета БГУ проект образовательной программы повышения квалификации педагогических работников учреждений образования «Основы деятельности учебной бизнес-компании». Глава 3 «Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства» и Глава 4 «Практикум “Создаём свою учебную бизнес-компанию”» посвящены изложению примерного содержания данной образовательной программы.

## ГЛАВА 3

### ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА: ОСВАИВАЕМ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

#### 3.1 Введение в курс

Составным элементом современной экономики выступает предпринимательство. Неслучайно анализом его сущности занимаются специалисты разных областей знаний — экономики и правоведения, социологии и психологии, философии, этики и культурологии. Главная роль отводится экономическим исследователям.

В экономической теории начало исследований сущности предпринимательства связывают с именами Р. Кантильона, А. Тюрго, Ф. Кенэ, А. Смита, Ж. Б. Сэя, И. Шумпетера, И. Тиммонса, И. Кирцнера, М. Вебера, П. Друкера. Этими учёными были сформулированы основные характеристики предпринимательства, в том числе такие как риск и экономическая неопределённость предпринимательской деятельности (Р. Кантильон), революционная смена факторов производства (Ж. Б. Сэй, И. Шумпетер), практическая реализация новаторской идеи (И. Тиммонс, П. Друкер).

Литературные источники свидетельствуют о том, что авторство термина «предприниматель» принадлежит английскому экономисту Р. Кантильону, который одним из первых разработал концепцию предпринимательства.

В настоящее время существует большое количество научных школ и направлений, исследующих проблемы предпринимательства. Однако единый подход к пониманию и раскрытию данного явления не сложился. Отсюда — множественность его трактовок и определений. В большинстве случаев обосновываются важные, но отдельно взятые элементы обсуждаемого понятия. Как правило, они не противоречат его сущности и потому представляют интерес для рассмотрения. Обратимся к характеристике наиболее общепринятых подходов.

В широком смысле слова предпринимательство понимается как деятельность, направленная на удовлетворение индивидуальных и общественных потребностей людей посредством поиска изменений в спросе на продукцию и услуги, организации производства и реализации востребованного продукта с целью получения прибыли (А. Коул, Р. Кэмпбелл, К. Макконнелл, Л. Брю). Р. Кантильон рассматривал предпринимательство

как самостоятельную производственную деятельность, включающую в себя элементы риска.

Предпринимательство — инициативная деятельность, предполагающая создание нового продукта, обладающего стоимостью. Такой позиции придерживались Р. Хизрич, М. Питерс, С. В. Мочерный, В. В. Некрасова, А. В. Бусыгин, А. А. Крупанин.

Предпринимательская инициатива — это постоянное стремление к поиску нового, реализации возможностей, предоставляемых самим процессом рыночного производства.

В свою очередь, риск как свойство предпринимательской деятельности не только составляет специфику предпринимательства, но и имеет общеэкономическое значение. Присутствие риска требует от предпринимателя тщательного анализа возможных альтернатив, выбора лучших и наиболее перспективных из них, что ведёт в конечном счёте к росту эффективности общественного производства. С другой стороны, присутствие риска в предпринимательстве предполагает наличие определённых ограничений и регламентации данного вида деятельности.

В развитой рыночной экономике предпринимательство выполняет ряд интегрированных экономических, социальных и социально-психологических функций: общеэкономическую, ресурсную, социальную, творческо-поисковую (инновационную), организаторскую, функцию саморазвития и самореализации.

Определяющей в развитой рыночной экономике является *общеэкономическая функция*, которая объективно обусловлена ролью предпринимательских организаций и индивидуальных предпринимателей как субъектов рынков. Предпринимательская деятельность направлена на производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и их доведение до конкретных потребителей: домохозяйств, других предпринимателей, государства, что в первую очередь и предопределяет общеэкономическую функцию.

Важнейшей функцией предпринимательства является *ресурсная*. Развитие предпринимательства предполагает эффективное использование как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов, причём под ресурсами следует понимать все материальные и нематериальные условия и факторы производства. В первую очередь это трудовые ресурсы (в широком понимании этого слова), земля и природные ресурсы, все средства производства и научные достижения, а также предпринимательский талант.

*Творческо-поисковая (инновационная) функция* подразумевает не только использование в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и выработку новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Данная функция тесным образом связана со всеми другими функциями и обусловлена уровнем экономической свободы



субъектов предпринимательской деятельности, характером управленческих решений.

В процессе становления рыночной экономики предпринимательство приобретает *социальную функцию*, а именно реализацию социального предпринимательства, нацеленного на поддержку и развитие человека как личности, содействие в раскрытии его возможностей с наибольшей отдачей проявлять свои индивидуальные таланты и способности.

*Организаторская функция* предпринимательства выражается в принятии предпринимателями самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, во внедрении внутрифирменного предпринимательства, в формировании предпринимательского управления, создании сложных предпринимательских структур, изменении стратегии деятельности предпринимательской фирмы и т. д. Данная функция особенно чётко проявляется в быстром развитии малого и среднего предпринимательства.

Характеризуя *функцию саморазвития и самореализации*, необходимо подчеркнуть, что отличительными чертами предпринимательства являются самостоятельность, ответственность, рискованность, инициативность, склонность к творчеству, новаторству. Это позволяет дать определение предпринимательству как новаторской деятельности людей, принадлежащих к особой социальной группе, называемых предпринимателями и обладающих конкретным набором способностей, которые помогают им создавать новый продукт. Сущность предпринимательства наиболее комплексно проявляется в сочетании всех присущих ему функций, которые должны быть свойственны социально ответственному предпринимателю.

Развитие предпринимательства тесно связано со средой, которая предполагает определённую экономическую, социально-культурную, технологическую, организационно-техническую и физическую, или географическую, обстановку.

Как менеджеры и наёмные работники, предприниматель принимает непосредственное участие в деятельности предприятия. Но в отличие от наёмных работников объектом его деятельности является реализация бизнес-проекта в целом. Она начинается с формулировки бизнес-идеи, приобретения необходимых ресурсов и заканчивается сбытом продукции, получением прибыли.

Являясь собственником материальных и финансовых ресурсов, предприниматель берёт на себя риск за реализацию идеи, несёт материальную и юридическую ответственность за ведение дел, управление бизнесом. Неслучайно общность в деятельности предпринимателя и менеджера состоит в том, что оба заняты управлением и участвуют в разработке новых эффективных методов организации и использования имеющихся ресурсов. Но ответственность за конечный результат лежит на предпринимателе.

Как правило, для него характерен высокий интеллектуальный потенциал, опыт организаторской работы, склонность к систематическому напряжённому труду.

Чтобы человек проявил себя как талантливый предприниматель, приносящий пользу обществу, недостаточно благоприятных внешних факторов. У него должны быть сформированы определённые психологические качества и способности, навыки и компетенции. Обратимся к анализу их сущности.

Педагог задаёт следующие вопросы, которые помогут учащимся осознать, осмыслить, обобщить и систематизировать знания:

1. Что представляют собой предпринимательство и предпринимательская инициатива?
2. Какова роль предпринимательства в современной экономике?
3. Каковы функции и отличительные черты предпринимательства?
4. Какова природа рисков, связанных с предпринимательской деятельностью?

## 3.2 Психологические аспекты предпринимательства

### Цели:

*Образовательная:* способствовать усвоению ключевых понятий, характеризующих сущность психологической природы предпринимательства; психологических требований к личности и деятельности предпринимателя; психологических эффектов командообразования.

*Воспитательная:* содействовать становлению положительного отношения к предпринимательской деятельности, осознанию социальной ответственности за её результаты, формированию коммуникативной культуры личности.

*Развивающая:* стимулировать развитие предпринимательского потенциала личности обучающегося.

Учащимся необходимо *знать*:

- ✓ категориальный аппарат, характеризующий предпринимательский потенциал личности;
- ✓ психологические особенности предпринимательской деятельности;
- ✓ назначение команды в реализации бизнес-идеи;
- ✓ социально-психологические закономерности жизнедеятельности команды.

Учащимся необходимо *уметь*:

- ✓ анализировать результаты своей деятельности и взаимодействия с другими партнёрами по реализации бизнес-идеи;
- ✓ принимать решения в ситуации неопределённости;

- ▼ достигать поставленных целей в условиях индивидуальной и совместно распределённой деятельности.

## **Тема 1. Психологическая природа предпринимательства**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Предпринимательство как деятельность, предприимчивость как интегральное качество личности, психологические функции предпринимательства, мотивация предпринимательской деятельности, социальное партнёрство.

*Предпринимательство* — это разновидность экономической деятельности, предполагающая наличие у её субъектов особого стиля и типа хозяйственного поведения, особого набора психологических качеств и способностей.

*Предприимчивость* — интегральное качество личности, характеризующее её способность превращать идею в реальный продукт.

*Психологические функции предпринимательства:*

- ▼ организаторская — принятие самостоятельных решений в процессе реализации собственного дела;
- ▼ функция саморазвития и самореализации, нацеленная на развитие таких личностных качеств, как самостоятельность, ответственность, инициативность, склонность к творчеству, новаторству, риску.

*Мотивация предпринимательской деятельности* — внутренние побуждения, обуславливающие желание личности заниматься предпринимательской деятельностью.

*Социальное партнёрство* — равноправное сотрудничество представителей различных социальных институтов (органов управления, системы образования, семьи, самого учащегося, предпринимателей и бизнес-структур), нацеленное на реализацию бизнес-идей и проектов.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть, Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть, Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Диалог, полилог с обращением к анализу конкретных примеров, активным вовлечением учащихся в обсуждение проблем. Устный опрос.

#### **Введение в тему**

Обоснование значения психологической культуры личности для успешности в предпринимательской деятельности. Необходимо привести

примеры различных вариантов поведения предпринимателя в складывающихся обстоятельствах и пригласить учащих к обсуждению.

### **Объяснение нового материала**

Категория «предпринимательство» по своей сути, наряду с экономическим, включает в себя правовое, технологическое, социальное и, что особенно важно, психологическое содержание. В условиях рыночной экономики предпринимательство предоставляет возможность индивиду стать творцом собственного дела, с наибольшей отдачей раскрыть свои задатки и способности.

В современной психологии предпринимательство рассматривается, как правило, в рамках традиционного деятельностного подхода. С позиций данного подхода ведутся поиски признаков, общих для разных видов профессиональной деятельности и присущих только предпринимательству. Принято считать, что психологическая структура предпринимательской деятельности аналогична структуре любой другой профессиональной деятельности человека как субъекта социально-экономического взаимодействия. Соответственно, она включает в себя цель; будущие результаты, на достижение которых направлена деятельность; потребности и побуждающие к их удовлетворению мотивы; планирование и принятие решений; условия, способы и средства достижения цели; оценку и коррекцию результатов. Данное понимание структуры деятельности впервые было сформулировано в работах А. Н. Леонтьева и до сих пор не теряет своей актуальности.

Вместе с тем признаётся, что предпринимательство — это особый вид деятельности, предполагающий наличие у её субъектов особого стиля и типа хозяйственного поведения, особого набора психологических качеств и способностей. Проявляется это в поиске нетрадиционных решений и возможностей, в активных действиях для расширения масштабов и сферы деятельности, в постоянной готовности к риску и нахождению способов его преодоления, в свободном проявлении инициативы, стремлении к новаторству, творческом отношении к делу.

Предпринимательство — деятельность индивида, направленная на получение высоких результатов не только в бизнесе, но и в профессиональном становлении и развитии личности. Э. Долан, К. Кэмпбелл, Р. Кэмпбелл характеризуют предпринимательство как способность к творчеству, утверждая, что создание максимально развивающих творческую активность ситуаций является его ключевой сущностью [16]. Данный подход разделяют К. Макконнелл и Л. Брю, отмечая, что предпринимательство есть особый вид человеческих талантов, проявляющихся в предпринимательских способностях [56]. Творческий потенциал предпринимателя выражается в уникальной совокупности его личностных качеств, способностей и приобретённого опыта, в умении интегрировать

эти качества в процессе активизации и осуществления творческого процесса, ведущего к достижению предпринимательских целей, а также к самореализации и саморазвитию.

В том случае, когда творческая идея приобретает определённые формы в предпринимательском решении, а последнее способно найти свою реализацию в конкретной инновации, можно говорить о результативности и продуктивности творчества в предпринимательстве. Оно является продуктивным при условии его ориентации на последующие практические действия, обеспечивающие экономический рост и прогресс.

П. Друкер в своей концепции предпринимательского общества обратил внимание на то, что предпринимательство как инновационная активность, связанная с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой, не ограничивается сферой экономики, но может проявляться в разнообразных сферах социальной деятельности [17].

Творческий потенциал должен выступать не только интегрирующим свойством личности предпринимателя, опосредующим степень его возможностей в реализации бизнес-идеи, но и свойством его команды, объединённой одной целью и готовностью к её достижению.

К одному из центральных в психологии предпринимательства относится понятие мотива (мотивации) деятельности. В мотивах как внутренних побуждениях личности к проявлению активности находят отражение её потребности, интересы, ценности, мировоззренческие ориентиры, социальные ожидания и установки.

Согласно сложившимся представлениям, основными мотивами занятий бизнесом выступают самостоятельность и профессиональная свобода, стремление к богатству, успеху и самореализации своих способностей.

Как считают А. Д. Смирнов, В. Ф. Максимова, Д. Н. Акулёнок и др., мотивационную структуру деятельности предпринимателя составляют:

- ✓ острое желание выделиться, проявить себя, удовлетворить здоровое самолюбие;
- ✓ стремление к независимости;
- ✓ желание принести благо обществу;
- ✓ потребность в лидерстве;
- ✓ потребность в самовыражении, самоактуализации, которая является отчаянной борьбой за бессмертие. Наиболее ярко такая мотивация выражена у креативных, творческих людей, стремящихся «оставить после себя след на земле» [45].

В свою очередь, И. Шумптер выделяет три следующих главных предпринимательских мотива. Первый — потребность в господстве, власти, влиянии. Она материализуется в накоплении имущества. Второй — жажда победы, стремление к успеху в борьбе с соперником и самим собой. Третий мотив — радость творчества, которую даёт самостоятельное ведение дел.

Современный предприниматель — это не только образованный человек, но и человек, мотивированный на успех. Неслучайно выводы психологических исследований подтверждают тот факт, что успешность в бизнес-карьере связана с определённым соотношением мотивации к успеху и мотивации избегания неудач. Мотив стремления к успеху понимается как склонность к переживанию удовольствия и гордости при достижении результата. По мнению Д. Макклелланда, мотив достижения успеха каждым отдельным человеком во многом определяет прогресс экономики всего общества. Данный мотив, соединённый с верой в успех, придаёт предпринимательству страстность, увлечённость, уверенность в своих силах и способностях [34].

Мотивация избегания неудач предстаёт как феномен защитного поведения, когда личность поступает слишком осторожно, предпочитает отказаться от риска, заранее предполагая возможную неудачу. Такое защитное поведение блокирует установку на успех, формирует неуверенность в себе и, в конечном итоге, способно привести к поражению как в личностном, так и в профессиональном плане.

Основной мотивационный регулятор предпринимательской деятельности — поддержание баланса между выигрышем и риском. Он связан с доминированием целевой установки на прибыль, непредсказуемостью итогов инновационных процессов, участием в бизнесе личного капитала предпринимателя, полной свободой действий и ответственностью только перед собой.

При этом формирование и развитие личностного потенциала предпринимателя должно носить целенаправленный характер. Именно поэтому во многих странах мира проводится специальная государственная политика, поощряющая предпринимательство, и создаются благоприятные условия для творческого развития его субъектов.

В психологической науке анализируются такие проблемы, как уровень влияния внешних и внутренних факторов на успешность предпринимательской деятельности, психологические характеристики личности предпринимателя, региональные особенности экономического сознания и поведения предпринимателей, специфика деятельности предпринимателя, детерминанты деловой активности. К числу наиболее обсуждаемых и дискуссионных относится проблема готовности личности к предпринимательской деятельности.

Научно-практический анализ обозначенной проблемы привёл нас к глубокой убеждённости в том, что необходимо системно подходить к развитию у молодёжи предпринимательского менталитета и предпринимательского мышления. Следует начинать обучение предпринимательству и развитие предприимчивости уже в раннем возрасте. Организация целенаправленного развития инициативы и предприимчивости личности

посредством обучения предполагает актуализацию её творческого потенциала, способностей планировать и управлять проектами для достижения цели.

Одним из условий эффективного обучения предпринимательству выступает социальное партнёрство бизнеса, центральной и местной власти, семьи, системы образования и других социальных институтов. Социальное партнёрство направлено на то, чтобы на основе равноправного сотрудничества и переговоров обеспечить реальное участие всех заинтересованных сторон в разработке и внедрении новых практик обучения предпринимательству, достижении практических результатов при реализации учащимися творческих бизнес-идей. Формами его выражения может стать привлечение партнёров к реальному участию в образовательном процессе УБК, начиная от изложения теоретических основ предпринимательской деятельности и заканчивая делегированием членам УБК заданий на разработку конкретного социально востребованного продукта.

Таким образом, сущность социального партнёрства в обеспечении функционирования УБК — это организация совместно распределённой деятельности представителей различных социальных структур, результатом которой выступают позитивные достижения для всех её участников. Посредством социального партнёрства возможно получение эффективных результатов в повышении деловой активности учащихся.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Предприимчивость и предпринимательство: сущность и соотношение понятий.
2. Какие психологические функции выполняет предпринимательство?
3. Что такое социальное партнёрство?

## **Тема 2. Личность и деятельность предпринимателя**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Личностный потенциал предпринимателя; лидерские качества; коммуникативная культура; мотивация успеха; профессиональная самореализация; профессиональная толерантность; качества личности, противопоставленные предпринимателю.

*Личностный потенциал предпринимателя* — особый набор психологических характеристик индивида, обуславливающий его успешность в реализации предпринимательской деятельности.

*Лидерские качества* — способности личности создавать команду единомышленников, сплачивать её членов в целях реализации бизнес-идеи, разрешать возникающие противоречия.

*Коммуникативная культура* — коммуникативная компетентность, культура общения предпринимателя, умение устанавливать конструктивное



взаимодействие с представителями разных социальных структур, языковая компетентность.

*Мотивация успеха* — направленная активность индивида, побуждающая его к успешному осуществлению предпринимательской деятельности.

*Профессиональная самореализация* — успешное самовоплощение личности в профессиональной, в данном случае предпринимательской, деятельности.

*Профессиональная толерантность* — психологическая устойчивость личности по отношению к негативным проявлениям, возникающим в процессе профессиональной предпринимательской деятельности.

*Качества личности, противопоказанные предпринимателю*, — эмоциональная неуравновешенность, тревожность, неуверенность в себе, низкая самооценка, пассивность, безынициативность.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть, Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть, Интернет.

## **План занятия**

### **Форма изложения материала**

Объяснение материала педагогом; организация групповой работы учащихся с целью заполнения заранее изготовленных карточек классификации личностного потенциала предпринимателя. Устный опрос.

### **Введение в тему**

Постановка проблемного вопроса. (Может ли каждый человек успешно осуществлять предпринимательскую деятельность? Если да, то какие для этого нужны предпосылки? Если нет, то почему?)

### **Объяснение нового материала**

Анализ психологической природы предпринимательства неизбежно влечёт за собой обращение к личности и деятельности предпринимателя. В последние десятилетия в отечественной и зарубежной науке активно развивается идея о том, что успешность в предпринимательской деятельности в значительной мере обусловливается наличием у её субъекта определённого потенциала личностных качеств и способностей (А. Л. Журавлёв, 1993; В. Зомбарт, 1994; Т. И. Заславская, 1995; В. П. Позняков, 2007; Р. Хизрич, М. Питерс, 1992). Как правило, социально-психологические исследования по данной проблематике проводятся на выборке уже состоявшихся предпринимателей, имеющих определённый опыт практической деятельности.



В то же время недостаточно изученной остаётся проблема целенаправленного формирования психологической готовности личности к предпринимательской деятельности на этапе осуществления ею профессионального выбора. Обратимся к характеристике индивидуально-психологических особенностей личности предпринимателя, обуславливающих его профессиональное развитие.

Как свидетельствует анализ научных источников и опыт практической предпринимательской деятельности, одними из ключевых личностных качеств предпринимателя являются его лидерские качества и способности. Современный предприниматель должен обладать лидерским потенциалом, позволяющим ему сплотить вокруг себя людей и воодушевить их для достижения поставленной цели, убедить в способности команды достичь такого уровня выполнения заданий, который раньше казался им недоступным, актуализировать установку на успех.

А. Менегетти образно характеризует экономического лидера как оперативный центр регуляции множества отношений и функций, что обеспечивает создание новых рабочих мест, получение прибыли и развитие сферы деятельности [35]. По его мнению, лидер должен обладать тремя группами психологических характеристик: интеллектуальные способности, черты характера и приобретённые умения (табл. 2).

**Таблица 2 — Личностные характеристики успешных предпринимателей (по А. Менегетти)**

<b>Интеллектуальные способности</b>	<b>Черты характера</b>	<b>Приобретённые умения</b>
Развитое логическое мышление	Инициативность	Умение заручаться поддержкой
Проницательность	Гибкость	Умение сотрудничать
Оригинальность мышления	Склонность к творчеству	Умение завоёвывать популярность и престиж
Любопытство	Смелость	Умение выражать мысли
Способность усваивать новые знания и навыки	Уверенность в себе	Такт и дипломатичность
Интуиция	Уравновешенность	Умение брать на себя риск и ответственность
Образованность	Самостоятельность	Умение организовывать других людей
	Амбициозность	Умение убеждать
	Адекватность самооценки	Умение понимать юмор
	Обязательность	Умение разбираться в людях
	Энергичность	
	Надёжность	
	Властность	
	Работоспособность	
	Независимость	
	Общительность	

Прокомментируем наиболее значимые из предложенных А. Менегетти личностных качеств успешного предпринимателя.

*Самостоятельность* — стремление человека самому определять свою жизнь, самостоятельно выбирать цели в работе и средства для их достижения. Наличие таких черт личности — одно из важнейших условий успеха. Предпринимателями становятся в первую очередь те люди, которых не устраивает роль наёмного работника, которым не хватало самостоятельности на прежней работе, люди с особо выраженной потребностью в самореализации.

*Амбициозность* — повышенная самооценка и вера в успех, наличие которых помогает предпринимателю преодолевать преграды, выступающие на его пути, придаёт дополнительные силы и позволяет справляться с трудностями.

*Инициативность* — желание делать всё возможное для достижения успеха и готовность пойти ради него на риск.

*Уверенность в себе* — умения убеждать членов своей команды в способности выполнения поставленных задач, выдвигать оптимистические планы на будущее, усиливать веру в успех, прогнозировать ход событий на случай непредвиденных обстоятельств.

*Работоспособность* — личностное качество, которое в полной мере характеризует многих успешных людей в бизнесе. Они работают не только потому, что хотят заработать побольше денег, а потому, что им нравится сам процесс труда, он доставляет им удовольствие.

*Адекватность самооценки* — объективная оценка достигнутого, что помогает предпринимателю преодолевать возникающие трудности, последовательно добиваться достижения поставленных целей.

*Гибкость* — манёвренность, подвижность, способность бросать вызов в непринуждённой игровой манере, более всего стимулирующей на создание элементов новизны в осуществляемой деятельности.

*Общительность* — умение убеждать, разговаривая с людьми, осуществлять общение на любом уровне, активность в установлении деловых контактов.

*Обязательность* — готовность отвечать за результаты деятельности, верность слову.

*Смелость* — умение рисковать, не пасовать перед трудностями и извлекать позитивный опыт из неудач.

Предприниматель должен, с одной стороны, уметь идти на определённый риск, с другой — должен быть достаточно мудрым и осторожным, чтобы не рисковать напрасно. При этом в случае неудачи для предпринимателя чрезвычайно важно умение спокойно проанализировать каждый свой промах с тем, чтобы не повторять в дальнейшем сделанных ошибок.

Развитие вышеназванных и других качеств личности предпринимателя наиболее плодотворно осуществляется через усвоение им культуры предпринимательства. Как правило, она характеризуется такими признаками, как, например, креативность, новаторство, инициативность, прагматизм, конкурентоспособность, коммуникативность, ответственность.

Среди ключевых компонентов культуры предпринимательства — коммуникативная компетентность, культура общения. Предприниматель разворачивает свою деятельность в сложной системе отношений, в многозначной палитре взаимодействий с различными слоями и категориями общества. Предпринимательская деятельность буквально соткана из бесконечных и непрерывных нитей контактов и коммуникаций.

По мнению В. В. Томилова, культура общения в этой связи выходит на первый план профессионального облика делового человека [47]. Особую важность она обретает в условиях выхода предпринимательской деятельности на международный уровень, в условиях информационного общества, поскольку сама коммуникация становится востребованным товаром.

Неотъемлемым элементом успешности в предпринимательской деятельности является потребность в профессиональной самореализации.

*Профессиональная самореализация* — это самовоплощение личности в профессии. Первые упоминания термина «самореализация» в отечественной психологической литературе обнаруживаются в 1990 году в работах Б. Д. Парыгина, посвящённых научно-техническому прогрессу и самореализации личности [40]. В последующем самореализация станет пониматься как реализация собственных усилий человека, возможностей развития своего «я», личностных возможностей, раскрытия всех аспектов личности.

В процессе самореализации человек стремится сделать всё возможное для своего самосовершенствования и совершенствования собственного дела, чтобы достичь высокого уровня компетенции. Такой личности присущи саморазвитие, готовность к решению проблем, независимость и самостоятельность суждений, профессиональная увлечённость, ориентация на задачу, дело.

Л. А. Коростылёва, отмечая практическую направленность понятия «самореализация», подчёркивает открывающиеся для личности возможности развития «я» посредством собственных усилий, сотворчества с другими людьми, осуществления самого себя в жизни, поиска и утверждения своего особого пути в этом мире, своих ценностей и смысла своего существования в каждый данный момент времени [31].

Самореализация «не даётся» человеку в готовом виде. Включаясь в неё, он должен освоить её специфические средства, научиться ставить цели, выбирать пути их достижения, то есть стать субъектом этой деятельности.

На процессы самореализации оказывают влияние две группы факторов: внутренние и внешние. К внутренним факторам можно отнести степень развитости самосознания, способностей, качеств характера, воли, привычки человека, гибкость или ригидность мышления; к внешним — наличие или отсутствие социального заказа на данный потенциал личности, меру востребованности его со стороны социальных структур.

Самореализация личности в предпринимательской сфере предполагает прохождение следующих этапов: профессиональное самоопределение (выбор направления деятельности), становление в избранной профессиональной деятельности, профессиональный рост и развитие профессиональной компетентности. Периодически человек уточняет, корректирует ход своей самореализации, возвращаясь к тому или иному её этапу.

Анализируя личностный потенциал, обуславливающий успешность в предпринимательской деятельности, следует указать и на качества, которые препятствуют успеху в бизнесе.

Качествами, которые противопоказаны предпринимателю, являются *эмоциональная неуравновешенность, пассивность, низкая самооценка, неуверенность в себе, безынициативность, внушаемость*. Последними в этом списке могут быть *чрезмерная исполнительность и пунктуальность*, которые традиционно относятся к положительным. Однако в быстро изменяющихся экономических условиях, ситуациях постоянной неопределённости, присущих деятельности предпринимателя, ему необходимо умелое сочетание исполнительности и пунктуальности с гибкостью в принятии решений.

Ещё одно личностное качество, затрудняющее деятельность предпринимателя, — *повышенная тревожность*. При её наличии бизнесмен будет слишком долго колебаться, принимая решения, и слишком медленно действовать, а то и вовсе проявит пассивность. Предпринимательство — это всегда риск и действия в условиях неопределённости. При таких обстоятельствах лучше действовать и ошибаться, извлекая пользу из ошибок, чем бояться провала и ничего не совершать. Предприниматель принимает на себя риск и тревожность других, «поглощает» страх неудачи своей команды, убеждает других в неизбежности успеха, вдохновляет на активную деятельность по реализации своих планов.

В основе психологической устойчивости предпринимателя к негативным явлениям профессиональной деятельности лежат определённые личностные качества, одним из которых является *профессиональная*

*толерантность*. Толерантность выступает интегральной характеристикой индивида, подразумевающей его умение в проблемных ситуациях активно взаимодействовать с внешней средой (Е. М. Семёнова, 2014). Она проявляется в трудных, кризисных ситуациях, раскрывая способность человека к успешной социальной адаптации, быстрому восстановлению нервно-психического равновесия, успешным действиям в условиях стресса, неопределённости.

Термин «толерантность» чаще всего рассматривается исследователями в двух психологических аспектах: психофизиологическом — устойчивость к неблагоприятным факторам деятельности (психофизиологическая толерантность) — и социально-психологическом — терпимость к другим (социальная толерантность).

Психофизиологический аспект рассмотрения толерантности связывает её с мерой сопротивления стрессам, вредным воздействиям окружающей среды, собственному раздражению. Это наглядно демонстрирует определение толерантности в следующем психологическом контексте: толерантность — отсутствие или ослабление реагирования на какой-либо неблагоприятный фактор, внешнее проявление выдержки, самообладания, способности длительно выносить неблагоприятные воздействия без снижения адаптационных возможностей.

Толерантность как устойчивость, сопротивляемость даёт возможность приспособиться к неблагоприятным факторам, то есть она в данном случае носит адаптивный характер. Ведущим психологическим механизмом *толерантности как сопротивляемости* являются выдержка, самообладание, самоконтроль, то есть волевые качества личности.

*Выдержка* включает в себя умение человека осуществлять контроль над своими чувствами, подчинять свои действия сознательно поставленной цели, несмотря на возникающие препятствия; умение сдерживать и подавлять в себе раздражение, ненужные в данный момент чувства, мысли.

*Самообладание* рассматривается как умения осуществлять произвольный контроль эмоциональных состояний, владеть собой в различных ситуациях, не теряться в трудных и неожиданных обстоятельствах, проявляя при этом рассудительность, сдерживая отрицательные эмоции. Данный вид толерантности крайне необходим современному предпринимателю в связи с насыщенностью его профессии факторами риска.

В социально-психологическом аспекте категория «толерантность» предстаёт социально-психологическим феноменом, проявляющимся в способе взаимодействия с окружающим миром. В данном понимании толерантность выражается в стремлении достичь взаимопонимания и согласия с партнёром в процессе общения, в способности человека принимать другого во всём его многообразии. Толерантность трактуется как

сознательное принятие личности другого. Человек может быть не согласен с собеседником, но признаёт его право на своё мнение. Принятию других помогает способность видеть причины их поступков.

Толерантность — осознанная позиция, по своей сути она не пассивна, а активна. Она не означает отказ от собственных взглядов и убеждений, а предполагает признание иной позиции. В этом смысле толерантность выступает важным компонентом жизненной позиции личности, имеющей свои ценности и интересы и готовой, если потребуется, их защищать, но одновременно с уважением относящейся к позициям и ценностям других людей.

Основное содержание социально-психологического измерения толерантности включает в себя, прежде всего, соответствующую ценностно-смысловую систему, в которой центральное место занимают ценности: уважения человека как такового (ориентация на терпимость к недостаткам, слабостям, ошибкам других людей), мировоззрения и жизненной позиции, ответственности за собственную жизнь и признания таковой за каждым человеком. Толерантная личность характеризуется предпочтением ценностей доброты, самостоятельности, ответственности, отсутствием выраженной оценочности и др.

Профессиональная толерантность жизненно необходима человеку, занимающемуся предпринимательской деятельностью, поскольку от проявления данного качества зависит экономическая эффективность или неэффективность его деятельности.

Чтобы человек проявил себя как талантливый предприниматель, приносящий пользу обществу и обладающий при этом сформированным ансамблем конструктивных личностных характеристик, необходимы благоприятные условия, которые обеспечат питательную среду становления его личностно-профессиональной готовности к деятельности. Личностно-профессиональная готовность к деятельности характеризуется устойчивым положительным отношением к ней, мотивацией на достижения и успех, наличием необходимой системы знаний и компетенций, релевантностью личностных качеств и способностей.

Становление личностно-профессиональной готовности к деятельности в сфере предпринимательства — это становление целостной системы свойств личности, её убеждений, взглядов, отношения к окружающим, эмоционально-волевых качеств, знаний, компетенций и приобретённого опыта.

Формирование готовности личности к предпринимательству в образовательном процессе осуществляется через развитие личностно-профессиональной субъектности будущего специалиста. Готовность к предпринимательской деятельности — это результат усвоения экономических, социальных, правовых, психологических и этических знаний,

формирования целостного представления о сущности, роли и функциях предпринимательства в обществе, положительного мотивационно-ценностного отношения личности к этой деятельности, включения в практику, способствующую развитию предпринимательских умений и качеств личности, значимых для успешного участия в ней.

### **Первичное закрепление изученного на занятии**

1. Почему предпринимательство квалифицируется как особый вид деятельности?
2. Какие личностные характеристики присущи успешному предпринимателю?
3. Какие качества личности препятствуют достижению успехов в предпринимательской деятельности?
4. Можно ли развивать предпринимательский потенциал личности?

### **Тема 3. Введение в командообразование. Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости»**

#### **Основные понятия, используемые на занятии**

Командообразование, индивидуальная и совместно распределённая деятельность, коммуникативное взаимодействие.

#### **Оборудование**

Проектор, экран.

#### **План занятия**

Инструкция по проведению деловой игры приводится в *Приложении 6*.

### **Тема 4. Психология эффективного командообразования**

#### **Основные понятия, используемые на занятии**

Команда, эффекты командообразования, этапы формирования команды, уровни функционирования команды.

*Команда* — сложный союз единомышленников, объединённых совместным замыслом по реализации бизнес-идеи, своей философией, ценностно-ориентационным и нравственным единством своих членов.

*Эффекты командообразования* — признаки, характеризующие команду как социально-психологическую общность (социальная роль, социальные ожидания, социальный контроль, референтность).

*Этапы формирования команды* — комплектование, сплочение, позиционирование, достижение профессиональной и социальной зрелости.

*Уровни функционирования команды:*

- ▼ базисный — обоснование идеи и разработка стратегии её реализации;



- ▼ операционный — реализация стратегии воплощения идеи в реальный продукт.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть, Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть, Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Диалог с элементами деловой игры, нацеленной на освоение учащимися функционального назначения ролевой структуры команды.

#### **Введение в тему**

Организация фрагмента ролевой игры, целью которой является позиционирование её участниками своих ролевых функций в команде.

#### **Объяснение нового материала**

Для успешного ведения бизнеса предприниматель должен иметь свою команду. Наличие эффективной команды, в значительной мере, залог успеха осуществляемой деятельности, фактор признания огромной важности таких психологических элементов, как чувства единения, сплочённости, личностной гармонии. В этом случае выигрывают интересы дела. Команда — это прежде всего союз единомышленников, сплотившихся вокруг общей цели и лидера, который является модератором стратегии её достижения.

Как правило, такая команда имеет специфические особенности, свой профессиональный почерк и нравственное кредо, объединяемые понятием «корпоративная культура». Одновременно предпринимательская команда выступает олицетворением типичной социальной общности людей, разновидностью малой социальной группы, подчиняющейся общим закономерностям жизнедеятельности таких групп. К числу важнейших из них относятся:

- ▼ общественная потребность в создании и функционировании предпринимательских команд;
- ▼ реализация командой комплекса социальных ролей;
- ▼ социальные ожидания и социальный контроль;
- ▼ референтность как показатель соответствия, взаимности и доверия в отношениях между членами команды;
- ▼ благоприятный психологический климат.

В чём проявляются данные закономерности?

Прежде всего, уже сам факт создания предпринимательской команды обуславливается не только индивидуальной потребностью предприни-



матеря в материальном обеспечении и самореализации, но и наличием определённой общественной потребности в производимом продукте. В реализации предпринимательской идеи находит отражение имеющийся либо проектируемый социальный заказ.

Создание команды требует выполнения её членами определённых социальных ролей. Социальная роль — это сложный компонент психологической структуры личности, имеющий две стороны: внешнюю и внутреннюю. Внешне социальная роль выражается в соответствующем исполнении личностью своих функциональных обязанностей, что влечёт за собой конкретные социальные ожидания со стороны руководства организации и других членов команды. Тем самым осуществляется социальный контроль за эффективностью деятельности каждого члена команды.

Внутренняя сторона роли характеризуется переживаниями, осознанием личностной значимости роли, самооценкой себя как её исполнителя. И когда индивид перестаёт быть носителем определённой роли, исчезает только внешняя, видимая, её часть. Внутренняя сторона роли остаётся, сохраняя свой потенциал. Команда — это гармоничное сочетание ролевых и лидерских диспозиций её членов, носитель их совокупной компетентности.

Команду можно охарактеризовать как созвездие лидерства, где каждый член вносит свой вклад, занимая своё место, выполняя свою командную роль, соответствующую его способностям и личностным особенностям. Один член команды может одновременно играть одну или несколько функциональных ролей. Анализ литературных источников [8] позволяет выделить следующий набор таких ролей: «руководитель», «генератор идей», «мотиватор», «аналитик», «вдохновитель», «снабженец», «рабочая пчёлка», «контролёр».

Согласно Р. М. Белбину, команда — это совокупный работник, выступающий интегральным носителем её компетентности и креативности, то есть социального творчества: от генерирования идеи до её предметного воплощения [9].

В команде нет второстепенных членов, каждый в реализации своих ролевых функций — ведущий. При этом лидерство выступает как переменная составляющая, которая может переходить от одного члена команды к другому, в зависимости от того, какая задача стоит на повестке дня.

В сложившейся команде должен быть и человек со статусом «адвокат дьявола», обладающий талантом обнаружения глупостей, встроенных в систему, умеющий говорить правду, какой бы нелицеприятной она ни была. Важно отличать феномен «адвоката дьявола» от просто «трудного человека» (генератора нервозности, конфликтности, «энергетического вампира»). Если деятельность «адвоката дьявола» направлена на

устранение изъянов дела, то «трудный человек», или «энергетический вампир», может разрушить отношения в коллективе.

Реализация задач, стоящих перед командой, обуславливает необходимость тесного сотрудничества её членов. На этой основе закономерно возникает система межличностного взаимодействия, которая составляет психологическую структуру команды. В социальной психологии доказано наличие двух сторон взаимодействия — внешней и внутренней.

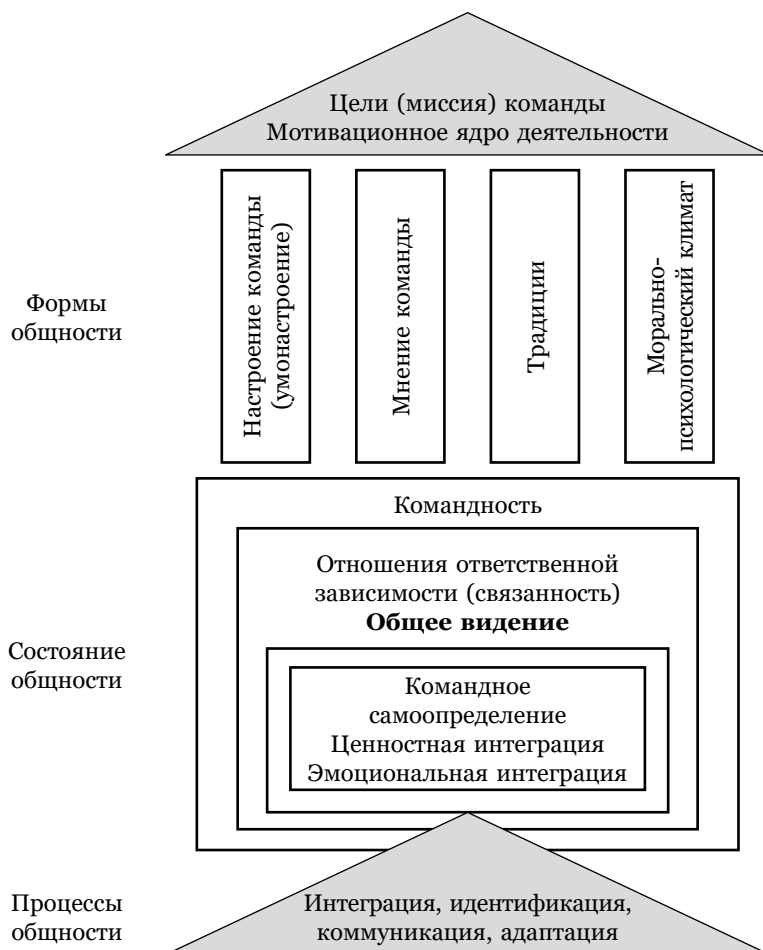
Внешнюю сторону составляют реальные, видимые контакты между членами команды, которые определяются понятием «общение». К внутренней стороне взаимодействия относятся межличностные отношения, отражающие те визуально не наблюдаемые связи и отношения, которые складываются между членами команды в процессе их совместной деятельности и общения. Образно говоря, межличностные отношения или взаимоотношения — это субъективный, внутренний мир индивида, который объективируется в общении.

Отличительным признаком сплочённой команды выступает наличие такого её свойства, как референтность. Референтность — это взаимоприятность, взаимопринятие, доверие между членами команды, своеобразный нормативный эталон регуляции их деловых и дружеских отношений. В свою очередь референтной, или эталонной, можно считать такую команду, на мнение и оценки которой ориентируется каждый её член, с позиций которых он действует.

Одним из интегральных показателей уровня референтности команды для своих членов выступает психологический климат. Под психологическим климатом принято понимать деловой и эмоциональный настрой команды, отражающий мотивационное, интеллектуальное и организационное единство её членов. Психологический климат — это совокупность определённых признаков, выступающих индикаторами степени благополучия отношений и продуктивности деятельности членов команды. К числу важнейших из них относятся:

- ✓ доверие и высокая требовательность членов команды друг к другу;
- ✓ доброжелательность и деловая критика;
- ✓ свободное выражение своего мнения;
- ✓ ответственность за выполняемые функции и состояние дел в команде;
- ✓ удовлетворённость принадлежностью к команде.

Процесс становления команды предполагает наличие двух составляющих. Первая составляющая — индивидуальная система подбора членов команды. Вторая — использование определённого алгоритма (последовательности) формирования команды, вытекающего из её специфики как организационной и социально-психологической общности (рис. 2).



**Рисунок 2 — Команда как социально-психологическая общность (на основе идеи А. В. Петровского, В. М. Шепеля, В. Н. Маркина)**

Только согласованность этих двух составляющих позволяет получить ожидаемый эффект в формировании слаженной команды.

Процесс создания и развития команды включает четыре этапа:

- 1) комплектование команды;
- 2) сплочение команды на основе её миссии;
- 3) позиционирование («ансамбль профессиональных лидеров»);
- 4) достижение профессиональной и социальной зрелости.

Профессионально и социально зрелую команду отличают:

- ▼ наличие двух уровней функционирования: базисный (обоснование идеи и разработка стратегии её реализации), операционный (реализация стратегии воплощения идеи в реальный продукт);

- ✓ профессиональная идентификация идей развития;
- ✓ личностная самореализация;
- ✓ сознательное строительство доброжелательных, конструктивных отношений;
- ✓ нравственный такт каждого участника, умение держать при необходимости психологическую дистанцию;
- ✓ готовность учитывать не только специфику организации и реализуемой ею продукции, но и особенности постоянно изменяющейся внешней среды;
- ✓ наличие устойчивых контактов как внутри организации, так и вне её;
- ✓ мобильность, то есть возможность выхода из неё отдельных участников и привлечения новых;
- ✓ соблюдение принципа прозрачного принятия решений, что позволяет ей играть роль своеобразного катализатора в успешном осуществлении бизнес-плана.

Таким образом, при последовательной реализации принципа лично ориентированного обучения учащихся и студентов основам предпринимательской деятельности создаются предпосылки для формирования личности молодого предпринимателя не только как успешного профессионала, но и как человека высокоморального, принимающего на себя ответственность за результаты деятельности, ориентированного на командное взаимодействие, обладающего навыками участия в совместно распределённой деятельности и её эффективной организации.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Какова роль команды в осуществлении предпринимательской деятельности?
2. Назовите основные эффекты командообразования.
3. Каким требованиям должен соответствовать лидер команды?
4. Охарактеризуйте основные этапы становления и развития команды.
5. Изложите уровни функционирования команды.

## **3.3 Правовые аспекты предпринимательства**

### **Цели:**

*Образовательная:* раскрыть сущность и особенности организации предпринимательской деятельности.

*Воспитательная:* привить интерес к предмету, актуализировать знания и отношение к предпринимательству.

*Развивающая:* сформировать у учащихся представления о предпринимательской деятельности.

Учащимся необходимо *знать*:

- ✓ виды и формы предпринимательства;
- ✓ права и обязанности предпринимателя;
- ✓ процесс создания предприятия;
- ✓ организационно-правовые формы предприятий.

Учащимся необходимо *уметь*:

- ✓ юридически обоснованно выбрать организационно-правовую форму предпринимательства;
- ✓ составить алгоритм заполнения юридических форм для открытия своего дела;
- ✓ провести процедуру регистрации предпринимательской деятельности.

## **Тема 1. Виды и формы организации предпринимательской деятельности, их особенности и сферы применения**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Производственное предпринимательство, коммерческое предпринимательство, финансовое предпринимательство, субъект предпринимательской деятельности, классификатор видов экономической деятельности, организационно-правовая форма, физическое лицо, юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, кооператив, унитарное предприятие, товарищество, крестьянское (фермерское) хозяйство.

*Производственное предпринимательство* — это деятельность, направленная на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг, подлежащих последующей реализации потребителям. Функция производства в данном виде предпринимательства является основной.

*Коммерческое предпринимательство* — вид деятельности, суть которого составляют товарно-денежные отношения и торгово-обменные операции. Иначе имеет место перепродажа товаров и услуг.

*Финансовое предпринимательство* является разновидностью коммерческого предпринимательства, поскольку объектом его купли-продажи выступает специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги (акции, облигации, векселя, ваучеры и т. д.), то есть происходит обмен одних ценных бумаг на другие по ценам, обеспечивающим получение прибыли.

*Субъектами предпринимательской деятельности* являются физические лица (индивидуальные предприниматели) и юридические лица (коммерческие и некоммерческие организации).

*Классификатор видов экономической деятельности (ОКЭД)* предназначен для классификации юридических лиц, их структурных

подразделений и индивидуальных предпринимателей в соответствии с выполняемыми ими видами хозяйственной деятельности и создания основы для подготовки статистических данных о результатах производства, затратах на производство, формировании капитала, финансовых операциях и т. п.

*Организационно-правовая форма (ОПФ)* — это определённые, установленные законом и нормами хозяйственного права форма организации и структура управления. Она даёт возможность человеку, гражданину, коллективу обрести официальный, правовой статус хозяйствующего субъекта.

*Физическое лицо* — это гражданин Республики Беларусь, иностранный гражданин или лицо без гражданства.

*Юридическое лицо* — это организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несёт самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, прошедшая в установленном порядке государственную регистрацию в качестве юридического лица либо признанная таковым законодательным актом.

*Индивидуальный предприниматель (ИП)* в Республике Беларусь — это физическое лицо, занимающееся какой-либо приносящей доход деятельностью и зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя.

*Унитарное предприятие* — это коммерческая организация, не наделённая правом собственности на закреплённое за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия.

*Акционерное общество (АО)* — организационно-правовая форма существования и функционирования предприятий, формирующих свой капитал посредством выпуска и продажи акций.

*Общество с ограниченной ответственностью (ООО)* — коммерческая организация с числом участников не менее двух и не более пятидесяти, уставный фонд которой разделён на доли определённых уставом размеров.

*Общество с дополнительной ответственностью (ОДО)* — хозяйственное общество с числом участников не более пятидесяти, уставный фонд которого разделён на доли определённых учредительными документами размеров. Участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, определяемых учредительными документами общества, но не менее размера, установленного законодательными актами, пропорционально

вкладам этих участников в уставном фонде общества с дополнительной ответственностью.

*Кооператив* — это предприятие или организация, созданные путём добровольного объединения лиц на паевой основе для осуществления предпринимательской деятельности. Кооперативы являются юридическими лицами и функционируют на началах самофинансирования и самоуправления.

*Товарищество* — коммерческая организация, уставный фонд которой формируется за счёт вкладов нескольких граждан и (или) юридических лиц. Отличительной особенностью хозяйственных товариществ является то, что один или несколько участников несут неограниченную солидарную имущественную ответственность по обязательствам товарищества. В зависимости от степени ответственности отдельных участников различают полные и коммандитные товарищества.

*Крестьянское (фермерское) хозяйство* — это коммерческая организация, созданная одним гражданином (членами одной семьи), внёшим (внёшими) имущественные вклады, для осуществления предпринимательской деятельности по производству сельскохозяйственной продукции, а также по её переработке, хранению, транспортировке и реализации, основанной на его (их) личном трудовом участии и использовании земельного участка, предоставленного для этих целей в соответствии с законодательством об охране и использовании земель.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

## **План занятия**

### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров, постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить понятие предпринимательской деятельности и её видов.

### **Введение в тему**

Первым этапом создания предпринимательской структуры является выбор её организационно-правовой формы. Можно спросить учащихся, какие организационно-правовые формы они знают. Объяснить, что при выборе организационно-правовой формы предпринимательской деятельности можно руководствоваться следующими критериями: количество лиц, намеревающихся зарегистрировать юридическое лицо; вид и масштаб деятельности.



Следует познакомить учащихся с правовой базой предпринимательства. Предпринимательская деятельность регулируется большим списком законов и подзаконных актов, наиболее значимые из них: Конституция Республики Беларусь, Гражданский кодекс Республики Беларусь, Налоговый кодекс Республики Беларусь. В Гражданском кодексе Республики Беларусь необходимо изучить характеристику организационно-правовых форм коммерческих и некоммерческих организаций.

### **Объяснение нового материала**

Предпринимательская деятельность разнообразна. Поскольку любое предпринимательское дело в той или иной степени связано с основными фазами воспроизводственного цикла — производством продукции и услуг, обменом и распределением товаров, их потреблением, можно выделить следующие виды предпринимательской деятельности: производственное, коммерческое, финансовое, посредническое предпринимательство.

Кроме этого, в последние десятилетия во всех экономически развитых странах мира выделяется такой самостоятельный вид предпринимательства, как консультативный (консалтинг).

В Республике Беларусь введён в действие Классификатор видов экономической деятельности.

*Производственное предпринимательство* можно назвать ведущим видом предпринимательства. Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги.

К производственному предпринимательству относится инновационная, научно-техническая деятельность, непосредственно производство товаров и услуг, а также информационная деятельность.

Любой предприниматель, планирующий заняться производственной деятельностью, прежде всего должен определить, какие конкретно товары он будет производить, какие виды услуг намерен оказывать.

Наибольшее развитие в Беларуси получило *коммерческое предпринимательство*. Оно характеризуется операциями и сделками по купле и продаже товаров и услуг. Здесь быстрее можно получить отдачу. Эта сфера, во многом ограниченная ранее, стала стремительно развиваться главным образом как частное, индивидуальное предпринимательство. Сюда направили свои усилия многие энергичные, инициативные люди.

Особым видом предпринимательской деятельности является *финансовое* (или финансово-кредитное), которое подразумевает обращение, обмен стоимостей. Финансовая деятельность проникает и в производственную, и в коммерческую, однако она может быть и самостоятельной: банковское, страховое дело и др.

В настоящее время всё большую популярность в Беларуси получает *консультативное предпринимательство*. Оно имеет множество



направлений, и при сопоставлении уровня его развития в нашей стране и в других развитых странах можно сделать вывод, что консалтинг набирает обороты.

Посредническое предпринимательство выступает как составная часть производственного, коммерческого, финансового предпринимательства. Посредник не производит продукцию, не торгует товарами, ценными бумагами, не предоставляет деньги в кредит, но способствует осуществлению этих операций и заключению соответствующих сделок, ускоряет и облегчает процессы не только купли-продажи, но и обращения товаров, услуг, денежных средств в целом.

Важным этапом создания предпринимательской структуры является выбор её организационно-правовой формы. При выборе ОПФ нужно руководствоваться следующими критериями: количество лиц, намеренных зарегистрировать юридическое лицо; вид и масштаб деятельности.

Физическое лицо может осуществлять предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, при регистрации в установленном порядке как индивидуальный предприниматель. К преимуществам индивидуального предпринимательства можно отнести лёгкость регистрации, низкие организационные издержки, особый режим налогообложения.

Предпринимательская деятельность чаще всего осуществляется с образованием юридического лица и созданием организации.

Каждая из организационно-правовых форм предпринимательской деятельности имеет свои особенности. Так, особенностью частного унитарного предприятия (ЧУП) является то, что его имущество находится в частной собственности физического лица (совместной собственности супругов) либо юридического лица и принадлежит такому предприятию на праве хозяйственного ведения [2].

Хозяйственными обществами признаются коммерческие организации с разделённым на доли (акции) учредителей (участников) уставным фондом. Хозяйственные общества могут создаваться в форме общества с ограниченной ответственностью или общества с дополнительной ответственностью, акционерного общества. На выбор формы хозяйственного общества могут влиять вид экономической деятельности и масштаб, число участников [2]. В первых двух случаях (ООО и ОДО) идёт объединение капиталов. Если для осуществления хозяйственной деятельности необходимы большие капиталовложения, как правило, создаётся АО.

Если же нет необходимости в больших капиталах, можно создать товарищество. Такая форма больше всего характерна для торгового предприятия, автомастерской, юридического агентства. При объединении с целью осуществления совместного труда наиболее подходящий

вариант — производственный кооператив. Такая форма подойдёт для пекарни, парикмахерской, фермерского хозяйства.

Наиболее распространённая форма организации современной предпринимательской деятельности — общество с ограниченной ответственностью. Участники ООО несут финансовые риски и ответственность только в рамках уставного капитала (УК) общества. Если участников (учредителей) ООО несколько, каждый из них рискует только своей долей в уставном капитале.

В Республике Беларусь законодательство предлагает широкий выбор организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Наиболее популярными являются индивидуальное предпринимательство, унитарные предприятия и хозяйственные общества.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. На какие группы делится предпринимательская деятельность по виду или назначению? Дайте характеристику каждой группе.
2. В чём отличие физических лиц от юридических?
3. Какую деятельность могут осуществлять физические лица без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя?
4. Что такое унитарное предприятие?
5. В чём особенность обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью?

## **Тема 2. Лицензирование. Регистрация предпринимательской деятельности**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Лицензирование, лицензия, Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, государственная регистрация, устав, учредительный договор, фирменное наименование, уставный фонд, товарный знак, патентный поверенный.

*Лицензирование* — одна из форм государственного регулирования предпринимательской деятельности, которая представляет собой особую процедуру официального признания права индивидуального предпринимателя или юридического лица на ведение определённого вида деятельности с соблюдением нормативных требований и стандартов.

*Лицензия* — официальный документ, который удостоверяет право на ведение указанной в нём деятельности в течение установленного срока и определяет условия её осуществления. То есть, по сути, лицензия является разрешением на ведение некоторых видов деятельности.

*Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ЕГР)* представляет собой общегосударственную систему учёта и идентификации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, предназначенную для хранения полной и достоверной

информации о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях, зарегистрированных в Республике Беларусь, о государственных органах и государственных юридических лицах, положения о которых утверждены актами законодательства; для ведения иных государственных регистров (реестров), содержащих сведения о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях.

*Государственная регистрация* — обязательная процедура регистрации юридических лиц, физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью.

*Устав* — документ, который определяет порядок и условия функционирования предприятия. Устав содержит сведения об организационно-правовой форме предприятия, его наименовании, местонахождении, размере уставного капитала, составе, порядке формирования органов управления и контроля, порядке распределения прибыли и формирования фондов предприятия, порядке и условиях реорганизации и ликвидации предприятия.

*Учредительный договор* — официальный документ, которым подтверждается решение учредителей назначить юридическое лицо, им же устанавливается порядок процедур на всё время его действия: создание, деятельность, реорганизация, устранение; указываются условия деятельности учредителей в прибылях и убытках.

*Фирменное наименование* — обозначение, под которым юридические лица осуществляют свою деятельность (выступают в гражданском обороте). Любое фирменное наименование включает две части — организационно-правовую форму и название (наименование) компании.

*Уставный фонд* — сумма средств, которую вносят учредители/собственники фирмы для обеспечения её функционирования.

*Товарный знак* — обозначение, которое предназначено для индивидуализации товаров и позволяет отличать товары одних производителей от других; подлежит специальной регистрации.

*Патентный поверенный* — человек, знающий (умеющий, имеющий право), как зарегистрировать товарный знак (получить патент на изобретение и пр.), как распоряжаться товарным знаком, патентом (использовать, продавать, сдавать в аренду, покупать, вести переговоры), как защищать товарный знак, патент от других лиц (в суде, милиции, таможне, патентном ведомстве, любом административном органе).

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

## План занятия

### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров, постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить понятие лицензирования предпринимательской деятельности.

### **Введение в тему**

Государственная регистрация — заключительный этап создания субъекта предпринимательской деятельности. Она имеет правоустанавливающее значение. Отношения, связанные с государственной регистрацией юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, урегулированы законодательством Республики Беларусь. Благодаря государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей у субъектов хозяйствования появляется возможность получения необходимой информации при выборе контрагента (подрядчика, поставщика, клиента), что в конечном итоге ведёт к устойчивости экономического оборота, способствует укреплению порядка в рыночных отношениях.

### **Объяснение нового материала**

К лицензируемым относятся виды деятельности, осуществление которых может создать угрозу нанесения ущерба национальной безопасности, общественному порядку, правам и свободам, нравственности, здоровью населения и окружающей среде и регулирование которых не может быть обеспечено иными методами, кроме лицензирования.

Лицензирование — это комплекс реализуемых государством мер, связанных с выдачей лицензий, их дубликатов, внесением в лицензии изменений и (или) дополнений, приостановлением, возобновлением, прекращением их действия, аннулированием лицензий, контролем за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий. Лицензии выдают органы государственного управления [6].

Для получения лицензии её соискатель либо его уполномоченный представитель подаёт в соответствующий лицензирующий орган:

- ✓ заявление о выдаче лицензии с указанием;
- ✓ документ об уплате государственной пошлины за выдачу лицензии;
- ✓ другие документы, если их представление установлено законодательством.

В выдаче лицензии может быть отказано при:

- ✓ наличии в заявлении недостоверных сведений;
- ✓ несоответствии предоставленных документов требованиям положения о лицензировании;
- ✓ наличии заключения о недостаточности возможностей соискателя для осуществления данного вида деятельности;

- ▼ обращении за получением лицензии до истечения одного года со дня прекращения действия или аннулирования лицензии [6].

Лицензия выдаётся по установленной форме и действует на всей территории Беларуси или её части, определённой в лицензии.

По решению лицензирующего органа действие лицензии прекращается в случае, если лицензиат не обращался за получением лицензии в течение 6 месяцев со дня принятия решения о внесении в лицензию изменений и (или) дополнений. Лицензия аннулируется, если лицензиат не обращался за получением лицензии в течение 6 месяцев со дня принятия решения о её выдаче.

Регистрирующие органы в соответствии со своей компетенцией:

- ▼ согласовывают наименования организаций;
- ▼ осуществляют государственную регистрацию субъектов хозяйствования, изменений и (или) дополнений, вносимых в уставы юридических лиц (учредительные договоры);
- ▼ представляют в Министерство юстиции Республики Беларусь необходимые сведения о субъектах хозяйствования для включения их в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а также для исключения их из этого регистра;
- ▼ выполняют иные функции, связанные с государственной регистрацией субъектов хозяйствования [6].

Порядок регистрации организации можно условно разделить на два этапа: подготовка документов и рассмотрение представленных документов регистрирующим органом.

До подачи в регистрирующий орган документов учредители (участники) организации должны: согласовать наименование организации; определить предполагаемое местонахождение организации; принять решение о создании организации и подготовить её устав или учредительный договор.

Документы для государственной регистрации представляются в регистрирующий орган путём личного обращения лиц или в электронном виде.

Зарегистрированными считаются юридическое лицо и индивидуальный предприниматель с даты проставления штампа на его уставе (учредительном договоре) и внесения записи о государственной регистрации юридического лица в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В свидетельстве о государственной регистрации юридического лица, индивидуального предпринимателя указывается дата их государственной регистрации.

Постановка плательщиков обязательных страховых взносов на учёт в органах ФСЗН производится на основании представляемых ими

документов. Перечень документов, необходимых для постановки на учёт в органах ФСЗН, следующий:

для юридических лиц:

- ✓ заявление о постановке на учёт;
- ✓ свидетельство о государственной регистрации;
- ✓ устав (учредительный договор);

для индивидуальных предпринимателей:

- ✓ заявление о постановке на учёт;
- ✓ документ, удостоверяющий личность;
- ✓ трудовые и (или) гражданско-правовые договоры [6].

Заявление с приложением необходимых документов регистрируется органом ФСЗН в день обращения. Оригиналы представленных документов возвращаются плательщикам.

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые при государственной регистрации не прошли регистрацию у страховщика, обязаны зарегистрироваться в качестве страхователей в течение месяца со дня получения документа о государственной регистрации.

Факт регистрации в качестве страхователя подтверждается следующими документами: единое извещение о постановке на учёт, если юридическое лицо и индивидуальный предприниматель прошли государственную регистрацию по принципу «одно окно»; свидетельство о регистрации, если страхователь регистрировался у страховщика по заявлению.

После успешной регистрации собственного дела предприниматели в банке открывают текущие (расчётные) счета. Можно предложить учащимся открыть сайт любого коммерческого банка в Беларуси и совместно с ними обсудить порядок открытия текущего счёта в данном банке (учащиеся могут заходить на сайты разных банков).

Рассмотрим алгоритм государственной регистрации предпринимательской деятельности (например, ООО как наиболее распространённой организационно-правовой формы предприятия). Этот процесс многоступенчатый и включает в себя следующие этапы:

*1 этап* — подготовительный. Нужно подобрать соответствующие коды ОКЭД, которые будут отражать выбранные виды деятельности. При формировании списка видов деятельности желательно выбрать как можно больше кодов. Первым в списке необходимо указать основной вид деятельности. При указании кода ОКЭД нужно вводить минимум три цифры.

В качестве юридического адреса можно использовать либо нежилое помещение собственника, с которым будет заключён договор аренды, либо домашний адрес (по прописке) генерального директора будущей компании.

У общества с ограниченной ответственностью может быть не более шести наименований, которые указываются в заявлении на регистрацию ООО: полное фирменное наименование на русском и белорусском языках; сокращённое фирменное наименование на русском и белорусском языках; полное фирменное наименование на иностранном языке; сокращённое фирменное наименование на иностранном языке.

Количество учредителей ООО может быть от 1 до 50 человек.

Уставный капитал организации может быть внесён как деньгами, так и имуществом (это должно быть отражено в учредительных документах). Формирование уставного капитала денежными средствами состоит из нескольких этапов:

- ✓ до регистрации ООО: открытие в банке временного накопительного счёта; пополнение открытого счёта на сумму не менее 50 % от уставного капитала; получение от банка справки о наличии средств на открытом счёте;
- ✓ после регистрации ООО: открытие расчётного счёта в банке; внесение оставшейся части уставного капитала на расчётный счёт с указанием, что средства предназначены для погашения задолженности учредителей по оплате уставного капитала.

Директором может быть один из учредителей или другой человек, не входящий в число учредителей ООО.

*2 этап* — подготовка учредительных документов. Первым официальным документом будущего общества с ограниченной ответственностью является один из следующих:

- ✓ решение об учреждении (создании) ООО — документ, который составляется в случае, если участником (учредителем) общества выступает только одно физическое лицо. Решение о создании ООО будет проходить под номером 1;
- ✓ протокол об учреждении (создании) ООО — документ, который составляется в случае, если участниками (учредителями) общества выступают несколько физических и (или) юридических лиц. Это протокол под номером 1. Как и в случае с решением об учреждении ООО, строгой его формы нет. В нём должны быть указаны паспортные данные учредителей, размеры их долей в уставном капитале, способ формирования УК, наименование ООО, информация о генеральном директоре. Протокол об учреждении подписывается всеми участниками.

Строгой формы устава ООО нет, но есть обязательные и ключевые моменты, которые должны быть в нём прописаны. В случае если участников создаваемого ООО двое и более, они между собой должны подписать договор об учреждении ООО. Договор заключается в простой



письменной форме и в одном экземпляре. Он должен быть подписан всеми участниками будущего ООО. Из договора об учреждении следует, что участники должны выполнить свои обязательства по регистрации общества.

*3 этап* — подготовка документов для государственной регистрации. Полный список документов для регистрации фирмы: устав об учреждении организации (2 экземпляра); решение об учреждении ООО (если учредитель один) или договор об учреждении фирмы и протокол об учреждении (если количество учредителей более одного); заполненный бланк заявления на государственную регистрацию по утверждённой форме; гарантийное письмо от собственника помещения и копия свидетельства о праве собственности на помещение по адресу, по которому производится регистрация ООО (в случае, если вы арендуете помещение); акт приёма-передачи имущества, если уставный капитал вносится имуществом; квитанция на оплату госпошлины за государственную регистрацию; заявление о переходе на упрощённую систему налогообложения (УСН) (в случае, если вы хотите работать по УСН); копии паспортов учредителей и директора.

*4 этап* — подача документов в налоговую инспекцию. Все документы, в том числе и заявление на регистрацию ООО, которые содержат более одного листа, необходимо: пронумеровать, прошить и на обороте наклеить листок с надписью «Пронумеровано и пронумеровано \_\_\_\_ страниц», указать ФИО и поставить подпись.

Товарный знак — это не только способ завоевания рынка, но и способ защиты бизнеса субъектом хозяйствования. Ценность товарного знака состоит и в том, что он способствует завоеванию репутации производителя товара.

Товарным знаком в Республике Беларусь может являться только обозначение (которое может быть представлено в графической форме), зарегистрированное в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь. Его владелец может рядом с ним проставлять предупредительную маркировку в виде латинской буквы R или ® в окружности либо в виде словесных обозначений — «товарный знак» или «зарегистрированный товарный знак».

Данная предупредительная маркировка указывает на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, зарегистрированным в Республике Беларусь. За проставление таких предупредительных маркировок рядом с незарегистрированными на территории Республики Беларусь товарными знаками прежде всего поставщик товара может понести наказание, вплоть до уголовного.

Товарный знак нужно зарегистрировать в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь. С порядком



регистрации товарного знака учащиеся могут ознакомиться на сайте данной организации.

Перед подачей заявки следует выяснить через патентного поверенного, может ли обозначение вообще быть зарегистрировано в качестве товарного знака, так как не каждое обозначение регистрируется.

Затем рекомендуется провести исследование рынка товарных знаков в Республике Беларусь и осуществить поиск по базе данных товарных знаков Национального центра интеллектуальной собственности Республики Беларусь с целью выявления тождественных или сходных с обозначением товарных знаков. Поиск сходных с обозначением (или тождественных ему) товарных знаков нужен для того, чтобы увеличить вероятность получения товарного знака.

В отношении товаров и услуг, которые не указаны в заявке, товарный знак не защищается и считается незарегистрированным.

Заявка на регистрацию товарного знака подаётся организацией или физическим лицом в патентный орган. Заявка должна относиться к одному товарному знаку.

Для того чтобы товарный знак был зарегистрирован, по нему должна быть проведена экспертиза. Экспертиза включает предварительную экспертизу и экспертизу заявленного обозначения. По результатам экспертизы принимается решение о регистрации товарного знака или об отказе в его регистрации. Выдача свидетельства на товарный знак производится патентным органом в течение одного месяца с даты регистрации товарного знака в реестре.

Таким образом, для того чтобы осуществлять предпринимательскую деятельность, необходимо обязательно зарегистрировать организацию или в качестве индивидуального предпринимателя стать на учёт в налоговых органах, ФСЗН и БРУСП «Белгосстрах», открыть текущий счёт в банке и, если требуется, зарегистрировать товарный знак.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что такое лицензия?
2. На какие виды деятельности нужно получать лицензию?
3. Кто выдаёт лицензии?
4. Каков порядок получения лицензии?
5. Какие документы относятся к учредительным?
6. Назовите основные этапы согласования фирменного наименования. Какие наименования не допускаются к согласованию?
7. Что такое уставный фонд? Каковы ограничения по размеру уставного фонда для различных организационно-правовых форм?
8. Перечислите основные этапы государственной регистрации.
9. Что такое товарный знак?

### 3.4 Экономика предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение

#### Цели:

*Образовательная:* содействовать усвоению ключевых понятий, связанных с экономическим механизмом функционирования организаций (предприятий) и предоставляющих возможность практического применения их при осуществлении предпринимательской деятельности.

*Воспитательная:* привить интерес к предмету, актуализировать знания в области экономики организации и отношение к предпринимательству как фактору экономического развития общества.

*Развивающая:* сформировать у учащихся представление об экономике предпринимательской деятельности.

Учащимся необходимо *знать*:

- ✓ ресурсы организации;
- ✓ порядок формирования финансовых результатов;
- ✓ организацию бухгалтерского учёта на предприятии;
- ✓ особенности налогообложения субъектов предпринимательской деятельности.

Учащимся необходимо *уметь*:

- ✓ определять потребности в экономических ресурсах;
- ✓ обобщать показатели деятельности организации (предприятия);
- ✓ выявлять тенденции развития организации (предприятия).

#### Тема 1. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности

##### Основные понятия, используемые на занятии

Материальные ресурсы предприятия, основные и оборотные средства предприятия, амортизация, трудовые ресурсы предприятия, кадры предприятия, финансовые ресурсы предприятия, информационные ресурсы предприятия.

*Материальные ресурсы предприятия* — материальные ценности и ресурсный потенциал, необходимые для непрерывного производства продукции, оказания услуг и выполнения работ по договорам.

*Основные средства предприятия* — часть имущества, используемая многократно в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации в течение периода, превышающего 12 месяцев.

*Оборотные средства предприятия* — средства, заключённые в производственных запасах предприятия, незавершённом производстве, запасах готовой и отгруженной продукции, в дебиторской задолженности, а также наличные деньги в кассе и денежные средства на счетах предприятия.

*Амортизация* — погашение стоимости объектов основных средств.

*Трудовые ресурсы предприятия* — численный профессионально-квалифицированный состав занятых работников (кадров).

*Кадры предприятия* — совокупность как работающих по найму, так и собственников, трудовой потенциал которых соответствует торгово-технологическому процессу и обеспечивает эффективную хозяйственную деятельность.

*Финансовые ресурсы предприятия* — совокупность всех видов денежных средств, финансовых активов, находящихся в распоряжении экономического субъекта.

*Информационные ресурсы предприятия* — совокупность данных, предназначенных для получения достоверной информации в разных областях знаний и практической деятельности.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

## **План занятия**

### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров; постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны понять, какие ресурсы нужны для осуществления предпринимательской деятельности.

### **Введение в тему**

Ресурсы предприятия — это имеющиеся в наличии средства, обеспечивающие осуществление предпринимательской деятельности. Они используются и, в конце концов, потребляются субъектом хозяйствования для достижения поставленных целей. Выделяются две категории ресурсов: материально-вещественные ресурсы, которые представлены в предметной форме, в обозримых образах, и людские (трудовые) ресурсы, которые имеют личностный характер, проявляющийся в способности к действиям и не сопровождаемый воплощением в каком-либо материальном образе.

С позиций субъекта предпринимательской деятельности, ориентированной на выработку определённой продукции и оказание услуг, экономическими ресурсами являются те источники, которые конкретно необходимы для осуществления дела и решения хозяйственных задач.

Обеспеченность ресурсами, их рациональное и эффективное использование выступают важными факторами развития предпринимательской фирмы и позволяют достичь поставленных целей.

### **Объяснение нового материала**

В предпринимательской деятельности ресурсы можно классифицировать по их экономическому содержанию.

Материальные ресурсы определяются как капитал. Капитал делится на средства труда (основные средства) и предметы труда (оборотные средства). В совокупности они образуют средства производства.

К основным средствам организации относятся: здания, сооружения, рабочие и силовые машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника, транспортные средства, инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности, многолетние насаждения и др. Основные средства могут быть не только производственного, но и непроизводственного назначения.

Основные средства длительно и многократно используются в предпринимательской деятельности и частями переносят свою стоимость на готовую продукцию (работы, услуги) в виде амортизации. Амортизация — процесс переноса стоимости имущества (оборудования, машин) на стоимость создаваемого продукта. Следовательно, амортизация есть денежное выражение физического и морального износа основных средств. Амортизация осуществляется в целях полной замены основных средств при их выбытии. Сумма амортизационных отчислений зависит от стоимости основных средств, времени их эксплуатации, затрат на модернизацию.

Оборотные средства — это средства краткосрочного использования, которые полностью потребляются в каждом производственном цикле и целиком переносят свою стоимость на готовую продукцию. К ним относятся: сырьё и материалы; покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, конструкции и детали; топливо; тара и тарные материалы; запасные части и др.

В зависимости от стадии кругооборота различают капитал предприятия в денежной, производственной и товарной формах.

Трудовые ресурсы предприятия — это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав.

По выполняемым функциям работников можно классифицировать по следующим категориям:

1) рабочие. Функции этих работников заключаются в выполнении определённых операций по изготовлению продукции и не требуют специального образования. Основные рабочие непосредственно заняты в изготовлении продукции. Вспомогательные рабочие трудятся на производствах и в обслуживающих хозяйствах предприятия: водители, кладовщики, грузчики, столяры и др.;

2) специалисты. Функции этих работников требуют специальных знаний и образования. Специалисты могут работать как в производственной

сфере (механики, инженеры), так и в непроизводственной (экономисты, бухгалтеры, юристы, менеджеры и др.);

3) руководители. К ним относятся руководитель организации, его заместители, главные специалисты (главный инженер, главный бухгалтер, главный экономист), начальники цехов, отделов и их заместители;

4) технические исполнители. Они выполняют работу по подготовке, оформлению и хранению документации: делопроизводители, секретари, копировщики и т. д.;

5) младший обслуживающий персонал — вахтёры, сторожи, уборщики.

Финансовые ресурсы предприятий — это совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне, предназначенных для выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с развитием производства.

Все источники финансовых ресурсов предприятия можно представить в виде следующей последовательности: собственные финансовые ресурсы и внутрихозяйственные резервы, заёмные финансовые средства, привлечённые финансовые средства.

Собственные и привлечённые источники финансирования образуют собственный капитал предприятия. Суммы, привлечённые извне, как правило, не подлежат возврату. Инвесторы участвуют в доходах от реализации инвестиций на правах долевой собственности. Заёмные источники финансирования образуют заёмный капитал предприятия. Основным источником формирования финансовых ресурсов — это прибыль.

В практической деятельности люди сталкиваются, как правило, не с сущностными категориями, а с их превращёнными формами, поэтому в стандартной финансовой отчётности из практической целесообразности отражаются именно они. Так, финансовые ресурсы по происхождению разделяются на внутренние (собственные) и внешние (привлечённые). В свою очередь, внутренние в реальной форме представлены в стандартной отчётности в виде чистой прибыли и амортизации, а в превращённой форме — в виде обязательств перед служащими фирмы. Чистая прибыль представляет собой часть доходов фирмы, которая образуется после вычета из общей суммы доходов обязательных платежей — налогов, сборов, штрафов, пени, неустоек, части процентов и др. Чистая прибыль находится в распоряжении фирмы и распределяется по решениям её руководящих органов.

Информационные ресурсы — это совокупность данных, собранных для получения достоверной информации в разных областях знаний и практической деятельности.

К информационным ресурсам относятся: изменения в нормативно-правовой базе; маркетинговые исследования рынков; мониторинг изменения цен, доходов населения; государственные программы и проекты

в сфере предпринимательства; инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства; прогнозы и исследования, аналитические материалы деловой прессы и т. д.

Эффективное управление ресурсами в современных условиях является важным фактором повышения конкурентоспособности субъекта предпринимательской деятельности.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Какие бывают ресурсы предприятия?
2. Что относится к основным и оборотным средствам предприятия?
3. На какие категории работников делится персонал предприятия?
4. Какие источники финансовых ресурсов предприятия вы знаете?
5. В чём заключается роль информационных ресурсов предприятия?

## **Тема 2. Источники финансирования предпринимательской деятельности**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Финансовый рынок, фондовый рынок, фондовая биржа, ценные бумаги, акция, облигация, брокер, опцион, фьючерс (фьючерсный контракт), форвард (форвардный контракт), банк, факторинг, лизинг.

**Финансовый рынок** — механизм перераспределения капитала между кредиторами и заёмщиками при помощи посредников на основе спроса и предложения на капитал. Финансовый рынок включает денежный рынок и рынок капиталов.

**Фондовый рынок** обеспечивает распределение денежных средств между участниками экономических отношений через выпуск ценных бумаг, которые имеют собственную стоимость и могут продаваться, покупаться и погашаться.

**Фондовая биржа** — организация с правом юридического лица, созданная для обеспечения профессиональным участникам рынка ценных бумаг необходимых условий для торговли ценными бумагами, определения их курса (рыночной цены) и его публикации для ознакомления всех заинтересованных лиц, регулирования деятельности участников рынка ценных бумаг.

**Ценные бумаги** — документы, удостоверяющие выраженные в них и реализуемые посредством предъявления или передачи имущественные права или отношения займа владельца ценной бумаги по отношению к эмитенту.

**Акция** — ценная бумага, удостоверяющая право владельца на долю собственности акционерного общества при его ликвидации, на получение части прибыли общества в виде дивиденда и на участие в управлении обществом.

**Облигация** — ценная бумага, подтверждающая обязательство эмитента возместить владельцу ценной бумаги её номинальную стоимость в установленный срок с уплатой фиксированного процента (если иное не предусмотрено условиями выпуска).

**Брокер** — профессиональный посредник на определённом рынке, действующий в интересах клиента, обычно от имени и за счёт клиента, получающий от клиента вознаграждение за свою работу.

**Опцион** — контракт (двустороннее соглашение), по которому одна сторона приобретает право на покупку или продажу определённого базисного актива по фиксированной цене, действующей в течение всего указанного в контракте (соглашении) срока, а другая сторона обязуется за опционную премию обеспечить осуществление этого права.

**Фьючерс (фьючерсный контракт)** — контракт (соглашение) на покупку (продажу) базисного актива в день, установленный контрактом, по фиксированной цене. Фьючерсные сделки не сопровождаются перемещением базисного актива.

**Форвард (форвардный контракт)** — контракт (соглашение) об обязательной покупке (продаже) базисного актива в день, установленный контрактом, по фиксированной цене. Форвардные сделки сопровождаются перемещением базисного актива.

**Банк** — юридическое лицо, созданное в определённой организационно-правовой форме и имеющее исключительное право на осуществление в установленном законодательством порядке деятельности от своего имени по привлечению средств на вклады (депозиты), размещение указанных средств от своего имени и за свой счёт на условиях возвратности, срочности и платности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

**Факторинг** — товарно-комиссионная операция, сочетающаяся с кредитованием оборотного капитала клиента, связанная с переуступкой клиентом поставщиком факторинговой компании (банку) неоплаченных платёжных требований (счетов-фактур) за поставленные товары, выполненные работы и оказанные услуги и соответственно права получения платежа по ним, то есть инкассирования дебиторской задолженности клиента.

**Лизинг** — особая форма финансирования капитальных вложений на приобретение оборудования, товаров длительного пользования или недвижимого имущества, когда происходит отделение капитала-функции от капитала-собственности, то есть лизингодатель сохраняет право собственности на имущество, тогда как лизингополучатель получает и использует его в течение определённого периода и платит согласованные платежи.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.



*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров; постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны узнать, какие источники финансирования предпринимательской деятельности существуют.

#### **Введение в тему**

Финансирование хозяйственной деятельности предприятия — это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства.

Под финансированием понимается также процесс образования денежных средств или, в более широком плане, процесс образования капитала предприятия во всех его формах.

При выборе источников финансирования деятельности предприятия необходимо решить пять основных задач:

- ✓ определить потребности в кратко- и долгосрочном капитале;
- ✓ выявить возможные изменения в составе активов и капитала в целях определения их оптимального состава и структуры;
- ✓ обеспечить постоянную платёжеспособность и, следовательно, финансовую устойчивость;
- ✓ с максимальной прибылью использовать собственные и заёмные средства;
- ✓ снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

#### **Объяснение нового материала**

Для правильной организации финансирования предпринимательской деятельности важно классифицировать источники финансирования, под которыми понимаются функционирующие и ожидаемые каналы получения финансовых средств.

Эти источники могут быть рассмотрены с разных позиций, а потому подразделяются на долго- и краткосрочные, внутренние и внешние, собственные и привлечённые, платные и безвозмездные.

Выделяют следующие источники финансирования предпринимательской деятельности:

- ✓ внутренние источники предприятия, самофинансирование (чистая прибыль, амортизационные отчисления, реализация или сдача в аренду неиспользуемых активов);

- ✓ привлечённые средства (в том числе иностранные инвестиции);
- ✓ заёмные средства (в том числе кредит, лизинг, векселя);
- ✓ бюджетные средства.

К достоинствам внутреннего финансирования предприятия следует отнести отсутствие дополнительных расходов, связанных с привлечением капитала из внешних источников, и сохранение контроля за деятельностью предприятия со стороны собственника.

При внешнем финансировании используются денежные средства граждан, финансово-кредитных организаций, нефинансовых организаций. Внешнее финансирование осуществляется путём мобилизации привлечённых (долевое финансирование) и заёмных (кредитное финансирование) средств.

Долевое финансирование осуществляется путём продажи акций, привлечения вкладов учредителей и стратегических инвесторов и передачи в результате части активов фирмы им в собственность.

Преимущества данного вида финансирования заключаются в том, что выплаты за пользование привлечёнными ресурсами не носят безусловный характер, для него характерны существенные масштабы и длительные сроки, осуществляется внешний контроль за целевым использованием средств.

Недостатки: возможны потеря части собственности, частичная утрата контроля над предприятием (проектом); на привлечение инвестиционных ресурсов требуются время и дополнительные расходы.

Заёмное (долговое) финансирование — это долговые обязательства, выплачиваемые фиксированные суммы или проценты за полученные на определённый срок средства (облигационные займы, банковские кредиты, займы других организаций).

Компании могут выпускать собственные долговые ценные бумаги — облигации или векселя. Выпуск, или эмиссия, облигаций осуществляется с целью привлечь дополнительные средства от инвесторов на биржах. Предприятие может продавать ценные бумаги самостоятельно, а может отдать их на продажу брокерам.

У перечисленных ранее способов финансирования есть ряд недостатков: самофинансирование имеет ограниченность привлекаемого капитала, финансирование через механизмы рынков капитала является сложным в реализации и недоступным для представителей бизнеса. В этом случае банковское кредитование намного привлекательнее, чем предыдущие способы финансирования. Получение банковского кредита не зависит от размеров производства заёмщика, устойчивости получения прибыли, степени распространённости его акций на рынке капитала, как это учитывается при мобилизации средств на финансовом рынке. Объёмы

привлекаемого с помощью банковского кредитования капитала могут быть любыми. Оформление кредита может быть сделано в кратчайшие сроки. Основной проблемой этого способа является убеждение банкира в выдаче кредита на приемлемых условиях.

В процессе хозяйственной деятельности у предприятий часто возникает потребность в немедленном превращении дебиторской задолженности (сумма долгов, причитающихся компании со стороны других компаний или физических лиц, возникающая в результате хозяйственных взаимоотношений) в «живые деньги». И тут на помощь им приходят специальные факторинговые компании или банки, занимающиеся покупкой счетов клиентов за определённое комиссионное вознаграждение и проценты, покрывающие их расходы по изучению кредитоспособности плательщиков, инкассации и составляющие прибыль кредитных учреждений. Таким образом, целью факторинга прежде всего является обеспечение своевременной оплаты денежных требований поставщика для минимизации его потерь от просрочки платежа плательщиками и образования безнадёжных долгов по расчётам.

В Республике Беларусь по договору финансирования под уступку денежного требования (факторинга) одна сторона (фактор) обязуется другой стороне (кредитору) вступить в денежное обязательство между кредитором и должником на стороне кредитора путём выплаты кредитору суммы денежного обязательства должника с дисконтом [1].

Факторинговый договор может быть разовым (регламентировать отношения по поводу одного денежного обязательства (одной сделки)) или генеральным (регламентировать общие условия совершения факторинговых операций).

Под лизингом обычно понимают долгосрочную аренду машин и оборудования или аренду машин и оборудования, купленных арендодателем для арендатора с целью их производственного использования, при сохранении права собственности на них за арендодателем на весь срок договора. Кроме того, лизинг можно рассматривать как специфическую форму финансирования капиталовложений при посредничестве банка (специализированной (лизинговой) компании), который приобретает для третьего лица имущество и отдаёт ему это имущество в аренду на долгосрочный период.

Лизинговая деятельность белорусских субъектов хозяйствования в настоящее время регламентируется Гражданским кодексом Республики Беларусь, Положением о лизинге на территории Республики Беларусь, рядом других законодательных актов, а также Конвенцией о международном финансовом лизинге 1988 года.

Согласно действующему законодательству, лизинговая деятельность включает операции, связанные с приобретением в собственность объекта

лизинга и передачей его субъекту хозяйствования во временное пользование для предпринимательских целей за плату либо с правом последующего выкупа, либо без такого права. При этом право собственности на объект лизинга в течение всего срока действия лизингового договора сохраняется за лизингодателем.

Участие банков в лизинговой деятельности может быть прямым или косвенным. В первом случае банки или их филиалы являются непосредственно лизингодателями, для чего в их структуре создаются специальные лизинговые службы. Как косвенные участники банки выступают в случаях, когда они кредитуют лизингодателей (в частности, лизинговые фирмы) или выступают гарантами лизинговых сделок. В Республике Беларусь наиболее развит прямой лизинг.

В зависимости от особенностей сдаваемого в аренду имущества различают лизинг движимого имущества (машин, оборудования и т. п.) и лизинг недвижимого имущества (зданий, сооружений и пр.).

По степени окупаемости выделяют: лизинг с полной окупаемостью, при котором в течение срока действия одного договора происходит полная выплата лизингодателю стоимости арендуемого имущества; лизинг с неполной окупаемостью, когда в течение срока действия одного договора окупается только часть стоимости арендуемого имущества.

В настоящее время лизинговые операции занимают в деятельности белорусских коммерческих банков незначительное место. Их широкое распространение сдерживается повышенными рисками данных операций, которые обусловлены высокими темпами инфляции, недостаточной разработанностью нормативной базы, нехваткой долгосрочных ресурсов, нестабильностью налогового законодательства, недостаточным налоговым стимулированием лизинговой деятельности и т. п.

Все лизинговые сделки в Республике Беларусь в первую очередь подразделяются на два основных вида — оперативный и финансовый лизинг [1].

Оперативным лизингом в условиях республики является операция, при которой в течение срока действия договора лизинга лизингодателю посредством лизинговых платежей возмещается менее 75 % первоначальной стоимости объекта лизинга, то есть при оперативном лизинге срок действия договора короче, чем экономический срок службы имущества. Объект оперативного лизинга — это, как правило, оборудование с высокими темпами морального старения. По истечении срока договора лизингополучатель должен вернуть лизингодателю объект лизинга.

Финансовым лизингом считается сделка, при которой лизинговое соглашение заключается на срок не менее одного года, а лизинговые платежи возмещают лизингодателю не менее 75 % первоначальной стоимости

объекта лизинга. По истечении срока договора лизингополучатель может выкупить объект лизинга, продлить лизинговое соглашение на других условиях или вернуть объект лизинга лизингодателю.

Отношения между лизингодателем и лизингополучателем регулирует договор лизинга. Важнейшим условием договора лизинга является размер лизинговых платежей. Расчёт размера лизинговых платежей — один из наиболее сложных этапов лизинговой операции, особенно при финансовом лизинге, что связано с длительностью срока сделки и значительной стоимостью объектов этого вида лизинга. При расчётах используются базовые формулы, учитывающие стоимость лизингового имущества, срок действия договора лизинга, периодичность лизинговых платежей, размер вознаграждения банка.

К другим источникам и способам финансирования предпринимательской деятельности можно отнести бюджетное финансирование, венчурное финансирование и взаимное финансирование хозяйствующих субъектов.

Бюджетное финансирование предполагает получение средств из бюджетов различных уровней. Особенностью данного способа является то, что в большинстве случаев средства, вложенные в предприятие, не возвращаются. Существует косвенная форма государственного финансирования, при которой предпринимательским фирмам предоставляются налоговые льготы.

Венчурное финансирование — это долгосрочные высокорисковые инвестиции в акционерный капитал вновь создаваемых высокотехнологичных перспективных компаний (или уже хорошо зарекомендовавших себя венчурных предприятий), ориентированных на разработку и производство наукоёмких продуктов, для их развития и расширения с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств.

Взаимное финансирование хозяйствующих субъектов подразумевает поставку продукции между различными предприятиями на условиях оплаты с отсрочкой платежа. Основное отличие этого способа финансирования от предыдущих заключается в том, что он входит в состав краткосрочного финансирования деятельности, в то время как другие имеют стратегическую значимость.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Какие финансовые инструменты вы знаете?
2. Что такое опцион?
3. Чем фьючерсный контракт отличается от форвардного контракта?
4. Какие производные ценные бумаги вы знаете?
5. Какие функции выполняют современные банки?
6. Что такое факторинг?
7. В чём сущность лизинга?

### **Тема 3. Бухгалтерский учёт в предпринимательской деятельности**

#### **Основные понятия, используемые на занятии**

Бухгалтерский учёт, активы, документация, бухгалтерский баланс, бухгалтерская проводка, двойная запись, дебет, инвентаризация, корреспонденция счетов, кредит, оценка, пассивы, счета.

*Бухгалтерский учёт* представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении о хозяйственных процессах, а также средствах и источниках их формирования.

*Активы в бухгалтерском учёте* — имущество предприятия, которым оно распоряжается для осуществления своей деятельности и получения прибыли.

*Документация* — способ сплошного, непрерывного отображения хозяйственных операций в документах.

*Бухгалтерский баланс* — один из основных компонентов отчётности любого субъекта хозяйствования, который составляется на основе общих международных норм и представляет собой совокупность данных об активах, обязательствах и собственном капитале. Баланс бухгалтерского учёта является денежной характеристикой финансового состояния организации на конкретную дату.

*Бухгалтерская проводка* — отражение суммы по дебету одного и кредиту другого счёта.

*Двойная запись* — запись одной и той же суммы по хозяйственной операции на корреспондирующих счетах.

*Дебет* — левая сторона бухгалтерского счёта, в балансе предприятия означает активы (деньги и материальные ценности) организации.

*Инвентаризация* — проверка фактического наличия материальных ценностей и сопоставление результатов с данными бухгалтерского учёта.

*Корреспонденция счетов* — это двойная запись, то есть такой способ ведения бухгалтерского учёта, при котором хозяйственные операции отражаются одновременно по дебету и кредиту взаимосвязанных бухгалтерских счетов.

*Кредит* — правая сторона бухгалтерского счёта, в балансе предприятия означает источник активов организации.

*Оценка* — способ стоимостного измерения объекта бухгалтерского учёта в денежном выражении.

*Пассивы* — часть бухгалтерского баланса, в котором отражаются источники средств, находящихся в распоряжении предприятия, сгруппированные по их принадлежности и назначению.

*Счета* — записи, в которых отражаются реально существующие состояния и движения материальных активов.

## **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

## **План занятия**

### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров; постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны ознакомиться с основами бухгалтерского учёта в предпринимательской деятельности.

### **Введение в тему**

Для эффективного управления бизнесом необходимо принимать правильные и своевременные управленческие решения, основанные на достаточном объёме информации. Поэтому бухгалтерский учёт представляет собой важнейшую функцию управления, главной целью которой является получение полной и достоверной информации о финансово-хозяйственной деятельности организации. Это информация о фактическом наличии средств, источниках их формирования, а также результатах хозяйственной деятельности.

### **Объяснение нового материала**

Бухгалтерский учёт можно разделить на финансовый, управленческий и налоговый.

Финансовый учёт отражает информацию, связанную с финансовым положением организации, величину и структуру её средств и источников их формирования. Управленческий учёт включает учётную информацию, которая необходима для принятия управленческих решений в организации. Налоговый учёт — это деятельность по обобщению информации, необходимой для соблюдения налогового законодательства.

Бухгалтерский учёт выполняет следующие функции: информационная, аналитическая, контролирующая, функция обратной связи. Предметом бухгалтерского учёта является хозяйственная (предпринимательская) деятельность. А объектом — конкретные виды хозяйственных средств, источники их формирования, а также хозяйственные процессы и их результаты.

В соответствии с законодательством бухгалтерский учёт основывается на принципах непрерывности деятельности, обособленности, начисления, соответствия доходов и расходов, правдивости, преобладания экономического содержания, осмотрительности, нейтральности, полноты, понятности, сопоставимости, уместности.



Бухгалтерские документы должны отличаться полной количественной и качественной характеристикой хозяйственной операции, а также наличием подписей лиц, ответственных за совершение операций, в ряде случаев наличием оттиска печати организации.

На основании документации осуществляется инвентаризация. Инвентаризация — проверка фактического наличия материальных ценностей и сопоставление результатов с данными бухгалтерского учёта.

В ходе бухгалтерского учёта проводится оценка имущества предприятия в денежном выражении и результатов его деятельности. Оценка — это способ стоимостного измерения объекта бухгалтерского учёта в денежном выражении.

Обработка учётной информации осуществляется при помощи счетов бухгалтерского учёта. Счета бухгалтерского учёта открываются на основе единого Типового плана счетов. Это научно обоснованный, систематизированный перечень синтетических счетов, субсчетов и их номеров (кодов).

Бухгалтерский счёт представляет собой таблицу, которая имеет две стороны: левую (дебет) и правую (кредит). Данные названия произошли от латинских слов *debit* — «должен», *credit* — «верит». Сейчас дебет и кредит обозначают увеличение и уменьшение стоимости хозяйственных средств и их источников.

Остаток по счёту называется сальдо, которое может быть начальным и конечным. Суммы по дебету и кредиту счетов без учёта сальдо называются оборотами. Для каждого из них существует свой порядок записи.

Активные счета — это счета, составляющие основу актива баланса. Пассивные счета образуют основу пассива баланса. Активно-пассивные счета отражают, как правило, расчёты, характер которых постоянно меняется («мы должны» — «нам должны»).

В результате хозяйственной операции счета вступают между собой во взаимосвязь, которая называется корреспонденцией. Методом двойной записи на основании счетов составляется бухгалтерская проводка. Бухгалтерская проводка — это отражение суммы по дебету одного и кредиту другого счёта. Двойной записью называется запись одной и той же суммы по хозяйственной операции на корреспондирующих счетах.

Предприятие формирует бухгалтерскую отчётность, которая представляет собой совокупность показателей, отражающих фактическое состояние стоимости хозяйственных средств и их источников и экономические результаты хозяйственной деятельности за отчётный период. Бухгалтерская отчётность необходима для: управления хозяйственной деятельностью, в том числе снабженческой, производственной и маркетинговой; контроля за хозяйственной деятельностью предприятия; оценки результатов хозяйственной деятельности и стимулирования работников за эффективную работу.

Министерство финансов Республики Беларусь разрабатывает и утверждает типовые формы бухгалтерской (финансовой) отчётности и методические указания по их заполнению. Годовая и промежуточная отчётность (за исключением месячной отчётности) коммерческих организаций включает: бухгалтерский баланс, отчёт о прибылях и убытках, отчёт об изменении собственного капитала, отчёт о движении денежных средств, отчёт об использовании целевого финансирования.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь руководитель организации вправе в зависимости от объёма учётной работы: создавать структурное подразделение, возглавляемое главным бухгалтером; возлагать ведение бухгалтерского учёта и составление отчётности на главного бухгалтера; передавать по договору ведение бухгалтерского учёта и составление отчётности организации или индивидуальному предпринимателю, оказывающим услуги по ведению бухгалтерского учёта и составлению отчётности.

Руководитель микроорганизации вправе вести бухгалтерский учёт и составлять отчётность лично, если он отвечает требованиям, предъявляемым к главному бухгалтеру. Это:

- а) наличие высшего или среднего специального образования, предоставляющего в соответствии с законодательством Республики Беларусь право работать по специальности бухгалтера;
- б) стаж работы по специальности бухгалтера не менее трёх лет;
- в) отсутствие непогашенной или неснятой судимости за совершение преступления против собственности и порядка осуществления экономической деятельности.

Руководство бухгалтерским учётом в организации осуществляют главный бухгалтер организации или руководитель организации в указанных выше случаях, организация или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги по ведению бухгалтерского учёта и составлению отчётности.

Формы бухгалтерского учёта постоянно совершенствуются и развиваются, они прошли путь от простейших ручных до современных автоматизированных систем учёта. В качестве примеров можно привести программы «1С:Бухгалтерия», «Галактика» и др. Они могут отличаться формами выходных документов и приёмами ввода первичных данных. Вместе с тем их объединяет то, что они функционируют на основе взаимодействия всех элементов метода бухгалтерского учёта: документации, инвентаризации, оценки, калькуляции, счетов и двойной записи и отчётности. В современных условиях широкое распространение получило ведение бухгалтерского учёта сторонней организацией или индивидуальным предпринимателем.

**Первичное закрепление изученного на занятии**

1. Что является предметом бухгалтерского учёта?
2. Какое место занимает бухгалтерский учёт в управлении организацией?
3. В чём состоит роль документации как элемента бухгалтерского учёта?
4. Что такое инвентаризация и в каких случаях она проводится?
5. Что такое счёт и из каких элементов он состоит?
6. Что такое двойная запись?
7. Что включает в себя бухгалтерская отчётность?

**Тема 4. Налогообложение предпринимательских структур****Основные понятия, используемые на занятии**

Налоговая система, налоговая база, налоговая ставка, прямые налоги, косвенные налоги, налог на добавленную стоимость, акциз, пошлины, налог на прибыль, налог на доход, налоговый режим, налоговая льгота, упрощённая система налогообложения, единый налог.

*Налоговая система* — совокупность действующих в данном государстве существенных условий налогообложения.

*Налоговая база* — стоимостная, физическая или иная характеристика объекта налогообложения. Налоговая база устанавливается применительно к каждому налогу, сбору (пошлине).

*Налоговая ставка* представляет собой величину налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы.

*Прямые налоги* — налоги, непосредственно взимаемые с доходов или имущества налогоплательщика.

*Косвенные налоги* — вид налогов в отношении товаров и услуг, которые устанавливаются как надбавки к стоимости или тарифам, взимаются при потреблении услуг и реализации товаров.

*Налог на добавленную стоимость (НДС)* — косвенный налог, форма изъятия в бюджет государства части стоимости товара, работы или услуги, которая создаётся на всех стадиях процесса производства товаров, работ и услуг и вносится в бюджет по мере реализации.

*Акциз* — налог, взимаемый с юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении операций с определённой номенклатурой товаров, в том числе при перемещении через таможенную границу.

*Пошлины* — денежный сбор, взимаемый уполномоченными официальными органами при выполнении ими определённых функций в размерах, предусмотренных законодательством государства.

*Налог на прибыль* — прямой налог, взимаемый с прибыли организации (предприятия, банка, страховой компании и т. д.).

*Налог на доход* — основной вид прямых налогов. Исчисляется в процентах от совокупного дохода физических или юридических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов в соответствии с действующим законодательством.

*Налоговый режим* — особый порядок исчисления и уплаты налогов и сборов в течение определённого периода времени, применяемый в случаях и в порядке, установленных действующим законодательством.

*Налоговая льгота* — преимущество, предоставляемое государством либо местным самоуправлением определённой категории налогоплательщиков, ставящее их в более выгодное положение в сравнении с остальными налогоплательщиками. Налоговые льготы являются одним из элементов налоговой политики и преследуют социальные и экономические цели.

*Упрощённая система налогообложения* — особый налоговый режим, отличающийся сравнительной простотой расчёта сумм налогов. Предназначается, в первую очередь, для индивидуальных предпринимателей и небольших предприятий.

*Единый налог* — подлежащая уплате фиксированная сумма, зависящая от: вида деятельности; населённого пункта, в котором осуществляется облагаемая единым налогом деятельность; конкретного места деятельности на территории населённого пункта (доступность инфраструктуры, привлекательность для потребителей, близость центра и т. п.); графика и режима работы; размера налогооблагаемой базы; других условий деятельности, предусмотренных законодательством.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров; постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить понятие налогообложения предпринимательских структур.

#### **Введение в тему**

Налоговая система Республики Беларусь представляет собой совокупность предусмотренных налоговым законодательством нормативов, включающих в себя: перечень взимаемых налогов и сборов (пошлин); порядок их установления, введения, изменения и отмены; установление прав и обязанностей плательщиков, налоговых органов и других участников отношений; формы и методы налогового контроля.

Налоговым кодексом Республики Беларусь, который является основой единой налоговой системы и регулирует порядок уплаты в бюджет налогов, сборов и пошлин всеми плательщиками, предусмотрено установление республиканских и местных налогов, сборов и пошлин [6].

### **Объяснение нового материала**

К республиканским налогам, сборам (пошлинам) относятся: налог на добавленную стоимость; акцизы; налог на прибыль; налог на доходы иностранных организаций, не осуществляющих деятельность в Республике Беларусь через постоянное представительство; подоходный налог с физических лиц; налог на недвижимость; земельный налог; экологический налог; налог за добычу (изъятие) природных ресурсов; сбор за проезд автомобильных транспортных средств иностранных государств по автомобильным дорогам общего пользования Республики Беларусь; оффшорный сбор; гербовый сбор; консульский сбор; государственная пошлина; патентные пошлины; таможенные пошлины и таможенные сборы; утилизационный сбор; сбор на финансирование государственных расходов [6].

К местным налогам и сборам относятся: налог за владение собаками, курортный сбор, сбор с заготовителей [6].

Кроме общеустановленного порядка налогообложения в отдельных случаях могут применяться особые режимы налогообложения. Особый режим налогообложения применяется для плательщиков: налога при упрощённой системе налогообложения; единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц; единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции; налога на игорный бизнес; налога на доходы от осуществления лотерейной деятельности; налога на доходы от проведения электронных интерактивных игр; сбора за осуществление ремесленной деятельности; сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма; единого налога на вменённый доход [6].

При общеустановленной системе налогообложения все налоги, которые уплачиваются организациями, можно разделить по источнику уплаты на три группы: включаемые в цену (НДС и акцизы); включаемые в затраты (экологический налог, налог за добычу (изъятие) природных ресурсов, земельный, налог на недвижимость, обязательные страховые взносы в ФСЗН, обязательные страховые взносы в «Белгосстрах»); уплачиваемые из прибыли (налог на прибыль, налоги на доходы).

Одним из основных является налог на добавленную стоимость. Необходимо обратить внимание, что ставки НДС в Республике Беларусь применялись разные. Основная ставка в настоящее время — 20 %. Эта ставка соответствует международной практике. В Беларуси применяется

также пониженная ставка 10 % для продовольственных товаров и товаров для детей по перечню, установленному Указом Президента Республики Беларусь от 21 июня 2007 г. № 287, а также для сельскохозяйственной продукции. При реализации услуг связи применяется повышенная ставка 25 %. Для стимулирования экспорта товаров в условиях действия со всеми государствами принципа страны назначения применяется ставка 0 %, которая является суперльготой для предприятий, так как при этом НДС не только не уплачивается в бюджет, но экспортёру ещё и возвращается весь НДС, уплаченный при приобретении товаров, работ, услуг, использованных на производство экспортированной продукции [6].

Акцизы также являются косвенным налогом и устанавливаются многими государствами в виде надбавок к цене по товарам и продукции, имеющим монопольно высокие цены и устойчивый спрос. В нашей стране к таким товарам относятся вино-водочные, табачные изделия, бензин, дизтопливо, масло для двигателей.

Ко второй группе налогов и других обязательных платежей, включаемых в затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, учитываемых при налогообложении, относятся: экологический, налог за добычу (изъятие) природных ресурсов, земельный, налог на недвижимость, обязательные страховые взносы в ФСЗН, обязательные страховые взносы в «Белгосстрах».

По экологическому налогу объектами обложения являются: объёмы выводимых в окружающую среду выбросов (сбросов) загрязняющих веществ; объёмы отходов производства, размещённых на объектах хранения отходов и (или) объектах захоронения отходов.

Земельный налог уплачивается в зависимости от площади земельного участка, выделенного организации или индивидуальному предпринимателю во владение, пользование или собственность. Размер земельного налога определяется в зависимости от качества и местоположения земельного участка. Ставки земельного налога установлены Налоговым кодексом Республики Беларусь в белорусских рублях и также индексируются [6].

Налог на недвижимость уплачивается организациями от стоимости зданий, сооружений и передаточных устройств по годовой ставке 1 %, которая может увеличиваться или уменьшаться местными органами власти не более чем в 2,5 раза [6].

Основная ставка страховых взносов в ФСЗН — 34 % от начисленной зарплаты и 1 %, удержанный из зарплаты работников. На 5 % меньше ставка для сельхозпроизводителей. А в «Белгосстрах» уплачиваются страховые взносы по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в зависимости от опасности вида деятельности по ставкам от 0,1 % до 2,4 %.



К третьей группе налогов, уплачиваемых за счёт прибыли, относятся: налог на прибыль, налоги на доходы. Налог на прибыль — основной вид прямого налога. Он взимается исходя из валовой прибыли организаций — разницы между доходами и расходами, учитываемыми для налогообложения прибыли. Основная ставка — 18 %. По повышенной ставке (25 %) уплачивают налог на прибыль банки и страховые организации. С помощью пониженных ставок (10 %, 12 %) стимулируется производство высокотехнологичных видов продукции. Валовой прибылью является сумма прибыли от реализации товаров (работ, услуг), иных ценностей (включая основные средства), имущественных прав и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. К основным льготам относятся оказанная помощь бюджетным, религиозным организациям, общественным объединениям инвалидов в пределах норматива 10 % от валовой прибыли и другие [6].

В белорусской налоговой системе существует несколько видов налогов на доходы. Обычно они связаны с особыми режимами налогообложения. К ним относятся: налог на доходы от лотерейной деятельности, интерактивных игр (8 % от разницы между выручкой от реализации лотерей и призовым (выигрышным) фондом), налог на игорный бизнес (установлены твёрдые ставки в белорусских рублях за каждый объект обложения: игровой стол в казино, игровой автомат, касса тотализатора и касса букмекерской конторы). Налог на доходы иностранных организаций уплачивается налоговыми агентами по доходам иностранных организаций, не осуществляющих в Беларуси деятельность через постоянное представительство. Он удерживается из доходов, начисляемых нерезидентам по дивидендам (12 %), роялти, лицензиям (15 %), долговым обязательствам (10 %), доходам от фрахта (6 %) и другим доходам нерезидентов, если иное не предусмотрено межгосударственными соглашениями об избежании двойного налогообложения [6].

Суть упрощения системы налогообложения заключается в замене одним налогом множества других налогов, что приводит к сокращению времени исчисления налогов и во многих случаях — к снижению налоговой нагрузки. Однако расчёт такого снижения организации и индивидуальные предприниматели делают сами и сами принимают решение о целесообразности перехода на упрощённую систему. Кроме того, не все организации могут её применять. Она введена специально для стимулирования развития малого бизнеса. Рассмотрим более подробно условия применения упрощённой системы налогообложения.

Организации и индивидуальные предприниматели имеют право на применение упрощённой системы с начала календарного года, за исключением организаций и индивидуальных предпринимателей, прошедших государственную регистрацию в году, в котором они начинают применять



эту систему. Такие организации и индивидуальные предприниматели вправе применять упрощённую систему, начиная со дня их государственной регистрации. Основным условием её применения является выполнение критериев средней списочной численности работников (не должна превышать 100 человек) и валовой выручки.

Организации и индивидуальные предприниматели, изъявившие желание перейти на упрощённую систему, должны с 1 октября по 31 декабря года, предшествующего году, в котором они претендуют на применение указанной системы, представить в налоговый орган заявление о переходе на упрощённую систему, содержащее информацию о размере валовой выручки за первые девять месяцев текущего года (критерии также установлены) и о средней численности работников организации.

Не все организации и индивидуальные предприниматели вправе применять упрощённую систему. Ряд ограничений существует из-за вида предпринимательской деятельности. Не вправе применять упрощённую систему налогообложения: организации и индивидуальные предприниматели, производящие подакцизные товары; производящие и (или) реализующие ювелирные изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней; занимающиеся игорным бизнесом; осуществляющие лотерейную, туристическую деятельность; осуществляющие профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг; осуществляющие деятельность в рамках простого товарищества и (или) хозяйственной группы; осуществляющие деятельность в качестве резидентов свободных экономических зон или Парка высоких технологий; осуществляющие деятельность по организации и проведению электронных интерактивных игр; организации, осуществляющие риэлтерскую, банковскую, страховую и посредническую деятельность по страхованию; организации, производящие сельскохозяйственную продукцию и уплачивающие единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции; индивидуальные предприниматели в части деятельности, по которой уплачивается единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, и некоторые другие.

Кроме видов деятельности, ограничение существует также в части размера валовой выручки в белорусских рублях и критерия средней численности работников.

Ставки налога при упрощённой системе устанавливаются:

- ✓ 5 % — для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;
- ✓ 3 % — для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость;
- ✓ 16 % — в отношении безвозмездно полученного имущества, товаров, работ, услуг, денежных средств [6].

Налоговым периодом является календарный год, а отчётным для представления налоговой декларации и уплаты налога — календарный квартал или месяц по выбору плательщика (в зависимости от отчётного периода по НДС).

Организации и индивидуальные предприниматели, применяющие упрощённую систему налогообложения, не позднее 20-го числа месяца, следующего за истекшим отчётным периодом, представляют в налоговые органы по месту постановки на учёт налоговую декларацию по налогу при упрощённой системе. Уплата налога в бюджет производится не позднее 22-го числа месяца, следующего за истекшим отчётным периодом.

Основными отличиями упрощённой системы налогообложения субъектов малого бизнеса от общей являются налоговая база (учитываются только доходы, не учитываются расходы) и более низкие ставки налогообложения (3 %, 5 %, 16 %). Наряду с другими преимуществами (возможности не уплачивать НДС, не вести бухучёт) в целом упрощённая система налогообложения делает налоговое бремя для малых предприятий и индивидуальных предпринимателей во многих случаях значительно слабее, чем при общей системе налогообложения. Однако при значительных расходах на ведение предпринимательской деятельности, которые можно учесть для налогообложения, применение общей системы налогообложения может быть более выгодным, то есть необходимо будет меньше платить налогов. В каждом конкретном случае субъект малого бизнеса сам выбирает систему налогообложения, если соблюдены все критерии её применения.

Таким образом, в соответствии с законодательством Республики Беларусь индивидуальными предпринимателями применяются следующие основные режимы налогообложения: общеустановленный порядок налогообложения; упрощённая система налогообложения; система налогообложения индивидуальных предпринимателей с уплатой единого налога; особые режимы налогообложения для индивидуальных предпринимателей, занимающихся игорным бизнесом, техобслуживанием автотранспорта, осуществляющих лотерейную, агротуристическую, ремесленную деятельность, деятельность в качестве резидентов свободных экономических зон или Парка высоких технологий и др.

В соответствии с законодательством, индивидуальным предпринимателям предоставляется возможность перехода на упрощённую систему налогообложения, и тогда уплата одного налога при упрощённой системе налогообложения заменяет уплату большинства других налогов, сборов (пошлин).

Главным признаком, определяющим индивидуального предпринимателя, плательщика единого налога, является осуществление им деятельности в сфере оказания потребительских услуг, выполнения работ,

розничной торговли, общественного питания. Полный перечень видов деятельности, при осуществлении которых индивидуальные предприниматели уплачивают единый налог, и базовые ставки единого налога утверждены Налоговым кодексом Республики Беларусь. Размер ставок зависит от населённого пункта, в котором осуществляется деятельность, места осуществления деятельности в пределах населённого пункта, типа пункта продажи, режима работы плательщиков единого налога, иных условий осуществления видов деятельности.

Плательщики единого налога освобождаются от уплаты: подоходного налога с физических лиц на доходы, получаемые ими при осуществлении видов деятельности, указанных в Перечне, утверждённом Советом Министров Республики Беларусь; налога на добавленную стоимость, за исключением налога, уплачиваемого на товары, ввозимые на таможенную территорию Республики Беларусь; налога за добычу природных ресурсов; экологического налога.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что собой представляет налоговая система?
2. Какие налоги относятся к прямым и косвенным?
3. Перечислите основные республиканские налоги и сборы в Республике Беларусь.
4. Какие местные налоги и сборы существуют?
5. Что собой представляет упрощённая система налогообложения?
6. Кого относят к плательщикам единого налога?

## **3.5 Маркетинг**

### **Цели:**

*Образовательная:* сформировать знания о маркетинге, его значении и основных этапах.

*Воспитательная:* сформировать коммуникативную компетентность через работу в группах, ответственность перед другими за проделанную работу и самостоятельность в получении знаний.

*Развивающая:* развивать экономическое мышление через анализ и исследование потребительского рынка.

Учащимся необходимо *знать*:

- ✓ об основах маркетинга, его целях, принципах и концепциях;
- ✓ функции маркетинга;
- ✓ виды рекламы.

Учащимся необходимо *уметь*:

- ✓ решать ситуационные задачи на определение конъюнктуры рынка;

- ✓ составлять алгоритм проведения маркетинговых исследований;
- ✓ соотносить рекламу по видам, целям, задачам, рекламным приёмам.

## **Тема 1. Маркетинг в предпринимательской деятельности**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Маркетинг, потребность, потребитель, конечный потребитель, производственный потребитель, спрос, товар, обмен, рынок, посредники, каналы сбыта, предприятия, поставщики, конкуренты, концепция маркетинга, маркетинговая деятельность предприятия, маркетинговая стратегия, маркетинговые исследования.

*Маркетинг* — комплексная система мер по изучению рынка, активному воздействию на нужды потребителей и получению прибыли.

*Потребность* — испытываемая человеком нужда в определённых условиях жизни и развития.

*Потребитель* — человек, фирма, общественная организация, правительство, потребляющие продукты чьего-либо производства, чьей-либо деятельности. Потребители делятся на два вида: конечные и производственные.

*Конечный потребитель* — это каждый, кто покупает что-нибудь для себя или семьи, то есть для собственного потребления.

*Производственный потребитель* — бизнес, некоммерческие учреждения, правительственные учреждения, которые используют продукт с целью получения прибыли или для удовлетворения общественных потребностей.

*Спрос* — конкретная потребность, подкреплённая покупательской способностью.

*Товар* — всё, что можно предложить рынку для приобретения, использования или потребления с целью удовлетворения определённых потребностей.

*Обмен* — акт приобретения желаемого товара в обмен на нечто, предлагаемое другой стороне.

*Рынок* образуют продавцы и все потенциальные покупатели с определёнными нуждами или потребностями, для удовлетворения которых они желают и способны принять участие в обмене.

*Посредники* — предприниматели и их фирмы, осуществляющие связь между производителями и потребителями и выполняющие значительную часть работы в области маркетинга. К таковым относятся: оптовые и розничные торговцы, биржи, торговые агенты, дилеры, брокеры, консигнаторы, кредитные и страховые учреждения и т. д.

*Каналы сбыта* — пути, по которым движутся товары и услуги от производителя к потребителю, то есть осуществляется их реализация.

*Предприятия* — производители продукции, субъекты рыночных отношений, в функции которых входит выпуск продукции.

*Поставщики* — предприятия, функцией которых является обеспечение заказчика необходимыми ресурсами для производства продукции. Для производителя благоприятной является ситуация, когда существует возможность получать ресурсы из различных источников, когда конкурируют между собой поставщики. Если ресурсы дефицитны, тогда за их получение конкурируют предприятия-производители.

*Конкуренция* — фирмы и организации, которые производят или продают такую же продукцию или услуги.

*Концепция маркетинга* — ориентация на нужды и потребности клиентов, подкреплённая комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворённости в качестве основы для достижения целей организации.

*Маркетинговая деятельность предприятия* представляет собой творческую управленческую деятельность, задача которой заключается в развитии рынка товаров, услуг и рабочей силы путём оценки потребностей потребителей, а также в проведении практических мероприятий для удовлетворения этих потребностей.

*Маркетинговая стратегия* — элемент стратегии деятельности предприятия, направленный на разработку, производство и доведение до покупателя товаров и услуг, наиболее соответствующих его потребностям.

*Маркетинговые исследования* — непрерывный процесс сбора, обработки и анализа информации о внешней и внутренней среде предприятия с целью подготовки рекомендаций для принятия эффективных стратегических и тактических управленческих решений в условиях неопределённости.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (анализ конкретных примеров; постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны ознакомиться с основами маркетинга, его целями, принципами и концепциями.

### ***Введение в тему***

Маркетинг представляет собой фундаментальную концепцию хозяйствования в рыночной экономике, которая положена в основу современного предпринимательства. Применение маркетинговых основ способствует динамичному развитию рыночных отношений, производства, торговли и услуг, научно-техническому прогрессу. Предприятия, использующие маркетинг в своей практической деятельности, как правило, лучше организованы и более конкурентоспособны.

Маркетинг базируется на систематическом анализе потребностей рынка, который позволяет предприятию разработать эффективные товарные и ценовые стратегии, направленные на конкретные сегменты потребителей, удовлетворить их потребности и требования, что, в свою очередь, предоставляет предприятию определённые конкурентные преимущества. Как следствие такой стратегии и тактики, предпринимательские структуры испытывают меньший ущерб от изменений рыночной конъюнктуры и социально-экономической среды, в которой проходит их деятельность.

### ***Объяснение нового материала***

Систему маркетинга предпринимательской деятельности необходимо рассматривать с двух сторон. С одной стороны, маркетинг представляет собой систему экономических отношений, возникающих в процессе производства и сбыта товаров, с ориентацией на рынок и потребителя. С другой — система маркетинга — это комплекс функций, элементов и приёмов, которые использует предприятие для своего эффективного функционирования.

Маркетинг коммерческой организации — это деятельность по изучению рынка, разработке, распределению и продвижению товаров для осуществления сделок купли-продажи, с помощью которых наилучшим способом достигаются цели организации и удовлетворяются потребности покупателей.

Базовые элементы маркетинга: потребители, продукты, посредники, каналы сбыта, рынок, предприятия, поставщики, конкуренты.

Предприниматели рассматривают маркетинг как средство достижения целей, фиксированных на определённый период по каждому конкретному рынку и его сегментам.

Однако широкое применение маркетинга в управлении фирмой становится реальным лишь тогда, когда предприниматель располагает возможностью систематически корректировать свои планы в соответствии с изменениями рыночной конъюнктуры, маневрировать собственными ресурсами, чтобы обеспечить необходимую гибкость в решении стратегических и тактических задач, исходя из результатов маркетинговых исследований.

Маркетинг в процессе своей практической реализации опирается на систему принципов и функций, благодаря которым обеспечивается эффективное функционирование маркетинговых служб и подразделений коммерческих организаций. В этой связи рассмотрим принципы и функции маркетинга.

К принципам маркетинга относятся:

- ✓ чёткая ориентация на потребности конкретных целевых сегментов и отдельных потребителей;
- ✓ нацеленность на достижение конечного практического результата производственно-сбытовой деятельности;
- ✓ концентрация исследовательских, производственно-сбытовых и иных усилий на решающих направлениях маркетинговой деятельности;
- ✓ ориентация предприятия на долговременный результат маркетинговой деятельности. Это требует особого внимания к проведению маркетинговых исследований, прогнозированию и планированию маркетинговой работы;
- ✓ применение в единстве и взаимосвязи стратегии и тактики активного приспособления к требованиям потенциальных покупателей с одновременным целенаправленным воздействием на них;
- ✓ системное, комплексное использование различных маркетинговых инструментов в процессе воздействия на потребителя и рынок.

Функции маркетинговой деятельности коммерческой организации выступают в виде функций предпринимательства и представляют собой отдельные виды или комплекс видов специализированной деятельности. Функциями маркетинговой деятельности являются:

1) аналитическая (изучение рынка, потребителей, товара, конкурентов; изучение системы снабжения и системы товародвижения и сбыта; изучение внутрифирменной структуры);

2) производственная (разработка товарной номенклатуры и ассортимента; разработка товаров рыночной новизны; организация производства товаров; организация материально-технического снабжения; управление качеством и конкурентоспособностью);

3) сбытовая (организация системы товародвижения и сбыта; организация сервиса; организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта; проведение целенаправленной ценовой политики; проведение целенаправленной товарной политики).

Главное отличие функций маркетинга от других функций управления фирмой заключается в том, что они нацелены на удовлетворение потребностей её клиентов.



Также к функциям маркетинга относится функция управления и контроля, которая включает:

- ✓ организацию стратегического и оперативного планирования на предприятии;
- ✓ информационное обеспечение управления маркетингом;
- ✓ коммуникативную подфункцию маркетинга;
- ✓ маркетинговый контроль.

В учебной литературе по маркетингу наиболее распространена трактовка маркетинговой деятельности как совокупности следующих видов деятельности:

- ✓ обеспечение руководителей, лиц, принимающих решения, надёжной, достоверной и своевременной информацией о рынке, структуре и динамике спроса, вкусах и предпочтениях покупателей и других внешних условиях функционирования фирмы (предприятия);
- ✓ создание такого товара или набора товаров (ассортимента), который более полно отвечает требованиям рынка в сравнении с товарами конкурентов;
- ✓ необходимое воздействие на потребителя, на спрос, на рынок, обеспечивающее максимально возможный контроль сферы реализации продукции, создание условий для её проникновения на рынок и устойчивое положение на нём, расширение сбыта товаров.

Таким образом, цель маркетинга — создание эффективных производственной и сбытовой систем для получения наибольшей прибыли.

Каждая фирма, предприятие или компания заинтересованы в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью. В частности, им нужно знать, как анализировать рыночные возможности, отбирать подходящие целевые рынки, разрабатывать эффективный комплекс маркетинга и успешно управлять претворением в жизнь маркетинговых усилий. Всё это и составляет процесс управления маркетингом. Составной частью данного процесса являются маркетинговые исследования.

Компании могут проводить самостоятельные маркетинговые исследования или поручить их проведение специализированным агентствам. Основные направления маркетинговых исследований следующие:

- ✓ исследование рынка сбыта;
- ✓ исследование инструментариев маркетинга;
- ✓ исследование внешней среды;
- ✓ исследование внутренней среды;
- ✓ исследование рынка производительных сил;
- ✓ исследование мотивов;
- ✓ маркетинговая разведка.

Одна из основных целей маркетинговых исследований — определение рыночных возможностей компании. Необходимо правильно оценить и предсказать размер рынка, потенциал его роста и свою возможную прибыль.

На основе маркетинговых исследований разрабатывается программа маркетинга. Составляющими программы маркетинга являются: товарная политика, коммуникационная политика (продвижение товара на рынок), сбытовая (дистрибьюционная) политика, ценовая политика и кадровая политика.

Маркетинговая деятельность коммерческой организации может быть представлена в форме постоянно возобновляющегося маркетингового цикла. Маркетинговый цикл начинается с информационно-аналитического исследования, на основе которого осуществляется стратегическое и текущее планирование, разрабатывается программа создания и вывода на рынок нового товара, формируются каналы движения товара от производителя до потребителя с участием торговых посредников, организуется рекламная кампания и осуществляются другие действия по продвижению товара на рынок, наконец, на заключительном этапе оценивается эффективность маркетинговых мероприятий.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что такое маркетинг?
2. Какие концепции маркетинга вы знаете?
3. Перечислите цели, задачи и основные принципы маркетинга.
4. Какие функции маркетинга вы знаете?
5. Назовите базовые элементы маркетинга.

### **Тема 2. Реклама**

#### **Основные понятия, используемые на занятии**

Реклама, рекламная атрибутика, рекламная кампания.

*Реклама* — средство информирования потребителя о производимом организацией товаре с целью его успешной продажи.

*Рекламная атрибутика*:

- ✓ слоган — рекламный лозунг;
- ✓ логотип — фирменный знак;
- ✓ товарный знак — элемент официальной регистрации рекламируемой продукции;
- ✓ бренд — символ узнаваемости организации и производимой ею продукции.

*Рекламная кампания* — комплекс мероприятий по планированию рекламной деятельности организации на определённый период времени.

**Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть, Интернет.

**План занятия****Форма изложения материала**

Постановка проблемных ситуаций. Выполнение индивидуальных и групповых заданий.

**Введение в тему**

Обоснование назначения рекламы. Её роль в продвижении товара и обеспечении успешности деятельности предприятия.

**Объяснение нового материала**

Реклама — это средство информирования потребителя о товаре с целью его успешной продажи. Рекламная деятельность относится к одному из ключевых направлений маркетинговой стратегии предприятия. Её целью является продвижение производимой предприятием продукции на рынке товаров и услуг. Субъектами рекламы выступают потребители, которые получают информацию о товаре и представление о необходимости его покупки.

Реклама — обязательный атрибут позиционирования любого товара. Однако особую значимость она приобретает, если:

- ✓ на рынок выходит малоизвестная организация;
- ✓ предлагается новый, не знакомый потребителю продукт;
- ✓ падает объём реализуемой продукции;
- ✓ планируются масштабирование деятельности предприятия и привлечение новых клиентов.

Для успешного осуществления рекламной деятельности важно соблюдение следующих принципов:

- ✓ принцип предпринимательского риска;
- ✓ принцип формирования потребительских предложений;
- ✓ принцип учёта рефлексивного поведения потребителей;
- ✓ принцип демонстрации конкретных преимуществ товара;
- ✓ принцип полноты рекламной информации;
- ✓ принцип эффективности и прибыльности рекламы.

В настоящее время на рынке товаров и услуг существует много разновидностей рекламы. Д. Т. Комлач, Н. К. Наумович, М. Н. Найдович выделяют следующие виды рекламы:

- ✓ реклама в средствах массовой информации (краткая, ёмкая);
- ✓ щитовая реклама (броская, яркая, с минимальным текстом);

- ✓ реклама на транспорте (яркая, текст должен читаться на ходу);
- ✓ сувенирная реклама (ручки, пакеты, майки);
- ✓ прямая реклама (в почтовых ящиках);
- ✓ реклама на выставках, ярмарках, стендах (возможность проб и тестирования);
- ✓ печатная реклама (буклеты, каталоги, рекламные журналы, прайс-листы);
- ✓ реклама на местах реализации продукции (афиши, витрины);
- ✓ электронная рассылка, реклама в Интернете [29].

К числу обязательных требований для рекламного продвижения выпускаемой продукции относится наличие у неё официально зарегистрированного товарного знака. Товарный знак является своеобразной гарантией легитимности продукции, одним из критериев востребованности её у потребителей.

Наличие у производимой продукции товарного знака — важное условие формирования устойчивого и надёжного бренда организации. Бренд — это маркетинговый инструмент обеспечения узнаваемости организации и создаваемой ею продукции. Это целостный образ компании, отражающий как материальные, так и эмоциональные запросы потребителя, соответствующий его ценностным приоритетам, укрепляющий его чувство собственного достоинства, способствующий эмоциональному комфорту. Будучи элементом рекламной деятельности организации, бренд нуждается в постоянном совершенствовании, развитии, обновлении.

При подборе эффективных видов рекламы важно исходить из понимания необходимости проведения рекламодателем не разовых мероприятий, а комплексной рекламной кампании. Рекламная кампания включает в себя мероприятия по планированию данного направления деятельности организации, определению её целей и задач, бюджета, целевой аудитории. Важное место при подготовке рекламной кампании отводится разработке рекламной атрибутики (слоган, логотип), определению места и времени проведения рекламных мероприятий, а также вопросам анализа качества и эффективности рекламной кампании. Так, например, рекламный слоган, содержащий прямое обращение к потребителю, должен:

- ✓ отражать преимущества рекламируемой продукции;
- ✓ быть лаконичным и запоминаемым;
- ✓ включать эмоциональный компонент — игру воображения.

Успешность рекламной кампании способствует не только полноценной реализации производимой продукции, но и формированию её имиджа, то есть обеспечению её уникальности, надёжности, постоянства, а также поддержанию её репутации в общественном сознании.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что такое реклама?
2. Объясните назначение рекламы.
3. Приведите основные принципы рекламной деятельности.
4. Назовите виды рекламы.
5. Что такое рекламная кампания и каковы её содержательные элементы?

## **3.6 Менеджмент**

### **Цели:**

*Образовательная:* сформировать у учащихся системные знания в области практики управления организациями, дать представление о различных моделях менеджмента в современном мире.

*Воспитательная:* привить интерес к научному подходу к процессу управления на уровне организации.

*Развивающая:* сформировать представление об управленческой деятельности на уровне организации.

Учащимся необходимо *знать*:

- ✓ сущность и содержание менеджмента;
- ✓ содержание процесса управления;
- ✓ особенности практической реализации управленческих решений.

Учащимся необходимо *уметь*:

- ✓ сравнивать модели менеджмента и определять возможности их использования на практике;
- ✓ анализировать периодическую литературу по вопросам менеджмента.

## **Тема 1. Природа менеджмента**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Управление, менеджмент, организация, менеджер.

*Управление* представляет собой специфическую разновидность труда, в результате которого создаются материальные услуги и блага. Управление непосредственно не участвует в создании благ, но осуществляется параллельно с этим процессом, руководит им.

*Менеджмент* — форма управления человеческим ресурсом — людьми, которые трудятся в одной компании, организации, имеющей единую цель.

*Организацией* называется автономная (относительно) группа людей, деятельность которых направлена на достижение общего результата.

*Менеджером* является руководитель, профессионал-управляющий, который занимает постоянную штатную должность и наделён перечнем полномочий в части принятия управленческих решений по видам деятельности организации.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить понятия «менеджмент», «управление», «организация».

#### **Введение в тему**

С одной стороны, менеджмент (управление) можно рассматривать как самостоятельный профессиональный вид деятельности, который направлен на достижение намеченного результата, стратегических целей в условиях рынка путём рационального применения ресурсов (материальных и трудовых) и с использованием экономических принципов, функций и методов. С другой стороны, менеджментом можно считать умение руководителя добиваться поставленных целей и результатов с опорой на труд, интеллект, мотивы поведения работников организации. основополагающая задача менеджмента — сделать желаемое вначале возможным, а потом — реальным.

#### **Объяснение нового материала**

Несмотря на то что понятия «управление» и «менеджмент» часто используются как синонимы, между ними существуют определённые различия. Управление — это всеобщая человеческая деятельность, а менеджмент — специфическая область, охватывающая работу отдельных специалистов по обеспечению успешной деятельности организации в целом.

Управление является более широким понятием: это деятельность, направленная на координацию функционирования объекта с целью достижения поставленных целей и задач.

Объектами менеджмента являются люди в компаниях и организациях и взаимоотношения между ними, которые складываются в процессе управления компаниями и организациями.

Таким образом, менеджмент — это способность руководителя добиваться поставленных результатов и целей на основе труда, интеллекта специалистов и с учётом мотивов их поведения.

Далеко не каждый инженер или экономист, занятый в сфере управления, является менеджером. Менеджером может стать только сотрудник, который имеет соответствующую подготовку. То есть менеджер — это наёмный профессиональный управляющий, специалист в сфере управления.

Также нужно понимать, что не являются синонимами понятия «предприниматель» и «менеджер». Предприниматель — это человек, готовый взять на себя риск организации нового предприятия (предпринимательский риск). По мере развития бизнеса он может нанять менеджера для управления предприятием.

Определение целей управления (иначе — таргетирование) выступает главным и исходным элементом (этапом) менеджмента.

Целенаправленностью принято называть осознанное движение к поставленной цели, которая понятна и недвусмысленно описана.

Таргетирование есть процесс, который во многом зависит от внешних и внутренних взаимодействий элементов системы управления и факторов окружающей среды.

Основной функцией менеджмента является ориентированность управленческого воздействия на объект управления, управляемую систему. Данная функция строится по логическому алгоритму, со строгой последовательностью и регламентацией всех действий.

К общим функциям менеджмента относятся: планирование, организация, координация, мотивация и контроль.

Все эти функции обязательны для любой организационной системы. В то же время принято выделять и специальные функции менеджмента:

- ✓ управление ресурсами (запасами, персоналом, финансами);
- ✓ управление процессами (производством, сбытом, маркетингом, материально-техническим снабжением);
- ✓ управление результатами (производительностью, качеством, затратами).

Под планированием понимается определение конечных стратегических целей функционирования и развития организации, а также инструментов и механизмов их достижения. Планирование является необходимым элементом управления компанией, так как менеджеру предстоит принимать важные управленческие решения касательно распределения ресурсов, координации деятельности между подразделениями, с внешней средой (рынком), создания эффективной внутренней структуры, организации внутреннего контроля за деятельностью, перспективного развития.

Благодаря планированию обеспечивается своевременность принятия управленческих решений, что позволяет избегать поспешности, устанавливать чёткую цель и ясные способы её реализации, а также даёт возможность контролировать ситуацию.



Организация как функция управления нацелена на упорядочение деятельности менеджеров и работников и позволяет определить, кто именно отвечает за выполнение каждого конкретного задания, а также статус, задачи, полномочия и ответственность каждого должностного лица и структурного подразделения компании. Поэтому если функция планирования отвечает на вопросы «Что делать?», «Что предпринять?», «Что предвидеть?», то функция организации отвечает на вопрос «Кто и как будет реализовывать планы организации?». Данная функция является средством достижения целей компании.

Координация также является функцией менеджмента и представляет собой вид деятельности по согласованию и упорядочению усилий людей — участников выполнения того или иного задания, объединённых общей целью и занятых совместной деятельностью.

Благодаря координации обеспечивается эффективное взаимодействие различных служб организации для выполнения стоящих перед ней стратегических и тактических задач. Координация определяет, «кто, что и когда делает», «с кем и как взаимодействует», «в каком порядке передаёт собственные результаты труда другим участникам деятельности и пользуется их результатами».

Мотивация, являясь функцией менеджмента, нацелена на побуждение работников к деятельности для достижения личностных целей каждого из них и организации в целом.

Процесс развития мотивации схематично сводится к следующему: человек (работник), уяснив задачи и понимая вознаграждение за их решение, соотносит эту информацию с личными потребностями, мотивами и возможностями, настраивает (мотивирует) себя на определённое поведение и осуществляет (или не осуществляет) действия, приводящие к достижению целей компании. В теории мотивации потребность обычно рассматривается как нужда в чём-либо, требующая удовлетворения. Мотивом является внутренняя побудительная причина поступков и действий человека, а вознаграждением — всё, что человек (работник) считает ценным и значимым для себя.

Основная задача менеджера заключается в создании и (или) активации тех потребностей персонала, которые могут быть удовлетворены в рамках действующей в компании системы управления.

Под функцией контроля понимается управленческая деятельность менеджера, направленная на оценку соответствия или несоответствия деятельности работника предъявляемым требованиям. Контроль способствует адекватной оценке ситуации и создаёт предпосылки для внесения корректив в запланированные показатели развития. Это касается как отдельных подразделений, так и компании в целом.

Важно понимать, что любой руководитель должен рассматривать контроль как обязательную часть своих должностных обязанностей. Функции планирования, организации, мотивации должны быть связаны с функцией контроля, так как они являются неотъемлемыми частями единой системы управления, ведущей организацию к получению желаемого результата.

Реализация функций менеджмента обеспечивается посредством использования ряда методов. Методами менеджмента являются такие способы воздействия менеджера на управляемый объект, которые позволяют достигать намеченных целей. Методы менеджмента многообразны, а их влияние на персонал организации в целом и на каждого работника отдельно опосредовано мотивацией.

Выделяют три группы методов:

- 1) экономические (предполагают материальную мотивацию, то есть экономическое вознаграждение за результаты выполненной работы);
- 2) организационно-распорядительные (базируются на властной мотивации, основанной на подчинении закону, правопорядку, старшему по должности);
- 3) социально-психологические (воздействуют преимущественно на сознание работников, их социальные, этические, религиозные и другие интересы и осуществляют моральное стимулирование трудовой деятельности).

В практике менеджмента, как правило, применяют одновременно различные методы и их сочетания. В любом случае все методы менеджмента органично дополняют друг друга и находятся в постоянном динамическом равновесии.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что представляет собой менеджмент?
2. Что такое управление и в чём заключается его специфика как вида трудовой деятельности?
3. Каковы составляющие менеджмента в организации?
4. Какие функции реализуются в процессе управления организацией?
5. Кто такой менеджер и какими навыками и качествами он должен обладать?
6. Какие методы менеджмента применяются в управлении организацией?

## **Тема 2. Принятие управленческих решений**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Управленческое решение; программируемые решения; непрограммируемые решения; интуитивное решение; решение, основанное на суждениях; рациональные решения.

*Управленческим решением* считается продукт управленческого труда, а его принятие — это процесс, ведущий к появлению этого продукта.

*Программируемыми решениями* принято называть решения повторяющихся и чётко определённых проблем.

*Непрограммируемые решения* связаны с новыми, сложными, не встречавшимися ранее, непредвиденными задачами и проблемами, не поддающимися количественному измерению.

*Интуитивным решением* называется выбор, сделанный только на основе ощущения его правильности.

*Решение, основанное на суждениях*, представляет собой выбор, обусловленный знаниями и накопленным опытом.

*Рациональные решения* — это решения, не зависящие от прошлого опыта человека. Процедура их принятия предполагает выбор такой альтернативы, которая принесёт максимум выгоды для компании.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны понять, что такое управленческое решение, а также усвоить способы принятия решений.

#### **Введение в тему**

Процесс управления предприятием осуществляется на основе принятых решений. По своей сути работа менеджеров состоит из постоянного изучения, анализа, оценки и выбора путей решения производственных и иных проблем. Состояние предприятия, его внутренние переменные и внешнее окружение постоянно создают массу вопросов, требующих своего разрешения.

#### **Объяснение нового материала**

Принятие решения — это сложный и ответственный этап процесса управления, заключающийся в выборе наиболее рационального пути достижения установленной цели.

Решение представляет собой выбор альтернативы. Принятие решений — это элемент управления организацией любого рода.

Управленческое решение в организации представляет собой действия менеджера, которые определяют программу деятельности персонала по эффективному разрешению конкретной проблемы на основе знаний

объективных законов функционирования управляемой системы и анализа данных о её состоянии.

Сущность деятельности по выработке управленческого решения заключается в определении наилучшего варианта действий по достижению намеченных целей.

Выработка управленческого решения есть вид управленческой деятельности. Принято выделять следующие основные требования к выработке управленческого решения: деятельность должна быть распланирована, хорошо организована, должен осуществляться эффективный контроль за её ходом и качеством работы. Для реализации функций управления должна быть создана управляющая подсистема, которая призвана обеспечить управление достижением цели.

В любой компании принимается большое количество разнообразных решений. Они отличаются по содержанию, срокам действия и методам разработки, направленности и масштабам воздействия, уровню принятия, информационной обеспеченности, программируемости. Программируемыми являются решения повторяющихся и чётко определённых проблем. Это, как правило, стандартные задачи, неоднократно возникающие в организации, относительно решения которых имеется достаточно надёжная и достоверная информация, а также готовые, разработанные, стандартизированные, типовые и успешно применявшиеся ранее правила и процедуры. Процедура устанавливает порядок, последовательность действий, права, обязанности участников взаимодействия в процессе принятия решения.

Непрограммируемые решения связаны с новыми, сложными, не встречавшимися ранее, нетрадиционными, непредвиденными задачами и проблемами, не поддающимися точному количественному измерению. Их сложно определить и структурировать, они характеризуются неясной целевой формулировкой, недостаточной точностью и неопределённостью информации, а также отсутствием чётких правил и процедур решения.

Интуитивные решения предполагают выбор, сформулированный на основе ощущения его правильности. Человек, принимающий решение, не взвешивает плюсы и минусы по каждой альтернативе, он не оценивает ситуацию, а опирается на озарение, чувство.

Решения, основанные на суждениях, представляют собой выбор, который обусловлен знаниями и накопленным опытом. Человек использует знание о том, что случалось в подобных ситуациях раньше, и прогнозирует результат альтернативного выбора. Принимая такие решения, менеджер рискует упустить новую альтернативу, так как ориентируется на опыт решения аналогичных проблем в прошлом.

Рациональные же решения не зависят от прошлого опыта. Процесс их принятия предполагает выбор такой альтернативы, которая принесёт

максимум выгоды для компании в будущем. Такой процесс предполагает поиск наилучшего, наиболее рационального, решения. Процесс состоит из семи последовательных этапов:

- ✓ определение (формулирование) проблемы;
- ✓ формулирование ограничений и критериев принятия решений;
- ✓ выявление возможных альтернатив;
- ✓ оценка всех альтернатив;
- ✓ выбор лучшей из альтернатив;
- ✓ реализация решения;
- ✓ фидбэк — обратная связь.

Методами принятия управленческих решений признаются конкретные инструменты, способы, с помощью которых проблема может быть решена. Среди множества инструментов:

- ✓ декомпозиция, предполагающая представление сложной проблемы как совокупности простых вопросов (разложение на элементы);
- ✓ диагностика, представляющая собой поиск в проблеме наиболее важных деталей, решение которых первостепенно. Этот метод применяется при ограниченных ресурсах.

Следует различать методы принятия управленческих решений на основе математического моделирования и методы, основанные на психологических приёмах работы в группах.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что такое управленческое решение и какова его роль в процессе управления?
2. Какие виды управленческих решений известны?
3. Что представляет собой рациональное решение?
4. Какие методы принятия управленческих решений существуют?

## **Тема 3. Тайм-менеджмент как система управления временем**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Тайм-менеджмент, анализ рабочего времени, планирование.

*Тайм-менеджмент* — эффективное планирование рабочего времени.

*Анализ рабочего времени* — процесс, позволяющий выявить нерациональное использование рабочего времени, определить причины этого явления, вычленив из всех причин основные.

*Планирование* — процесс составления перечня задач, которые необходимо выполнить за определённый промежуток времени.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить понятие «тайм-менеджмент».

#### **Введение в тему**

Время — это такой же ресурс, как и сырьё, финансовые средства. Но оно безвозвратно: его нельзя накопить, передать или взять в кредит, поэтому важно научиться использовать его с максимальной выгодой. Предприниматель должен сознательно и системно использовать своё время, чтобы добиваться поставленных целей.

#### **Объяснение нового материала**

Тайм-менеджмент представляет собой систему управления временем, включающую ряд элементов, которые в совокупности позволяют значительно сократить рабочее время для осуществления производственных процессов. К таким элементам относятся:

- ✓ анализ использования рабочего времени, постановка целей, которых требуется достичь;
- ✓ планирование рабочего времени, выработка различных методов борьбы с причинами нерационального расходования временного ресурса.

Анализ позволяет выявить нерациональное использование рабочего времени, его причины, а также вычленив из всех причин основные.

Для решения проблем, связанных с нерациональным расходованием рабочего времени, существует ряд методик анализа времени. Самый эффективный способ учёта времени — ведение записей.

В процессе анализа времени выявляются сильные и слабые стороны использования временного ресурса. Для успешности проведения анализа сотруднику организации требуется ответить на некоторые вопросы:

- ✓ была ли работа необходима (если более 10 % рабочего времени потрачено на неприоритетную работу, то, очевидно, существуют проблемы с определением приоритетов);
- ✓ были ли оправданы затраты времени (если более 10 % рабочего времени составляли дела, затраты времени на которые не оправданы, необходимо проанализировать причины, по которым расход времени был слишком большой, и попытаться учитывать их в будущей работе);
- ✓ было ли целесообразно выполнение работы (если более 10 % рабочего времени ушло на задачи, выполнение которых было

нецелесообразно, то очевидно, что вопросам планирования и организации уделяется крайне мало внимания);

- ▼ был ли сознательно определён временной интервал для выполнения работы (если более 10 % рабочего времени было потрачено на задачи, временной интервал выполнения которых определялся спонтанно, то очевидно, что существуют проблемы с планированием рабочего времени)?

В результате анализа выявляются «воры времени» — различные ошибки, недочёты в использовании рабочего времени. В ходе анализа необходимо определить их причины, разработать формы борьбы с ними, минимизации их влияния, наиболее подходящие для конкретного работника.

Постановка целей является необходимым этапом тайм-менеджмента, в ходе которого целесообразно ответить на вопрос «Зачем тайм-менеджмент нужен для конкретного человека или на конкретном предприятии?». Основным методом, помогающим эффективно использовать рабочее время, является планирование времени. Планирование бывает долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным.

Планированием называется процесс, в ходе которого формируется перечень конкретных задач, которые необходимо выполнить за определённый промежуток времени. Планирование рабочего времени имеет некоторые специфические особенности.

Главное преимущество, достигаемое путём планирования работы, заключается в том, что планирование помогает сэкономить время. На организацию планирования не следует расходовать более 1 % общего рабочего времени.

В основе планирования всегда определённые цели, прежде всего долгосрочные, на базе которых формулируются цели среднесрочные и краткосрочные.

Считается, что целесообразно планировать до 60 % своего времени, а 40 % оставлять свободным (незапланированным), из них 20 % — непредвиденное время и 20 % — спонтанное время.

Целесообразно регулярно пересматривать планы, так как из-за постоянного изменения рабочего процесса планы руководства компании и менеджера могут перестать соответствовать целям компании и, значит, будут нуждаться в корректировке.

Планы должны быть реалистичными и согласованными, причём согласованными не только в рамках работы одного сотрудника, но и с планами коллег, подчинённых, руководства.

Представим основные принципы тайм-менеджмента.

1. Самостоятельная работа. Качественная и эффективная система организации своего времени может быть разработана только самостоятельно,



самим заинтересованным человеком. Необходимо изучить информацию о существующих системах и методах и только после этого заняться построением собственной системы: выбрать подходящее решение и перестроить его под свои потребности.

2. Индивидуальность решения. В организации личного времени не столько важны общие для всех правила, сколько индивидуальный стиль, подходящий под потребности и комфорт конкретного человека. Только так можно добиться максимальной эффективности. Целесообразно обратить внимание на методы, которые позволяют ориентироваться в условиях неопределённости. Для этого необходимо определиться с такими параметрами, как темперамент человека, сенсорные предпочтения, биоритмы организма, рабочие цели и т. п.

3. Отслеживание собственной эффективности. При анализе полученных данных рекомендуется использовать метод сравнения достигнутого результата с максимально возможным, а не достигнутого с запланированным. Но главный результат использования хронометража — формирование специалистом умения самостоятельно и постоянно отслеживать свою эффективность.

4. Мышление, направленное на эффективность. Работник, который научился определять неэффективные процессы и заменять их на эффективные, стремящийся к оптимизации и повышению результативности, способен применять имеющиеся методы, настраивать их под свои потребности или разрабатывать собственные методы.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что такое тайм-менеджмент?
2. Как и с какой целью осуществляется учёт рабочего времени?
3. Что исследуется в ходе анализа использования временного ресурса?
4. Каковы цели планирования времени?
5. Что представляет собой процесс планирования времени?
6. Каковы основные принципы тайм-менеджмента?

## **Тема 4. Управленческая этика**

### **Основные понятия, используемые на занятии**

Управленческая этика, социальная ответственность организации, имидж организации.

*Управленческая этика* — это совокупность моральных принципов, требований и ценностей, которые управляют поведением людей в организации с точки зрения приемлемого или неприемлемого поведения.

*Социальная ответственность организации* заключается в её обязательствах в отношении охраны окружающей среды, учёта интересов ближайшего окружения и общества в целом, повышения их благосостояния.

*Имидж организации* — образ организации, складывающийся в представлении у клиентов, партнёров, общественности.

### **Оборудование**

*Общие требования:* компьютер, локальная сеть, доступ в Интернет.

*Рабочее место педагога:* компьютер, проектор, экран, доступ в локальную сеть и Интернет.

*Рабочее место учащегося:* компьютер, доступ в локальную сеть и Интернет.

### **План занятия**

#### **Форма изложения материала**

Основной приём — диалог (постановка проблем, дающих повод для размышления). На занятии учащиеся должны усвоить, что такое управленческая этика.

#### **Введение в тему**

С одной стороны, этика является областью знания, научной дисциплиной, которая изучает мораль, нравственность, их возникновение, динамику, факторы и изменения. С другой стороны, под этикой понимается сама совокупность нравственных правил в той или иной сфере поведения человека или организации. Непосредственная связь этики с жизненной практикой хорошо прослеживается в области профессиональной этики, которая представляет собой систему моральных требований к профессиональной деятельности человека.

Одним из видов профессиональной этики является этика деловых отношений. Она возникла сравнительно недавно на основе общей трудовой морали. В свою очередь, основное место в этике деловых отношений занимает этика бизнеса и предпринимательства. Она включает в себя этику менеджмента, управленческую этику, этику делового общения, этику поведения и др.

#### **Объяснение нового материала**

Понятие «этика управления» является формой поведения, базирующейся на уважении интересов своей организации, её партнёров, клиентов и общества в целом, даже конкурентов, а также непричинении им вреда.

Нормы этики нацелены на удовлетворение потребностей как можно большего количества участников рынка. Нарушение права собственности, присвоение закрытой инсайдерской информации, недостоверная или нечестная реклама, ущемление свободы потребительского выбора, коммерческий шпионаж вызывают деформацию рыночных отношений, повышают риски, негативно влияют на деловую репутацию компании.

Взятки и хищения возмещаются за чужой счёт, недостоверная и нечестная информация отталкивает покупателей и потребителей,

дискриминация по любым признакам, не связанным с профессионализмом, искажают отношения на трудовом рынке. Получение выгодных заказов на условиях, противоречащих конкурсной основе или вне конкурса, то есть за взятку или посредством шантажа и угроз, также разрушает рынок и провоцирует коррупцию и мошенничество.

Социальная ответственность компании является обязательной составляющей этики управления. Под социальной ответственностью понимают максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму негатива, затрагивающего участников бизнеса и общество в целом.

В бизнес-процессы вводится система норм в виде «правил игры» компании и внешней среды. К ключевым элементам внешней среды обычно относят: конкурентов, поставщиков, потребителей, покупателей, консультантов, государственные органы, нормативные правовые акты, сложившуюся систему ценностей и норм поведения. Ключевыми характеристиками внешней среды считаются сложность, взаимосвязанность, подвижность, неопределённость, описывающие особенности факторов среды, в которой существует и организует бизнес компания. Следует обратить внимание, что, с одной стороны, отдельная компания, как правило, не может воздействовать на внешнюю среду. С другой — из внешней среды она получает все виды ресурсов, а результат деятельности «возвращает» во внешнюю среду.

Социальная ответственность способствует улучшению благосостояния и повышению качества жизни общества и людей.

Для обеспечения должного этического уровня организации рекомендуется принятие следующих мер:

- ✓ разработка кодекса этики;
- ✓ организация деятельности комитета по этике;
- ✓ учреждение должности уполномоченного по этике, в функции которого могло бы входить прямое информирование руководства о возникающих проблемах морального плана;
- ✓ проведение аудитов в сфере этики поведения;
- ✓ выражение благодарности за образцовое этическое поведение работников.

Имидж компании можно рассматривать как существующую в сознании людей систему представлений (образов) и оценок, объектом которых она является.

При этом важно понимать, что имидж — явление динамическое. Он, как и первое впечатление о человеке, может меняться под воздействием различных обстоятельств, в том числе при поступлении новой информации, а также в результате длительного взаимодействия между членами организации.

Имидж компании зависит не только от качества выпускаемой ею продукции, но и от наличия у неё социальной ответственности, что позитивно расценивается обществом и соответствует насущным общественным интересам и заботам.

Структуру имиджа компании составляют представления людей о ней, которые условно можно разделить на восемь групп: 1) имидж товара; 2) имидж потребителя товара; 3) внутренний имидж компании; 4) имидж руководителя; 5) имидж персонала; 6) визуальный имидж; 7) социальный имидж; 8) бизнес-имидж.

Разработка корпоративного имиджа — сложный и комплексный процесс, который требует участия различных специалистов и состоит из планирования, формирования и продвижения.

Внешний имидж иллюстрируется качеством продукта, осязаемый имидж — воздействие на пять чувств — зависит от рекламы, общественной деятельности, связей со средствами массовой информации, отношения персонала к работе и его внешнего вида. Внутренний имидж — это финансовое планирование, кадровая политика компании, ориентация и тренинг работников, программа их мотивации и поощрения.

Сегодня в условиях рыночной экономики положительный корпоративный имидж становится необходимым и обязательным условием достижения организацией устойчивого и продолжительного делового успеха. Во-первых, это создаёт эффект приобретения компанией определённой силы, в том смысле что приводит к снижению её чувствительности к переменам в сфере политики и экономики. Во-вторых, защищает компанию от атак конкурентов и укрепляет её позиции.

И, наконец, положительный имидж облегчает доступ организации к различным ресурсам: финансовым, информационным, социальным, а для этого необходимо чётко определять цели, задачи, элементы, этапы формирования и продвижения имиджа организации.

### ***Первичное закрепление изученного на занятии***

1. Что представляет собой этика менеджмента?
2. В чём выражается социальная ответственность организации?
3. Что такое имидж организации?

## ГЛАВА 4

---

### ПРАКТИКУМ «СОЗДАЁМ СВОЮ УЧЕБНУЮ БИЗНЕС-КОМПАНИЮ»

---

#### **Этап 1. Что такое бизнес-идея, бизнес-план и презентация?**

Цель этапа: раскрыть сущность заявленных понятий и их назначение как ключевых механизмов деятельности учебной бизнес-компании.

##### *Примерное содержание деятельности*

Куратор с членами УБК обсуждают сущность понятий «бизнес-идея», «бизнес-план», «презентация».

Бизнес-идея как механизм функционирования УБК. Правильный выбор бизнес-идеи — залог успешности деятельности УБК. Умениям выбирать и обосновывать бизнес-идею, разрабатывать бизнес-план и презентацию необходимо учиться.

Бизнес-план — документ, содержащий обоснование бизнес-идеи, принятой учебной бизнес-компанией для воплощения в реальный продукт.

Презентация бизнес-идеи — краткое и убедительное изложение её сути с целью рекламы и привлечения инвесторов.

#### **Этап 2. Обоснование бизнес-идеи и выбор вида предпринимательской деятельности УБК**

Цель этапа: выявить степень понимания членами УБК сущности бизнес-идеи, готовности к её обоснованию и реализации.

##### *Примерное содержание деятельности*

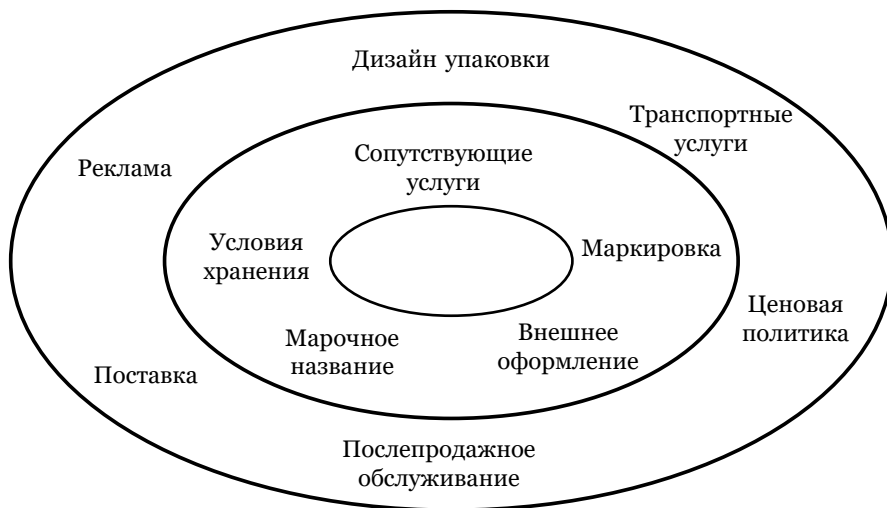
Члены УБК и куратор совместно обсуждают примеры успешной реализации бизнес-идей, анализируют источники их формирования.

Источниками новых идей могут быть:

- ▼ мнения и идеи самих учащихся, членов УБК;
- ▼ мнение и идеи куратора УБК;
- ▼ заказ на разработку нового продукта, поступивший со стороны государственной или частной организации.

Куратор поясняет членам УБК, что перспективность выбранной ими идеи, её конкурентоспособность являются одними из ключевых факторов успешности деятельности УБК. К числу условий, обеспечивающих воплощение идеи в реальный продукт, следует отнести:

- ▼ наличие спроса на планируемую к выпуску продукцию и конкретных заказчиков;
- ▼ конкурентоспособность продукта, то есть его свойство отвечать потребностям и социальным ожиданиям потребителей, что обуславливает его потребительские качества (рис. 3).



**Рисунок 3 – Требования к обеспечению конкурентоспособности продукта**

Выявление потребностей людей, детальный анализ их структуры и изменений — ключевой момент при создании нового продукта. Однако желания, вкусы, предпочтения переменчивы и зависят от экономических, социальных, национальных и природных обстоятельств. Наиболее простым способом определения требований к будущему продукту является обращение непосредственно к потребителю, то есть проведение устных опросов или опросов с помощью анкет. В целях экономии средств члены УБК должны уметь провести опрос самостоятельно.

Члены УБК совместно с куратором выдвигают идеи и обсуждают подходящие для их реализации виды деятельности своей компании.

Куратор предлагает сделать окончательный выбор бизнес-идеи на основании результатов бизнес-тренинга «Битва идей!».

### Этап 3. Бизнес-тренинг «Битва идей!»

Девиз: «Создаём собственное дело и конкурентный продукт!».

Цель этапа: учить обоснованию и презентации бизнес-идей.

*Примерное содержание деятельности*

Задачи:

**А. Базовые:**

- ✓ научить членов УБК проектированию собственного дела и успешной маркетинговой стратегии продвижения своего продукта на рынке;
- ✓ способствовать развитию у них лидерских качеств и опыта командного взаимодействия.

**Б. Специальная:**

- ✓ содействовать формированию у членов УБК следующих компетенций:
  - предприимчивость;
  - навыки проектной деятельности;
  - коммуникативная культура;
  - лидерство.

#### Ход тренинга

1. Постановка задач для команд-участников.

Обращение руководителя тренинга к участникам: «Представьте, что у нас в стране находится группа инвесторов, готовая вкладывать средства в развитие бизнеса на территории нашего региона. Инвесторы объявили конкурс бизнес-идей. Основными критериями отбора идей для их дальнейшей разработки и финансирования являются новизна, оригинальность и жизнеспособность, а также готовность команды к реализации заявленных бизнес-идей».

Задания командам: совместно сформулировать бизнес-идею с целью участия в конкурсе; обосновать её практическую востребованность; предложить организационную структуру реализации бизнес-идеи; распределить ключевые роли между членами команды, исходя из их опыта и личностного потенциала. Предлагаемая идея должна отвечать интересам всех членов команды.

Финансовые вопросы (объём инвестиций, срок окупаемости, точка безубыточности, прибыль) рассматривать не нужно. На выполнение заданий отводится 15 минут.

2. Командная работа.

Команды выполняют задания. Руководитель тренинга отвечает на возникающие вопросы, стимулирует обсуждение, не вмешивается в содержательную работу команды.



### 3. Презентация бизнес-идей.

Руководитель тренинга предлагает командам разбиться на две категории: одна часть участников тренинга в составе своих команд презентует идею; другая часть — позиционирует себя в качестве потенциальных инвесторов, готовых задавать вопросы по замыслу проекта. Затем они меняются ролями.

Инвесторы в специально подготовленных листах для опроса выставляют каждой команде оценку бизнес-идеи.

### 4. Подведение итогов тренинга.

Анализируются суммарные результаты оценки бизнес-идей. Руководитель подводит итоги тренинга и благодарит всех участников за работу.

Принимается совместное решение о бизнес-идее, которая будет реализовываться членами УБК, и направлении соответствующей ей деятельности.

## Этап 4. Регламентация деятельности УБК

Цели этапа: выбрать руководство УБК, сформулировать миссию и название УБК, определить логотип и слоган, разработать Положение об УБК.

### *Примерное содержание деятельности*

Куратор выдвигает кандидатуру руководителя УБК из числа учащихся, предварительно рассказав о миссии УБК, перспективах личностного роста и развития её участников.

Куратор предлагает всем участникам сформулировать название УБК, придумать логотип и слоган, предварительно изложив сущность этих понятий. Название должно быть кратким, привлекательным и содержательным, вызывать положительные эмоции.

Исходя из утверждённого названия УБК, можно приступить к обсуждению логотипа и слогана. Куратор знакомит учащихся с существующими названиями, логотипами и слоганами бизнес-компаний. Поскольку это достаточно трудоёмкая работа, можно поручить членам УБК выполнить её в свободное от занятий время. Выбор названия, логотипа и слогана должен быть осуществлён самими учащимися.

Название, логотип и слоган целесообразно разместить на максимальном количестве информационных источников: на стендах, рекламных листовках, сайте. Это позволит создать узнаваемые образы УБК и производимой ею продукции.

Руководитель УБК совместно с инициативной группой и куратором организует работу по подготовке Положения об УБК на основании типового Положения, утверждённого Министерством образования Республики Беларусь.

## Этап 5. Организация деятельности УБК

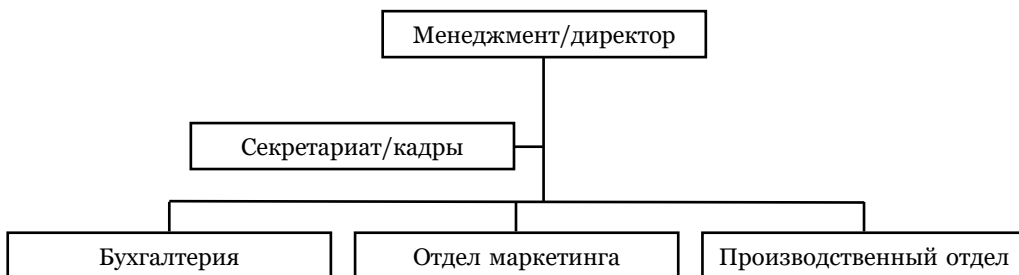
Цель этапа: разработать учащимися совместно с куратором организационную структуру УБК.

### *Примерное содержание деятельности*

Практикум целесообразно провести в форме совместного обсуждения организационной структуры УБК. Грамотно организованная структура — залог успеха деятельности УБК.

Выбор организационной структуры УБК и функциональных обязанностей её членов определяется видом и содержанием деятельности, направленной на реализацию бизнес-идеи.

Примерная организационная структура УБК представлена на рисунке 4.



**Рисунок 4 — Примерная организационная структура УБК**

В соответствии с утверждённой членами УБК структурой проводятся выборы руководства и руководителей отделов УБК. Распределение функциональных обязанностей членов УБК обсуждается на общем собрании совместно с куратором.

Для более полного понимания процессов взаимодействия отделов друг с другом, а также наглядной иллюстрации необходимости чёткой организации труда куратор, используя кейс-метод, может предложить членам УБК рассмотреть реальную ситуацию (*Приложение 5*).

## Этап 6. Технологии организации деятельности и развития УБК

Цель этапа: овладеть технологиями организации деятельности УБК.

### **6.1. Управление УБК**

Цель: сформировать у членов УБК представления об основных функциях управления.

### *Примерное содержание деятельности*

Куратор излагает назначение и функции руководства (менеджмента) УБК. В состав менеджмента УБК входят директор и руководители отделов;

куратор выполняет функции консультанта. Целесообразно пригласить представителей предпринимательской сферы в качестве бизнес-консультантов УБК. Основные функции менеджмента УБК:

- ✓ утверждение руководителя УБК;
- ✓ определение цели и задач УБК, в том числе бизнес-идеи и планируемого к выпуску продукта;
- ✓ согласование структуры УБК и руководителей отделов;
- ✓ координация работы отделов;
- ✓ организация периодической отчётности отделов о результатах деятельности;
- ✓ анализ и утверждение доходов и расходов УБК;
- ✓ утверждение мероприятий по продвижению выпускаемого продукта и масштабированию деятельности УБК;
- ✓ информирование руководства учреждения образования о выполнении стоящих перед ним задач.

От менеджмента зависит слаженная творческая работа всех членов УБК.

## 6.2. Документооборот УБК

Цель: сформировать у членов УБК представления о назначении документов в обеспечении деятельности организации, о документообороте.

### *Примерное содержание деятельности*

Практикум целесообразно начинать с изложения перечня документов, их назначения, форм, порядка регистрации и хранения, роли документооборота. Для этого куратору нужно представить весь перечень документов, необходимых для обеспечения деятельности учебной бизнес-компания. Основной вывод, который важно довести до понимания учащихся, что документация — это не формальный элемент отчётности, а инструмент оценки эффективности работы УБК и индивидуального вклада каждого её члена.

Дальнейшая работа проходит в виде деловой игры. Куратор предлагает учащимся определить перечень документов, необходимых для обеспечения работы руководителя и отделов УБК. К ним следует отнести Положение об УБК учреждения образования, документы, регламентирующие функции руководства и членов УБК, учёт и контроль достигнутых результатов.

Далее ставятся задачи разработать формы документов по образцам, создать схему документооборота.

Каждый этап деловой игры завершается обсуждением разработанных проектов документов и определением лучших вариантов. Дальнейшая деятельность по составлению документов может быть предложена

в качестве домашнего задания. На завершающем этапе куратор совместно с руководителем УБК проводят окончательную доработку всего комплекта документов и утверждают их на общем собрании членов УБК.

### **6.3. Секретариат УБК**

Цель: сформировать у членов УБК представление о ведении делопроизводства, навыки владения оргтехникой и средствами коммуникации.

#### *Примерное содержание деятельности*

Организация деловой игры: секретарь осуществляет делопроизводство, обеспечивает проведение собраний, сортировку поступающей информации, распределение корреспонденции между отделами. Работа секретаря должна основываться на хорошем знании функций руководства, отделов и членов УБК, направлений деятельности УБК.

### **6.4. Финансовая деятельность УБК**

Цель: обучить учащихся основам финансовой грамотности на примере организации финансовой деятельности УБК.

#### *Примерное содержание деятельности*

Организация деловой игры, в ходе которой членам УБК необходимо освоить умения составлять смету доходов и расходов УБК, разрабатывать финансовый и инвестиционный планы, рассчитывать стоимость, финансовую эффективность и прибыль реализуемого продукта.

### **6.5. Маркетинговая деятельность УБК**

Цель: сформировать у учащихся навыки маркетинговой деятельности.

#### *Примерное содержание деятельности*

На основе выполнения членами УБК самостоятельной работы по изучению функций маркетолога организации проводится анализ маркетинговой стратегии УБК, в том числе методик исследования соответствующего сегмента рынка и запросов потенциальных потребителей планируемого к выпуску продукта, рекламы, мероприятий по продвижению продукта, масштабированию деятельности УБК.

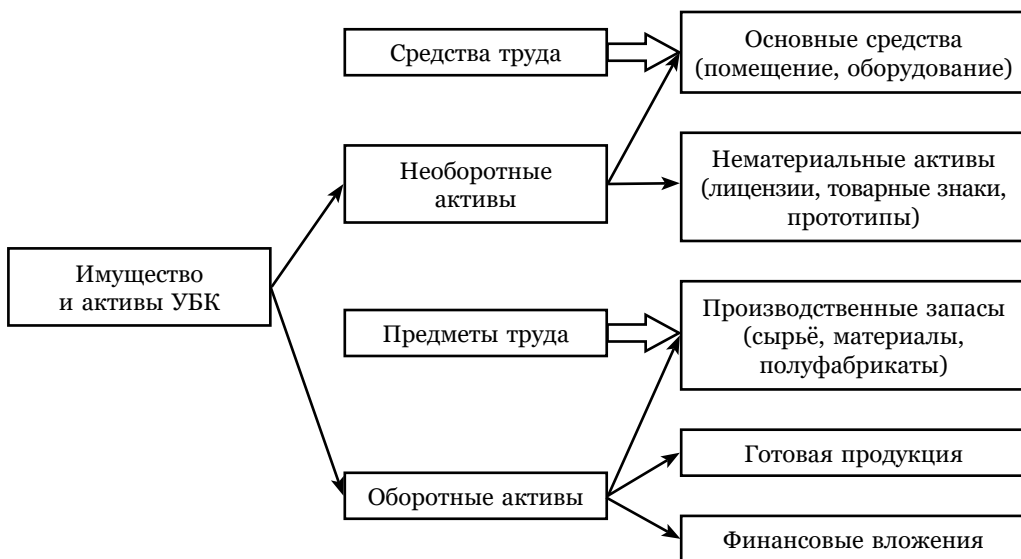
### **6.6. Производственная деятельность УБК**

Цель: сформировать у членов УБК понимание сущности производственной деятельности по реализации бизнес-идеи.

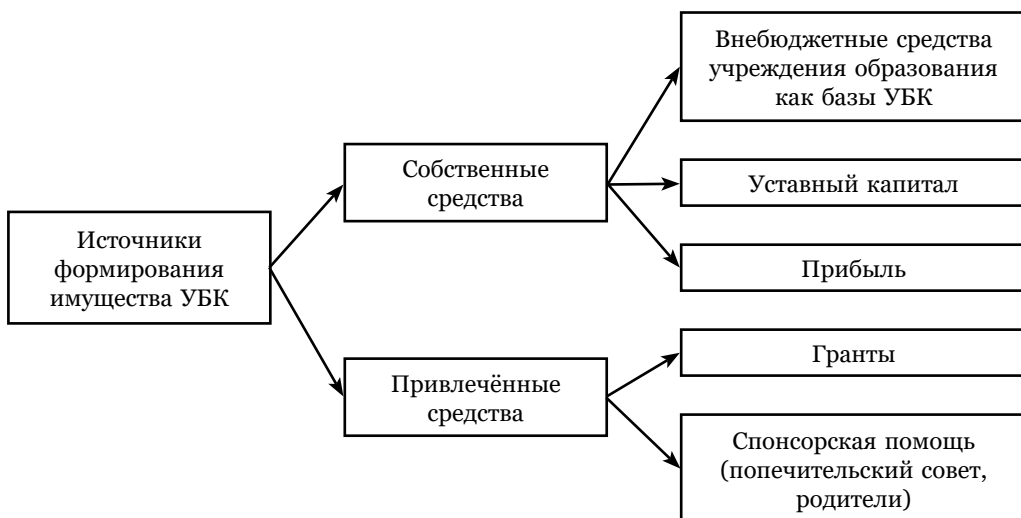
#### *Примерное содержание деятельности*

На основании результатов выполнения самостоятельного задания по разработке стратегии реализации бизнес-идеи члены УБК обсуждают функции производственного отдела, в том числе обеспечение

необходимыми ресурсами, их размещение и учёт, планирование процесса производства продукции, организацию производства, контроль качества производимого продукта. Итогом обсуждения может стать визуализация предложений в виде моделей имущества УБК (рис. 5) и источников его формирования (рис. 6).



**Рисунок 5 – Имущество учебной бизнес-компания**



**Рисунок 6 – Источники формирования имущества учебной бизнес-компания**

При создании УБК учредителями формируется уставный капитал. Вносимое учредителями имущество или активы могут быть в виде денежных средств или материалов, товаров либо внеоборотных средств. Активами можно распоряжаться по усмотрению куратора и членов УБК, зафиксировав, кто внёс имущество и на какую сумму; УБК может использовать имущество только на основании учёта источников его формирования.

## **Этап 7. Разработка бизнес-плана и презентации выдвинутой идеи**

Цели этапа: обобщить и структурировать полученные членами УБК в ходе обучения знания и умения; научиться разрабатывать бизнес-план и презентацию выдвинутой идеи на следующей методологической основе: идея — команда — стратегия — продукт.

### *Примерное содержание деятельности*

Членам УБК предлагается для обсуждения следующая примерная структура бизнес-плана.

#### **1. Бизнес-идея:**

- ✓ название проекта;
- ✓ обоснование бизнес-идеи.

#### **2. Бизнес-продукт:**

- ✓ описание продукции, степень её новизны, преимущества по сравнению с аналогами;
- ✓ краткое описание используемой технологии;
- ✓ готовность продукции к коммерческой реализации;
- ✓ защита интеллектуальной собственности.

#### **3. Команда проекта:**

- ✓ название команды, логотип, месторасположение, имидж, достигнутые успехи, стратегия развития;
- ✓ менеджмент: руководитель и ключевые члены команды, их функции в команде, организаторский опыт; специалисты, которых планируется привлечь в ходе реализации проекта;
- ✓ слоган (например, «Успешный продукт — командный продукт!»).

#### **4. Стратегия реализации бизнес-идеи:**

##### *4.1. Анализ рынка:*

- ✓ география рынка продукции;
- ✓ основные группы потребителей;
- ✓ основные конкуренты, их доля на рынке;
- ✓ преимущества перед конкурентами.

4.2. *Маркетинговая стратегия:* сбор и анализ информации о потребности в производимом продукте, о спросе на него, покупательной способности целевой группы потребителей, способах и средствах доведения информации о продукте до потребителей.

4.3. *Производственный план.* В зависимости от вида производственной деятельности приводится описание ресурсов, необходимых для реализации идеи.

4.4. *Финансовый план:*

- ✓ общая стоимость проекта;
- ✓ себестоимость продукции, цена реализации;
- ✓ переменные издержки;
- ✓ постоянные издержки.

4.5. *Инвестиционный план:*

- ✓ потребность в инвестициях, структура инвестиций;
- ✓ материальный и нематериальный вклад в проект инвестирующей стороной;
- ✓ направления использования инвестиций с указанием сумм;
- ✓ условия, предлагаемые инвестору;
- ✓ стратегия инвестора по выходу из проекта.

**5. Показатели эффективности проекта. Точка безубыточности. Прибыль.**

После рассмотрения и согласования структуры бизнес-плана на обсуждение выносятся примерная структура презентации выдвинутой идеи.

### **Примерная структура презентации бизнес-идеи**

**1. Организация презентации:**

- ✓ потенциальное количество участников;
- ✓ место проведения;
- ✓ ресурсные возможности (подготовка буклетов, слайдов, рекламных роликов, прототипов).

**2. Длительность презентации:**

- ✓ от 30 секунд до 3 минут — elevator pitch (краткая презентация);
- ✓ от 3 до 6 минут — развёрнутая презентация.

**3. Представление команды:**

- ✓ внешний вид (строгий деловой костюм, стилизованная одежда в случае тематических проектов);
- ✓ достижения (дипломы, сертификаты);
- ✓ манеры (жестикуляция, мимика, осанка, вовлечение аудитории).



**4. Задачи выступающих:**

- ✓ поприветствовать слушателей (вопрос для размышления, удивительный факт, видео по теме);
- ✓ кратко и чётко изложить суть идеи (новизна, социальная значимость, конкурентоспособность создаваемого продукта, потенциальные потребители, возможные конкуренты);
- ✓ говорить живо и заинтересованно;
- ✓ не употреблять сложных терминов;
- ✓ быть позитивным.

**5. Средства раскрытия проблемы:**

- ✓ фотографии, видео;
- ✓ анализ трудностей;
- ✓ результаты маркетинговых исследований;
- ✓ описание данных фокус-групп.

**6. Средство решения проблемы:** презентация прототипа продукта.**7. Запрос:**

- ✓ составляющие реализации идеи;
- ✓ обоснование инвестиций;
- ✓ изменения в мире, к которым приведёт реализация идеи.

**8. Контакты:** телефон, e-mail.**Оценочная шкала презентуемой бизнес-идеи**

Критерии оценки	1	2	3	4	5
Командная эффективность					
Экономическая обоснованность					
Композиционная и содержательная целостность					
Актуальность и новизна					
Социальная значимость продукта					
Конкурентоспособность					
Готовность к коммерциализации					

## Этап 8. Контроль и анализ результатов деятельности УБК

Цель этапа: сформировать представление о требованиях к контролю и анализу деятельности УБК.

### *Примерное содержание деятельности*

Членам УБК совместно с куратором предстоит обсудить и утвердить этапы и формы контроля за результатами деятельности УБК и достижениями каждого участника. Куратор как консультант обосновывает назначение контроля и его основные формы — промежуточный и итоговый.

Учащимся выносятся на обсуждение следующие формы промежуточного контроля:

- ✓ оценка соответствия регламента и организации деятельности УБК принятому Положению, осуществляемая руководством учреждения образования;
- ✓ этапное подведение итогов и оценка деятельности УБК, осуществляемые её руководителем совместно с куратором УБК;
- ✓ анализ и оценка участия в работе УБК каждого её члена, осуществляемые её руководителем совместно с куратором УБК;
- ✓ аудиторские проверки деятельности УБК, к которым могут привлекаться актив учреждения образования, педагоги, бизнес-консультанты; оценка рекламных роликов, прототипов, презентаций, выставочных стендов, содержащих информационные и рекламные материалы о работе УБК.

В конце учебного года руководитель УБК совместно с куратором должен подготовить итоговый отчёт о достигнутых результатах и существующих проблемах деятельности УБК. В работе над отчётом принимают участие все руководители отделов. Для ознакомления с отчётом рекомендуется провести общее собрание членов УБК, на котором, наряду с обсуждением достигнутого, следует наметить план дальнейшего развития УБК.

При анализе деятельности учебной бизнес-компания должны оцениваться два основных аспекта: практические и личностные достижения каждого участника УБК в процессе реализации бизнес-идеи. Оценка достигнутого не сводима только к практическим результатам деятельности УБК. Она должна объективировать то, что каждый участник достиг в своём личностном росте и развитии. При этом наиболее важным и значимым элементом является динамика личностных достижений: оценка будет более обоснованной, если проводить сравнение уровня развития предпринимательских качеств и способностей членов учебной бизнес-компания в момент их включения в деятельность УБК и через определённый промежуток времени.

По данным нашей исследовательской работы, предлагается следующий перечень критериев совокупной оценки результатов деятельности УБК:

- ✓ критерии личностного роста и развития каждого члена УБК;
- ✓ критерий устойчивости состава членов УБК, показателем которого выступает его стабильность;
- ✓ критерий разнообразия видов деятельности членов УБК;
- ✓ критерий воплощения идеи в реальный продукт;
- ✓ критерий взаимодействия УБК с аналогичными бизнес-компаниями других учреждений образования и предпринимательскими организациями;
- ✓ критерий масштабирования деятельности УБК.

### **Этап 9. Диагностика профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательства**

Цель этапа: провести диагностическое исследование личностного потенциала учащегося — члена УБК, характеризующего его психологическую готовность к предпринимательству.

#### *Примерное содержание деятельности*

Предпосылками профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательства на начальном, пропедевтическом, этапе их личностно-профессионального становления выступают, с одной стороны, имеющийся потенциал необходимых ценностных ориентаций, личностных качеств и способностей, а с другой — наличие благоприятных факторов внешней среды, в том числе возможностей целенаправленного обучения основам предпринимательства посредством инновационных технологий.

Речь идёт о формировании психологической готовности учащихся к предпринимательству в условиях их деятельности в учебной бизнес-компании. Психологическая готовность в данном случае выступает олицетворением сформированности таких ключевых элементов психологической структуры личности, как ценностная направленность, коммуникативная и организаторская компетентность, лидерский потенциал и другие характеристики. Стимулирующей основой их становления и развития выступает усвоение учащимися экономических, психологических, правовых, этических и других категорий предпринимательства, а также непосредственное включение в практическую реализацию собственной бизнес-идеи.

Психологическая готовность — сложная и многофакторная категория. В силу этого трудно определить некий универсальный набор диагностических методик, позволяющий зафиксировать все тенденции личностных изменений, характеризующие психологическую готовность членов УБК

к предпринимательству. Здесь большую роль играет творческий подход к делу самого педагога как куратора УБК, его профессиональная компетентность и педагогическое чутьё.

Предлагаемый в *Приложениях 7–12* примерный перечень опросных методик является, на наш взгляд, в достаточной степени корректным по отношению к предмету и субъекту диагностики. Данные методики широко используются в психодиагностической практике и могут классифицироваться по следующим блокам:

- ✓ методика диагностики ценностей;
- ✓ методика диагностики мотивации достижения личности;
- ✓ методика оценки коммуникативных и организаторских способностей;
- ✓ методика оценки лидерских качеств;
- ✓ методика оценки потенциала управления собственным делом;
- ✓ тренинг «Командообразование».

Опыт нашей диагностической практики подтверждает валидность предлагаемого комплекса методик для измерения личностного ресурса учащегося, востребованного в предпринимательской деятельности, и возможность зафиксировать динамику личностных изменений, происходящих за 1–2-годовалый период его обучения основам предпринимательства в условиях функционирования учебной бизнес-компания. Обратимся к интерпретации методического инструментария.

### **Методика диагностики ценностей и ценностных ориентаций учащихся**

Понимая под психологической готовностью личности к предпринимательству проявление её активной позиции в ключевых сферах жизнедеятельности, основанное на усвоенной системе ценностей, социальной и профессиональной компетентности, диагностику уровня её сформированности и развития целесообразно проводить, начиная с оценки ценностей и ценностной направленности субъекта. Данный феномен отражает внутренний стержень личности.

Для диагностики ценностей продуктивно использовать методику К. Шварца и У. Билски, адаптированную О. А. Тихомандрицкой и Е. М. Дубовской. Данная методика в достаточной степени универсальна при изучении ценностей в разных культурах. Ценности понимаются как мотивационные цели, которые служат руководящими принципами в жизни людей. На основании таких ценностей человек строит своё поведение в различных сферах жизнедеятельности. Кроме того, ценности выступают как стандарты, которые руководят выбором или оценкой людьми событийности бытия.

Ценности, приводимые в методике К. Шварца и У. Билски, обладают следующими характеристиками:

- ✓ они универсальны в разных культурах;
- ✓ они не ограничены определёнными действиями и ситуациями (то есть трансцендентны);
- ✓ они обозначают цели человека и его образ поведения, который способствует достижению этих целей.

Упорядочивая ценности по предложенным авторами методики типам, можно определить набор ценностных ориентаций, которые характеризуют ценностную направленность личности или группы респондентов. Таким образом, в процессе опроса каждому респонденту предстоит оценить значимость для себя 10 типов ценностей: 1) саморегуляция; 2) стимулирование; 3) гедонизм; 4) достижение; 5) власть; 6) безопасность; 7) комфортность; 8) традиции; 9) благосклонность; 10) самоориентация. Оценка значимости ценностей и ценностных ориентаций респондентов проводится путём суммирования количества баллов, полученных по каждому из 10 типов.

### **Тест-опросник измерения мотивации достижения (методика А. Мехрабиана в модификации М. Ш. Эминова)**

К одному из центральных в психологии предпринимательства относится понятие мотива, мотивации деятельности. В мотивах, как внутренних побуждениях личности к проявлению активности, находят отражение её потребности, интересы, ценности, мировоззренческие ориентиры, социальные ожидания и установки.

Согласно сложившимся представлениям, основными мотивами занятия предпринимательством выступают самостоятельность и профессиональная свобода, стремление к богатству, успеху и самореализации своих способностей.

Выводы психологических исследований подтверждают, что успешность в бизнес-карьере связана с соотношением мотивации к успеху и мотивации избегания неудачи. Мотив стремления к успеху понимается как склонность к переживанию удовольствия и гордости при достижении результата. Данный мотив, соединённый с верой в успех, придаёт предпринимателю страстность, увлечённость, уверенность в своих силах и способностях.

Мотивация избегания неудачи характеризуется как феномен защитного поведения, когда личность поступает осторожно, предпочитает отказаться от риска, заранее предполагая возможную неудачу. Защитное поведение блокирует установку на успех, вызывает неуверенность в себе и способно привести к поражению как в личностном, так и в профессиональном плане.

Методика А. Мехрабиана в модификации М. Ш. Эминова позволяет респонденту провести самооценку присущих ему мотива стремления к успеху и мотива избегания неудачи.

### **Оценка коммуникативных и организаторских способностей (КОС-1) (методика В. В. Синявского, Б. А. Федоришина)**

Функциональное значение данной методики заключается в исследовании коммуникативных и организаторских способностей респондентов путём оценки предполагаемого поведения в различных ситуациях. Для проецирования поведения испытуемым предлагаются ситуации, знакомые по личному опыту и потому не представляющие затруднений при выборе привычного способа поведения. В силу этого оценка ситуации и поведения в её условиях основывается на воспроизведении испытуемым своего реального поведения и реального, пережитого в его опыте, отношения к предлагаемым ситуациям.

Анкетная часть методики содержит вопросы, ответы на которые могут быть только утвердительными или отрицательными, то есть «Да» или «Нет». Ответы строятся на основе самоанализа опыта своего поведения в той или иной ситуации.

В бланке «Лист вопросов» спектр вопросов настолько широк, что, по результатам ответов испытуемого, появляется возможность определить степень выраженности коммуникативных и организаторских способностей. При построении опросника было учтено также отношение опрашиваемых к вопросам: одни респонденты могут быть более склонны к утвердительным ответам, другие — к отрицательным. Поэтому вопросы в бланке построены так, чтобы утвердительный ответ на один вопрос имел такое же смысловое значение, что и отрицательный ответ на другой вопрос. Всего методика включает 40 вопросов-ситуаций (по 20 для оценки коммуникативных и организаторских способностей). Для изучения коммуникативных способностей введены вопросы следующего содержания:

- а) проявляет ли испытуемый стремление к общению, много ли у него друзей;
- б) любит ли находиться в кругу друзей или предпочитает одиночество;
- в) быстро ли привыкает к новым лицам, новому коллективу;
- г) насколько быстро реагирует на просьбы друзей, знакомых;
- д) любит ли общественную работу, выступает ли на собраниях;
- е) легко ли устанавливает контакты с незнакомыми людьми;
- ж) легко ли ему даются выступления перед аудиторией?

Соответственно было разработано 20 специальных вопросов, нацеленных на изучение реального поведения и пережитого опыта испытуемого.

С целью изучения организаторских способностей оценивались следующие личностные характеристики:

- а) быстрота ориентации в сложных ситуациях;
- б) находчивость;
- в) настойчивость, требовательность;
- г) склонность к организаторской деятельности;
- д) самостоятельность, самокритичность;
- е) выдержка;
- ж) отношение к общественной работе, общительность.

На этой основе были разработаны 20 вопросов, каждый из которых в определённой мере характеризует организаторские способности личности.

Ответы на вопросы испытуемый заносит в специальный лист, в котором фиксируются также его анкетные данные и результаты работы.

Полученные данные при обработке приводятся к оценочному коэффициенту, величина которого соответствует определённому уровню выраженности коммуникативных и организаторских способностей респондентов.

Выбор предлагаемой методики обусловлен высокой значимостью коммуникативных и организаторских способностей для успешного осуществления предпринимательской деятельности; указанные способности занимают ключевое место в определении поведенческого компонента социальной зрелости личности. При интерпретации эмпирических данных следует учитывать, что полученные результаты свидетельствуют лишь о констатируемом на момент исследования уровне анализируемых способностей. При правильно построенном учебном и воспитательном процессе данные способности развиваются.

### **Тест «Есть ли у Вас задатки лидера?» (по С. Дидато)**

Опросник позволяет определить личностный потенциал лидера команды. Согласно содержанию опросника, для эффективного функционирования и развития команды лидер должен:

- ✓ являться носителем её ценностей, верить в её возможности;
- ✓ уметь развиваться вместе с командой;
- ✓ обладать хорошими организаторскими способностями и высоким уровнем развития коммуникативной культуры;
- ✓ быть внимательным к членам команды, уметь оценивать их способности и компетентность;
- ✓ уметь объективно анализировать собственные решения и действия;
- ✓ быть не отстранённым индивидуалистом, а «человеком команды», «одним из нас», «лучшим из нас».



С учётом этих требований респонденту предстоит произвести самооценку вопросов-утверждений по отношению к себе и суммарные подсчёты результатов по соответствующей шкале.

### **Тест «Можете ли Вы быть предпринимателем?»**

Методика разработана на основе руководства по бизнесу в США и предполагает самооценку качеств личности, определяющих успешность ведения бизнеса. Включение её в исследование обусловлено общей направленностью испытуемых на занятие в будущем предпринимательской деятельностью.

В методике реализуется принцип самооценивания: респонденту для оценки предлагается 7 качеств, важных для успешного осуществления предпринимательской деятельности: инициатива, отношение к другим, лидерство, ответственность, организаторские способности, решительность и упорство. Испытуемый должен оценить степень проявления данных качеств у себя. Каждый из предлагаемых для выбора вариантов соответствует определённому уровню развития той или иной личностной характеристики (от 1 до 4). После суммирования набранных баллов выявляется уровень потенциала владения и управления собственным делом (всего 5 уровней — от низкого до отличного).

Для интерпретации результатов важно иметь в виду, что даже при недостаточном уровне развития необходимых качеств человек может создать для ведения своего дела команду, которая будет компенсировать его слабости. В связи с этим при получении низких результатов по данной методике необходимо сопоставить их с полученными данными по методике «КОС-1», которая определяет коммуникативные и организаторские способности. Коммуникативные способности являются основополагающим компонентом коммуникативной компетентности, которая признаётся в современном менеджменте важнейшей в триаде профессиональных компетенций руководителя.

### **Тренинг «Командообразование»**

Цели тренинга — обучить навыкам взаимодействия в команде, сформировать представление об основных процессах командного взаимодействия.

*Основные задачи:*

- ✓ анализ композиционной структуры команды;
- ✓ изучение основных динамических процессов команды как малой группы;
- ✓ выявление потенциала команды, сплочённости и нацеленности на результат членов команды;
- ✓ изучение способностей команды к организационным изменениям;
- ✓ обучение навыку работы в команде.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повышение деловой активности подрастающего поколения приводит к необходимости целенаправленного развёртывания деятельности УБК как актуальной формы практико-ориентированного обучения в учреждениях общего среднего образования и учреждениях дополнительного образования детей и молодёжи, что влечёт за собой:

- ▼ дальнейшую актуализацию ресурса дополнительного образования детей и молодёжи;
- ▼ реализацию педагогическими работниками компетентностного подхода при организации образовательного процесса.

Целесообразны дальнейшее обобщение опыта, разработка нормативной документации, регламентирующей направления и механизмы обеспечения взаимодействия учебных бизнес-компаний с бизнес-консультантами и бизнес-структурами в целях воплощения бизнес-идей в реальный продукт.

Для обеспечения целенаправленного развития деятельности УБК необходим обязательный учёт следующих факторов:

- ▼ наличие квалифицированного педагогического сопровождения, осуществляемого куратором, который наряду с профессиональным педагогическим образованием должен иметь дополнительную подготовку по основам предпринимательства и основам деятельности УБК;
- ▼ наличие соответствующего материально-технического и методического оснащения: УБК должна иметь отдельное помещение, оснащённое необходимым техническим оборудованием и комплексом методических разработок и рекомендаций;
- ▼ организация сотрудничества УБК с государственными и частными предприятиями, выступающими в качестве социальных партнёров и заказчиков разработки востребованного продукта. Речь идёт о возможностях реализации бизнес-идеи членов УБК за пределами учреждения образования.

Практико-ориентированное обучение посредством УБК следует рассматривать как существенный фактор повышения культуры предпринимательства, осознанного профессионального самоопределения учащейся молодёжи в этой сфере деятельности. Отсюда актуальность пропаганды, стимулирования и поощрения учреждений образования, а также районных, областных и республиканских организаций, активно внедряющих новые формы такого обучения.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

## Нормативные правовые акты

1. Банковский кодекс Республики Беларусь : 2002 г., № 128, рег. № 2/297 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь : с изм. и доп. по состоянию на 10 февр. 2003 г. — 3-е офиц. изд., с изм. и доп. — Минск : Нац. центр правовой информ. Беларуси, 2003.
3. Кодекс Республики Беларусь об образовании : с изм. и доп. по состоянию на 12 марта 2012 г. — Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2012. — 400 с.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. — Минск, 2006.
5. Непрерывное воспитание детей и учащейся молодёжи : Концепция ; Программа на 2016–2020 годы. — Минск : НИО, 2016. — 84 с.
6. Налоговый кодекс Республики Беларусь : 2004 г., № 4, рег. № 2/1009 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь.
7. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь — страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года : 20 окт. 2018 г., № 5/45706 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.

## Основная литература

8. *Бедулина, Г. Ф.* Обучение учащихся основам предпринимательства через реализацию региональных инициатив / Г. Ф. Бедулина, Л. А. Кивлюк. — Минск : РИВШ, 2019. — 362 с.
9. *Белбин, Р. М.* Типы ролей в командах менеджеров / Р. М. Белбин ; пер. с англ. — М. : Нипро, 2003. — 232 с.
10. *Болотов В. А.* Компетентностная модель: от идеи к образовательной парадигме / В. А. Болотов // Педагогика. — 2003. — № 10. — С. 8–14.
11. *Брызгалова, С. И.* Исследовательский метод обучения как способ развития учебно-исследовательской деятельности учащихся / С. И. Брызгалова // Развитие учебно-исследовательской деятельности в системе дополнительного образования детей : доклады и сообщения. — Калининград : КГУ, 2001. — С. 10–19.
12. *Выготский, Л. С.* Лекции по психологии / Л. С. Выготский. — СПб. : Союз, 1997. — 143 с.
13. *Гриб, В.* История развития предпринимательства / В. Гриб // Предпринимательство в Беларуси. — 2005. — № 9. — С. 48–51.

14. *Давыдов, В. В.* Теория развивающего обучения / В. В. Давыдов. — М. : ИНТОР, 1996. — 544 с.
15. *Добренко, И. А.* Развитие способности молодёжи к предпринимательству: теоретический аспект / И. А. Добренко // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика : научно-методический журнал. — 2003. — Вып. 3–4. — С. 58–64.
16. *Долан, Э.* Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / Э. Долан, К. Кэмпбелл, Р. Кэмпбелл ; пер. с англ. В. Лукашевича и др. ; под общ. ред. В. Лукашевича, М. Б. Ярцева. — М., 1996. — 448 с.
17. *Друкер, П. Ф.* Энциклопедия менеджмента / П. Ф. Друкер. — М. : Вильямс, 2004. — 432 с.
18. *Дьюи, Дж.* Психология и педагогика мышления / Дж. Дьюи. — М. : Совершенство, 1997 // Библиотека Гумер — гуманитарные науки [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Pedagog/mysl/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/mysl/index.php). — Дата доступа: 20.11.2019.
19. *Журавлёв, А. Л.* Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия / А. Л. Журавлёв, В. П. Позняков. — М. : ИП РАН, 1995. — 58 с.
20. *Иванова, Н. Л.* Введение в психологию бизнеса [текст] : учеб. пособие / Н. Л. Иванова, Е. В. Михайлова, В. А. Штроо ; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — 2-е изд. — М. : ВШЭ, 2008. — 471 с.
21. Индекс политики в сфере МСП: страны Восточного партнёрства, 2012 год — Ход реализации Акта Европы о малом бизнесе. — 2012. — 312 с.
22. Индекс экономической политики в сфере МСП: страны Восточного партнёрства, 2016 год — Оценка соответствия принципам Европейского Акта о малом бизнесе. — 2016. — 408 с.
23. Инновации в профессиональном образовании и обучении. Образовательная технология «УБК» : пособие для преподавателей / под ред. А. В. Завгородней, Г. В. Борисовой, С. В. Архангельской. — СПб. : Полиграф—С, 2004. — 224 с.
24. *Калинина, А. Э.* Основы организации предпринимательской деятельности : учеб.-метод. пособие / А. Э. Калинина, Г. И. Старокожева ; Волгогр. гос. ун-т. — Волгоград : ВолГУ, 2013. — 140 с.
25. *Камерон, К.* Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн. — СПб. : Питер, 2001. — 320 с.
26. *Кандыбович, С. Л.* Трудовая мотивация преподавателей вузов и учреждений СПО в условиях менеджерализма образовательной системы / С. Л. Кандыбович // Психология XXI века: вызовы, поиски, векторы развития : сборник материалов Всероссийского симпозиума психологов ; под общ. ред. Д. В. Сочивко. — 2019. — С. 798–808.
27. *Кови, С.* Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития / С. Кови. — М. : Альпина Паблшер, 2019. — 396 с.
28. *Колениченко, И. А.* Психология предпринимательства : учеб. пособие / И. А. Колениченко. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 178 с.

29. *Комлач Д. Т.* Основы предпринимательской деятельности для молодёжи : пособие / Д. Т. Комлач, Н. К. Наумович, М. Н. Найдович. — 2-е изд., перераб. — Борисов : Борисовская укрупнённая типография имени 1 Мая, 2014. — 200 с.
30. *Корнилова, Т. В.* Психология риска и принятия решений : учеб. пособие для вузов / Т. В. Корнилова. — М. : Аспект Пресс, 2003. — 286 с.
31. *Коростылёва, Л. А.* Психология самореализации личности: затруднения в профессиональной сфере / Л. А. Коростылёва. — СПб. : Речь, 2005. — 224 с.
32. *Лазарев, В. С.* Новое понимание метода проектов в образовании / В. С. Лазарев // Проблемы современного образования. — 2011. — № 6. — С. 35–43.
33. *Любимова, Ю. С.* Метод проектов как оригинальная педагогическая технология: исторический опыт и современная практика реализации / Ю. С. Любимова, Е. В. Миранкова // Вестник МГИРО. — 2015. — № 1. — С. 30–35.
34. *Макклелланд, Д.* Мотивация человека / Д. Макклелланд. — СПб. : Питер, 2007. — 672 с. — (серия «Мастера психологии»).
35. *Менегетти, А.* Психология лидера / А. Менегетти. — М : Онтотпсихология, 2010. — 336 с.
36. *Мочерный, С. В.* Основы организации предпринимательской деятельности : учеб. для вузов / С. В. Мочерный, В. В. Некрасова ; под общ. ред. проф. С. В. Мочерного. — М. : Приориздат, 2004. — 224 с.
37. *Мэнкью, Н. Г.* Принципы макроэкономики / Н. Г. Мэнкью. — 4-е изд. — СПб. : Питер, 2012. — 544 с. — (Серия «Классический зарубежный учебник»).
38. Основы предпринимательской деятельности : учеб. пособие / под ред. В. Л. Ключи, Н. В. Бордачёвой. — Минск : Изд. центр БГУ, 2019. — 309 с.
39. *Паркер, Г.* Формирование команды / Г. Паркер, Р. Кропш. — СПб. : Питер, 2002. — 160 с.
40. *Парыгин, Б. Д.* Социальная психология : учеб. пособие для студентов вузов / Б. Д. Парыгин. — СПб. : СПб ГУП, 2003. — 616 с.
41. *Позняков, В. П.* Основные направления исследований психологии предпринимательства / В. П. Позняков // Психология предпринимательства : хрестоматия. — М. : Бахрах, 2007. — 786 с.
42. *Позняков, В. П.* Психология бизнеса, или Как добиться личного успеха / В. П. Позняков. — Минск : Право и экономика, 2001. — 109 с.
43. *Полат Е. С.* Метод проектов: история и теория вопроса / Е. С. Полат // Проблемы и перспективы теории и практики ученического проектирования : сб. ст. / под ред. Н. Ю. Пахомовой. — М. : МИОО, 2005. — С. 20–30.
44. Психология развивающейся личности / под ред. А. В. Петровского. — М. : Педагогика, 1997. — 238 с.
45. Рыночная экономика : учебник : в 3 т. / Ассоц. эконом. вузов ; ред. А. Д. Смирнов. — М. : Соминтэк, 1992. — Т. 1 : Теория рыночной экономики / В. Ф. Максимова [и др.]. — 1992. — 256 с.
46. *Спиваковский, В. М.* Образовательный взрыв / В. М. Спиваковский. — Киев : Гранд-Экспо, 2011. — 436 с.

47. Томилов, В. В. Культура предпринимательства / В. В. Томилов. — СПб. : Питер, 2000. — 176 с.
48. Фурастье, Ж. Технический прогресс и капитализм с 1700 по 2100 год // Какое будущее ожидает человечество? — Прага : Мир и социализм, 1964. — С. 157–159.
49. Хекхаузен, Х. Психология мотивации достижения / Х. Хекхаузен. — СПб. : Речь, 2011. — 238 с.
50. Человеческий капитал. — 2009. — № 3 (11). — С. 138–147.
51. Шумская, Л. И. Диагностика предпринимательского потенциала личности на этапе профессионального самоопределения / Л. И. Шумская // Alma Mater. Вестник Высшей школы. — Сентябрь 2016 г. — № 9. — С. 45–49.
52. Шумская, Л. И. Личностно-профессиональное становление студентов в процессе социализации / Л. И. Шумская. — Минск : РИВШ, 2005. — 271 с.
53. Шумская, Л. И. Социально-психологические аспекты требований работодателя к молодому специалисту на современном рынке труда / Л. И. Шумская // Ананьевские чтения — 2016: Психология — вчера, сегодня, завтра : мат. науч. конф., 25–29 окт. 2016 г. — СПб., 2016. — С. 213–214.
54. Шумская, Л. И. Стратегические направления развития учебных бизнес-компаний / Л. И. Шумская // Пути совершенствования идеологической и воспитательной работы в системе образования Республики Беларусь : материалы респ. семинара-совещания, г. Гродно, 17–18 марта 2017 г. — Гродно, 2017. — С. 94–98.
55. Щербатых, Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса : учеб. пособие / Ю. В. Щербатых. — СПб. : Питер, 2009. — 304 с.
56. Экономикс: принципы, проблемы и политика : учебник / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю, Ш. М. Флинн. — 19-е изд. — М. : ИНФРА-М, 2018. — XXVIII. — 1028 с.
57. Экономическая теория : учеб. пособие : в 3 ч. / Э. А. Лутохина и др. ; под общ. ред. Э. А. Лутохиной. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. — Часть 3. Макроэкономика : курс лекций. — 352 с.
58. Юрьев, А. И. Концепция стратегической психологии / А. И. Юрьев // Стратегическая психология глобализации: Психология человеческого капитала : учеб. пособие ; под науч. ред. д-ра психол. наук, проф. А. И. Юрьева. — СПб. : Logos, 2006. — 512 с.
59. Яголковский, С. Р. Психология креативности и инноваций / С. Р. Яголковский. — Минск : А. Н. Вараксин, 2009. — 188 с.
60. Bourdieu, Pierre. Ökonomisches Kapital, culturelles Kapital, soziales Kapital / P. Bourdieu ; in: Kreckel, Reinhard (ed.) Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2). — Eüttingen : Otto Schwartz & Co., 1983. — P. 183–198.
61. Vacigalupo, M. EntreComp : The Entrepreneurship Competence Framework / M. Vacigalupo, P. Kampylis, Y. Punie, G. Van den Brande. — Люксембург : Publication Office of the European Union, 2016.

# Приложение 1

## **Примерное Положение об учебной бизнес-компании учреждения общего среднего образования и учреждения дополнительного образования детей и молодёжи**

Настоящее примерное Положение разработано в соответствии с Постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О Государственной программе “Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь” на 2016—2020 годы» от 23 февраля 2016 г. № 149, Стратегией развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь — страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года от 20 октября 2018 г. № 5/45706, Концепцией и Программой непрерывного воспитания детей и учащейся молодёжи на 2016—2020 годы.

### **Глава 1**

#### **Общие положения**

1. Учебная бизнес-компания (далее — УБК) — это объединение по интересам, организуемое в учреждении общего среднего образования, учреждении дополнительного образования детей и молодёжи (далее — учреждения образования) с целью освоения основ предпринимательства, формирования практических навыков предпринимательской деятельности, развития предприимчивости и других необходимых для успешной самореализации личностных качеств, способностей и компетенций обучающихся. Деятельность УБК не является предпринимательской.

#### 2. Цели УБК:

- ✓ освоение учащимися основ предпринимательства;
- ✓ развитие предприимчивости и других качеств, стимулирующих их личностно-профессиональное становление и осознанное профессиональное самоопределение.

#### 3. Основные задачи УБК:

- ✓ освоение обучающимися сущности предпринимательской деятельности посредством практико-ориентированного обучения;
- ✓ содействие их личностно-профессиональному становлению и развитию;
- ✓ обеспечение возможностей производства и реализации материальных и интеллектуальных продуктов.



#### 4. Функции УБК:

- ✓ обучающая: передача обучающимся знаний о предпринимательстве и формирование первоначальных умений для применения этих знаний в практической деятельности;
- ✓ воспитательная: воспитание ответственности за результаты своего труда, стимулирование мотивации достижения успеха;
- ✓ развивающая: развитие личностных качеств, способностей и компетенций, обеспечивающих в будущем успешность в предпринимательской и других видах профессиональной деятельности;
- ✓ социальная: становление навыков осознанного ориентирования в социально-экономической и правовой среде.

### Глава 2

#### Организация и содержание деятельности УБК

5. Создание УБК и её функционирование осуществляются непосредственно на базе учреждения общего среднего образования, учреждения дополнительного образования детей и молодёжи.

6. УБК организуется на добровольной основе и утверждается решением педагогического совета учреждения образования.

7. УБК может осуществлять деятельность по производству материальных и интеллектуальных продуктов (за исключением деятельности, которая в соответствии с действующим законодательством отнесена к лицензионной).

8. Уставный капитал УБК формируется посредством получения грантов, проведения благотворительных акций, привлечения спонсорской помощи, внебюджетных средств учреждения образования, собственных средств её участников и их родителей, других источников, не запрещённых законодательством.

9. Содержание и основные направления деятельности УБК конкретизируются в соответствии с образовательной программой дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы с учётом специфики и возможностей учреждения образования, имеющейся материально-технической базы, потребностей и интересов её участников.

10. Обязательными условиями создания и функционирования УБК являются:

- ✓ наличие рассмотренных педагогическим советом и утверждённых руководителем учреждения образования образовательной программы дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы и Положения об УБК;

- ✓ решение педагогического совета учреждения образования о создании УБК и назначении куратора из числа педагогических работников учреждения образования;
- ✓ наличие приказа по учреждению образования о создании УБК;
- ✓ обеспечение возможностей для прохождения куратором специальной подготовки по основам предпринимательства и деятельности УБК;
- ✓ привлечение бизнес-консультантов для обеспечения образовательной деятельности УБК;
- ✓ наличие письменных заявлений об участии в УБК от обучающихся данного учреждения образования;
- ✓ наличие письменного согласия на участие в УБК одного из законных представителей (отца, матери, усыновителя, опекуна или попечителя) каждого её участника;
- ✓ соблюдение техники безопасности, норм и правил охраны труда, санитарных и противопожарных правил.

### **Глава 3** **Участники УБК**

11. Участниками УБК могут быть только учащиеся данного учреждения образования или участники объединений по интересам учреждения дополнительного образования детей и молодёжи.

12. Участие в деятельности УБК возможно только в период обучения учащихся в вышеуказанных учреждениях образования в рамках дополнительного образования.

13. Количество участников УБК определяется в соответствии со статьёй 233 Кодекса Республики Беларусь об образовании. Наполняемость УБК первого года обучения составляет от 12 до 15 обучающихся, второго и последующих годов обучения — не менее 8 обучающихся из числа учащихся IX—XI классов.

14. Участники УБК из числа её членов самостоятельно выбирают руководителя и других представителей органов управления УБК простым большинством голосов.

15. Куратор УБК не является её участником.

### **Глава 4** **Руководство работой УБК**

16. Руководитель учреждения образования осуществляет контроль за деятельностью УБК, обеспечивает взаимодействие с органами образования и бизнес-структурами по вопросам обучения кураторов,

привлечения бизнес-консультантов, заключения договоров на заказ и реализацию произведённых УБК материальных и интеллектуальных продуктов.

17. Управления (отделы) по образованию, спорту и туризму совместно с учреждениями общего среднего образования, учреждениями дополнительного образования детей и молодёжи, институтами развития образования, учреждениями высшего образования, органами местного управления и бизнес-структурами (центрами поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторами, предпринимательскими союзами) обеспечивают организацию спонсорской помощи УБК, проведение форумов, слётов, ярмарок по продвижению и рекламе продукции УБК, инициируют и регламентируют внешние заявки на разработку членами УБК социально востребованного продукта.

18. Деятельность УБК приостанавливается либо прекращается решением руководства учреждения образования в связи с:

- ✓ окончанием текущего учебного года до начала следующего учебного года;
- ✓ несоответствием деятельности УБК утверждённому бизнес-плану;
- ✓ отсутствием деятельности УБК на протяжении учебной четверти.

19. Деятельность УБК может быть продолжена в период летних каникул в соответствии с решением педагогического совета учреждения образования и приказом руководителя учреждения образования.

## **Глава 5** **Охрана труда**

20. Участники УБК проходят обучение по охране труда в виде вводного инструктажа, стажировки, первичного и повторного инструктажей на рабочем месте, а также целевого инструктажа при выполнении разовых работ. Обучение проводится специалистом по охране труда.

21. Участники УБК допускаются к работе только после проверки их знаний по охране труда, проводимой методом устного опроса каждого лица, и соответствующей записи в журнале по охране труда.

22. Участники УБК должны соблюдать требования по охране труда, предусмотренные действующим законодательством.

23. Педагогические работники осуществляют контроль за соблюдением трудового законодательства и законодательства об охране труда, действующих нормативных правовых актов по производственной санитарии, пожарной и радиационной безопасности.

## **Глава 6**

### **Права и обязанности участников УБК**

24. Участники УБК имеют право:

- ✓ избирать и быть избранными в руководство УБК;
- ✓ участвовать в определении направлений деятельности УБК;
- ✓ получать информационную, консультационную поддержку со стороны куратора УБК, бизнес-консультантов;
- ✓ участвовать в мероприятиях, проводимых УБК;
- ✓ использовать материально-технические ресурсы учреждения образования для обеспечения деятельности УБК;
- ✓ прекратить своё участие в деятельности УБК.

25. Участники УБК должны:

- ✓ добросовестно выполнять обязанности, предусмотренные данным Положением и Положением об УБК конкретного учреждения образования, а также требования учебной и трудовой дисциплины;
- ✓ уважать честь и достоинство других участников УБК;
- ✓ заботиться о сохранности имущества, инвентаря и помещения, предоставляемого учреждением образования для обеспечения деятельности УБК.

## **Глава 7**

### **Учёт и оплата труда**

26. Реализация произведённого УБК продукта осуществляется за наличный или безналичный расчёт в рамках действующего законодательства.

27. Денежные средства, полученные за реализацию готовой продукции, поступают на внебюджетный расчётный счёт учреждения образования либо на субсчёт учреждения образования в случае, если оно имеет статус обособленного юридического лица. Норматив распределения дохода УБК утверждается педагогическим советом (приказом директора) по трём основным направлениям:

- ✓ нужды учреждения образования, в том числе материальное поощрение куратора УБК;
- ✓ обеспечение деятельности УБК (приобретение материалов, оборудования и т. п.);
- ✓ поощрение участников УБК.

28. По завершении учебного года руководство УБК при содействии куратора готовит отчёт о деятельности компании и предоставляет его администрации учреждения образования на утверждение.

29. Деятельность УБК регламентируется разработанными на основе настоящего примерного Положения локальными положениями об УБК учреждений образования.

## Приложение 2

### Опыт Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ по реализации образовательного проекта «Подготовка организаторов учебных бизнес-компаний» (2017—2018 гг.)

Участники проекта:

**а) координаторы:**

- ✓ Министерство образования Республики Беларусь;
- ✓ администрация Центрального района г. Минска;
- ✓ БГУ;
- ✓ ЗАО «БСБ Банк»;
- ✓ Республиканская конфедерация предпринимательства;

**б) исполнители:**

- ✓ Центр развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ;
- ✓ управление по образованию администрации Центрального района г. Минска;
- ✓ педагогические работники и учащиеся учреждений образования Центрального района г. Минска;
- ✓ представители бизнеса (инвесторы, менторы);
- ✓ руководство и сотрудники ЗАО «БСБ Банк».

**Финансовое обеспечение проекта** — привлечённые средства, финансовая поддержка ЗАО «БСБ Банк».

**Срок реализации проекта:** май 2017 года — июнь 2018 года.

**Научный руководитель проекта** — начальник УН ЦРМП экономического факультета БГУ, доктор психологических наук, профессор Л. И. Шумская.

**Актуальность и новизна проекта:**

- ✓ к подготовке специалиста предъявляются новые требования со стороны современного рынка труда: знаниевая подготовка должна сочетаться с формированием у обучающегося практических навыков, социальных, профессиональных и личностных качеств и компетенций, в том числе предприимчивости, способности принимать решения в ситуации неопределённости, мотивации достижения, коммуникабельности, умения работать в команде;

- ✓ проект реализуется в Республике Беларусь впервые и аналогов не имеет.

**Суть УБК** — моделирование деятельности реальной бизнес-организации, что позволяет её участникам:

- ✓ освоить основы предпринимательства;
- ✓ развить лидерские качества и инициативу;
- ✓ обосновать бизнес-идею, разработать бизнес-проект и бизнес-план;
- ✓ получить возможность их практической реализации.

### **Проблематика**

Анализ существующего в Республике Беларусь опыта учебных бизнес-компаний позволил выявить ряд следующих проблем:

- ✓ отсутствие нормативной регламентации функционирования этих структур;
- ✓ отсутствие научно-методического обеспечения их деятельности;
- ✓ отсутствие компетентного педагогического сопровождения данной образовательной практики.

Как следствие, не реализуется мощный ресурс возможностей учебной бизнес-компаний, способствующих:

- ✓ овладению сущностью предпринимательства как сложной интеллектуальной деятельности;
- ✓ выявлению лидерского потенциала и подготовке будущих управленцев для государственного и частного секторов экономики;
- ✓ развитию у учащихся практического опыта коллективного взаимодействия, командообразования, корпоративной культуры;
- ✓ формированию умений проектной деятельности;
- ✓ подготовке патриотичной, социально ответственной национальной предпринимательской прослойки.

Реализация данного проекта нацелена на разрешение сложившихся противоречий и создание предпосылок для широкого внедрения образовательной практики «учебная бизнес-компания» в учреждениях общего среднего образования и учреждениях дополнительного образования детей и молодёжи Республики Беларусь.

**Стратегия реализации проекта:** экспериментальная апробация проекта на базе учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи Центрального района г. Минска (2017/2018 учебный год).

### **Этапы реализации проекта**

#### **I. Подготовительный** (май — август 2017 г.).

I.1. Ознакомление с результатами выполненных в УН ЦРМП научно-исследовательских работ по проблематике обучения предпринима-

тельству и деятельности УБК, а также с опытом организации обучения по образовательным программам «Школа предпринимательства для молодёжи. Собственное дело» (май 2017 г.).

I.2. Участие УН ЦРМП в профориентационных мероприятиях, проводимых администрацией Центрального района г. Минска (май — июнь 2017 г.).

I.3. Участие педагогов и учащихся учреждений образования Центрального района г. Минска в проводимом экономическим факультетом БГУ международном конкурсе стартап-проектов «BizTech BSU StartUp Contest» (май 2017 г.).

I.4. Подготовка УН ЦРМП учебно-планирующей документации и расчёт стоимости обучения по образовательным программам «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» (156 ч).

## **II. Обучающий** (август 2017 г. — апрель 2018 г.).

II.1. Разъяснительная работа, проводимая в учреждениях образования Центрального района г. Минска по набору слушателей для обучения по образовательным программам «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания», организуемого на базе УН ЦРМП экономического факультета БГУ.

II.2. Набор слушателей в количестве 50 человек на обучение по образовательным программам дополнительного образования «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания».

Целевая аудитория:

- ▼ педагоги-кураторы УБК (25 человек);
- ▼ учащиеся-руководители УБК (25 человек).

II.3. Поэтапное обучение слушателей по образовательным программам дополнительного образования:

I этап — теоретический, практико-ориентированный (октябрь — декабрь 2017 г.).

II этап — прикладной. Разработка и защита бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию» (январь — апрель 2018 г.).

III этап — стартап. Защита бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию» (апрель 2018 г.).

## **III. Демонстрационный** (май — июнь 2018 г.).

Организация и проведение итогового семинара-совещания «Стратегические направления развития учебных бизнес-компаний» в учреждениях образования Центрального района г. Минска.

### **Обоснование объёма запрашиваемых средств**

Финансовые средства будут использованы для оплаты труда преподавателей, амортизационных отчислений, приобретения расходных материалов.



БЕЛОРУССКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

АДМИНИСТРАЦИЯ  
ЦЕНТРАЛЬНОГО РАЙОНА  
г. Минска

## ПРОТОКОЛ О НАМЕРЕНИЯХ

Белорусский государственный университет и администрация Центрального района г. Минска с целью реализации совместного образовательного проекта «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» заключили настоящий Протокол о намерениях.

### ПРОТОКОЛ ПРЕДУСМАТРИВАЕТ СЛЕДУЮЩЕЕ:

1. Белорусский государственный университет в лице Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета берёт на себя обязательство по утверждённым программам качественно и в срок (октябрь 2017 г. — апрель 2018 г.) обеспечить подготовку организаторов учебных бизнес-компаний из числа педагогов и учащихся учреждений общего среднего образования Центрального района г. Минска с выдачей документа об обучении государственного образца.

2. Администрация Центрального района г. Минска обеспечивает организацию набора слушателей и оплату обучения.

### СТОРОНЫ ЕДИНЫ В СВОИХ НАМЕРЕНИЯХ:

подписать двустороннее соглашение о сотрудничестве и приложить все усилия к поиску путей финансирования включённых в него мероприятий с целью выполнения взятых обязательств;

внедрять технологию «учебная бизнес-компания» в учреждениях общего среднего образования и учреждениях дополнительного образования детей и молодёжи;

обучать учащихся учреждений общего среднего образования и учреждений дополнительного образования детей и молодёжи Центрального района г. Минска основам экономических знаний и предпринимательства.

Белорусский государственный  
университет  
Ректор  
А. Д. Король

Администрация Центрального  
района г. Минска  
Глава администрации  
И. И. Бузовский

**Кластеры бизнес-проектов в сфере услуг экспериментальных учебных бизнес-компаний  
учреждений образования Центрального района г. Минска**

<b>Кластеры</b>	<b>Учреждения образования Центрального района г. Минска</b>	<b>Бизнес-идеи</b>	<b>Авторы идей</b>	<b>Педагоги-курагоры УБК</b>
1	2	3	4	5
<b>Кластер I. Образовательные услуги</b>	Гимназия № 3	Образовательно-развлекательный центр «SmartRoom»	Храмцов Д. К., 10 класс	Князева З. И.
	Гимназия № 16	«Подорожная книжка» — электронный путеводитель по истории Беларуси на ключевых этапах её развития	Снопков З. Н., 9 «А» класс	Гуду С. Н., Лаврукевич Н. И.
	Гимназия № 29	Создание обучающего квест-рума «X Quest»	Бурень А. В., 9 «Б» класс	Малявкина Е. А.
	СПШ № 32	Создание центра по профорientации в учреждении общего среднего образования	Аниськов И. А., 8 «А» класс	Чеховский В. С., Ильясюк Ю. Б.
	СПШ № 35 имени Героя Советского Союза Д. Азизова	Создание мобильного приложения «Школьный дневник»	Сахацик Я. С., 10 класс	Соболь М. А.
	СПШ № 37	Кружок киберспорта по обучению и развитию навыков киберспортивных дисциплин	Муленко А. Р., 9 «Б» класс	Трумкович А. П.
	СПШ № 44	Создание консультативно-образовательного центра «ПомоАЙТики!»	Бакач А. Н., 10 «Б» класс	Кашинская М. Е.
Гимназия-колледж искусств	Арт-студия «Мастак»	Дудкин М. А., 9 «Б» класс	Даранкевич С. А., Лободенко А. В.	

Окончание таблицы

1	2	3	4	5
<b>Кластер II. Туристические услуги</b>	Гимназия № 36	Создание мобильного приложения «Vitaе Minsk»	Савченко П. С., 10 «А» класс	Бернат И. П., Касиянчик В. Г.
	СПШ № 21 имени Н. Ф. Гастелло	Разработка интерактивной экскурсий-квеста «Гастелло ТУР»	Грузд К. Ю., 9 «А» класс	Дробуш Е. М.
	СПШ № 95	Создание электронного приложения «Туристический потенциал Беларуси – 365»	Косовский И. М., 10 класс	Дашко Н. Ю., Дейч В. Г.
	СПШ № 180	Создание экскурсионного бюро «Веснянка-ТУР»	Громько Е. И., 9 «Б» класс	Галачанюк Е. В.
<b>Кластер III. Социальные услуги</b>	Гимназия № 24	Фотостудия «24-й кадр»	Джунг А. С., 10 «А» класс	Арановская А. В., Бологова Н. А.
	Гимназия № 34	Изготовление экосумок	Остапюк Р. А., 10 «А» класс	Станчик Т. В.
	Гимназия № 42	Создание и использование принта, основанного на мифических образах белорусского фольклора	Федорцов А. А., 10 «А» класс	Хромова С. А.
	Гимназия № 50	Создание электронного приложения «For Foodie» для оформления заказа в кафе или ресторане	Добкина Е. С., 9 «Б» класс	Бухта Е. А., Томило М. В.
	СПШ № 48	«Инфошеринг» – построение сети коммуникаций между жителями района, школой, муниципальными службами и бизнесом	Маринич С. И., 6 «А» класс	Витушко Д. И.
СПШ № 104 имени Р. Н. Мачульского	«AlinaShnig» – изготовление аксессуаров из атласных лент	Шнур А. А., 10 класс	Гивойна Е. Ю.	

## Приложение 3

### **Образовательная программа обучающихся курсов дополнительного образования взрослых «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы**

Министерство образования Республики Беларусь  
Белорусский государственный университет  
Экономический факультет

Учебно-научный Центр развития молодёжного предпринимательства

#### **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА обучающихся курсов дополнительного образования взрослых «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы**

Программа составлена коллективом преподавателей и работников учебно-научного Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ под общей редакцией доктора психологических наук, профессора Л. И. Шумской на основании действующего законодательства и нормативно-правовых актов Республики Беларусь.

#### **I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Становление в РБ основанной на инновациях экономики знаний влечёт за собой необходимость трансформации образования, активного внедрения новых образовательных технологий, в том числе новых практик обучения делом. К разновидности такой практики может быть отнесена организация деятельности учебной бизнес-компании в рамках дополнительного образования взрослых. Опыт осуществляемой в УН ЦРМП экономического факультета БГУ научно-исследовательской работы в данном направлении свидетельствует о том, что образовательная практика «учебная бизнес-компания» как объединение по интересам располагает мощным ресурсом воспитательных возможностей по овладению учащимися сущностью предпринимательства, выявлению у них лидерского потенциала, развитию опыта коллективного взаимодействия и умений проектной деятельности.

**Цели курса** — освоить педагогическими работниками учреждений образования знания о сущности предпринимательства как разновидности профессиональной деятельности и предприимчивости — интегральном личностном качестве, обуславливающим успешность в предпринимательстве;

приобрести необходимые навыки и компетенции в сфере предпринимательства и организации деятельности учебной бизнес-компании.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих **задач**:

- ✓ изучить психологические, правовые и экономические основы предпринимательства;
- ✓ овладеть сущностью маркетинга и менеджмента;
- ✓ освоить понятия «бизнес-идея», «бизнес-проект», «бизнес-план», «презентация бизнес-проекта»;
- ✓ приобрести компетенции по регламентации и организации деятельности УБК, технологиям развития УБК, разработке бизнес-проекта, бизнес-плана, стартап-презентации бизнес-проекта;
- ✓ разработать и защитить учебный бизнес-проект «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

Изучение курса для учителей школ, лицеев и гимназий рассчитано на 156 учебных часов, из них: 24 часа — лекции, 54 часа — практические занятия, 8 часов — деловые игры, 16 часов — тренинги, 6 часов — тематические дискуссии, круглые столы, 2 часа — кейсы, 42 часа — контролируемая самостоятельная работа, 4 часа — контроль знаний.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС «ШКОЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ. УЧЕБНАЯ БИЗНЕС-КОМПАНИЯ»**

#### **1.1 Предмет и задачи курса**

Актуализация экономического воспитания учащихся в условиях новых требований современного рынка труда. Учебная бизнес-компания как инновационная образовательная практика обучения делом. Воспитательные возможности УБК:

- ✓ овладение сущностью предпринимательства как сложной интеллектуальной деятельности, одного из ключевых элементов инновационной экономики;
- ✓ выявление и подготовка лидерского потенциала будущих управленцев для государственного и частного секторов экономики;
- ✓ развитие у учащихся практического опыта коллективного взаимодействия, эффективного командообразования;
- ✓ формирование умений проектной деятельности;
- ✓ обеспечение деятельности шестого школьного дня посредством инновационной образовательной практики «учебная бизнес-компания»;
- ✓ подготовка патриотичной, социально ответственной национальной предпринимательской прослойки.

## **2. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **2.1 Сущность предпринимчивости и предпринимательской деятельности**

Предпринимчивость и предпринимательство. Предпринимчивость в системе деловых и личных качеств предпринимателя. Факторы и мотивы предпринимательства. Предпринимательство как способ реализации деловой активности личности, разновидность профессиональной деятельности.

### **2.2 Психологические аспекты предпринимательства. Основы командообразования**

Личность как субъект предпринимательства. Психологические основы и условия готовности личности к успешной предпринимательской деятельности. Психологические особенности отечественных предпринимателей. Эффективное командообразование и лидерство: тренинг группового взаимодействия.

Циклы функционирования и развития команды в бизнес-компании. Команда на различных жизненных циклах компании. Жизненные циклы компании. Роль команды в компании. Особенности деятельности команды на каждом из жизненных циклов. Что происходит с командой на различных жизненных циклах в компании? Конфликты ролей в команде и их влияние на движение по жизненным циклам компании.

### **2.3 Правовые основы предпринимательской деятельности**

Государственное регулирование субъектов предпринимательской деятельности (ООО, ОДО, ЧУП, ОАО, ИП). Лицензирование отдельных видов деятельности. Основные положения о хозяйственных обществах. Организационно-правовые формы хозяйственного общества. Регистрация хозяйственного общества и индивидуального предпринимателя. Защита прав и ответственность субъектов хозяйствования. Ликвидация деятельности субъекта хозяйствования и индивидуального предпринимателя.

### **2.4 Экономические основы предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение**

Источники финансовых ресурсов для предпринимательства. Основные оборотные средства предприятия. Бухгалтерский баланс: активы и пассивы. Основные статьи затрат. Постоянные и переменные затраты. Заработная плата. Выручка, прибыль, рентабельность, точка безубыточности. Принцип заполнения отчёта о прибылях и убытках. Амортизационные отчисления. Производственный и организационный планы. Калькуляция себестоимости. Прямые и косвенные налоги. УСН. НДС. Единый налог и упрощённая система налогообложения. Подоходный налог. Система льгот.

### **2.5 Маркетинг**

Понятие «маркетинг». Сущность и содержание маркетинга.

Цели системы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля. Принципы маркетинга:

изучение состояния и динамики потребительского спроса и рыночной конъюнктуры; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; воздействие на рынок и потребительский спрос с помощью рекламы; предпринимательская инициатива по разработке и осуществлению новых конкурентоспособных идей.

Обсуждение на конкретных примерах преимуществ брендированных товаров. Символика бренда (логотип, слоган, торговый знак). Торговая марка и бренд как взаимодополняющие понятия.

Возможности и преимущества командного подхода в эффективном позиционировании товара. Бизнес-тренинг «Маркетинговая битва».

## **2.6 Имидж компании и предпринимателя. Корпоративная культура**

Слагаемые имиджа и принципы его создания. Социально-психологическая природа имиджа, формирование имиджа организации и продукта её деятельности. Содержание корпоративной культуры, методы её формирования и поддержки.

## **2.7 Менеджмент, организация и управление компанией. Документооборот**

Модель современного менеджера. Стили управления и их эффективность. Кейс-метод. Организационная структура управления в малом и среднем предпринимательстве. Вертикальный и горизонтальный принципы управления компанией. Оперативное и стратегическое управление. Основные задачи делопроизводства.

# **3. ПРАКТИКУМ «СОЗДАЁМ СВОЮ УЧЕБНУЮ БИЗНЕС-КОМПАНИЮ»**

## **3.1 Что такое бизнес-идея, бизнес-проект и бизнес-план?**

Бизнес-идея — идея, нацеленная на получение нового продукта, востребованного на рынке товаров и услуг.

Бизнес-проект — документ, содержащий обоснование бизнес-идеи, её уникальности и востребованности на рынке товаров и услуг, а также ресурсов реализации.

Бизнес-план — развёрнутая программа осуществления бизнес-проекта с обоснованием следующих его базисных элементов: идея — команда — стратегия — продукт.

## **3.2 Выбор вида предпринимательской деятельности УБК. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей»**

Определение направленности деятельности УБК: предпринимательская идея. Критерии оценки предпринимательской идеи: готовность участников УБК к её реализации (личностный ресурс, подготовка, предыдущий опыт); наличие необходимой материально-технической базы; наличие спроса на предполагаемую продукцию на рынке и потенциального



заказчика. Роль куратора в обосновании бизнес-идеи. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей».

### **3.3 Регламентация деятельности УБК**

Разработка организационной структуры, функций и дополнительных обязанностей членов УБК. Разработка Положения об УБК учреждения образования. Регистрация и открытие счёта (субсчёта) УБК учреждения образования.

### **3.4 Организация деятельности УБК**

Выбор названия, формы собственности, учредителей и руководства УБК. Выбор логотипа и слогана. Разработка элементов фирменного стиля УБК.

### **3.5 Разработка бизнес-плана УБК**

Обоснование бизнес-идеи и планируемой к получению на её основе продукции. Преимущества продукции по сравнению с существующими аналогами. Характеристика рынка. Основные конкуренты и преимущества перед ними. Маркетинговый, финансовый, производственный планы. Стратегия развития УБК.

### **3.6 Технологии развития УБК**

Организация собеседования по приёму в УБК. Технология составления резюме. Маркетинговая деятельность. Организация делопроизводства. Бухгалтерский учёт. Финансовая и налоговая отчётность. Расчёт прибыли. Контроль и анализ результатов деятельности УБК.

### **3.7 Финансовое моделирование бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию» на основе Project Expert**

Финансовое моделирование бизнес-проекта с использованием компьютерной программы Project Expert.

Генерация финансовых документов: прогноз движения средств (Cash Flow), отчёт о прибылях и убытках, балансовая ведомость, отчёт об использовании прибыли. Анализ финансовых коэффициентов и показателей эффективности инвестиций.

### **3.8 Стартап-подготовка бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Совместная работа кураторов и учащихся по подготовке учебных бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

### **3.9 Разработка стартап-презентации бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Терминология стартапов. Примеры успешных белорусских и зарубежных стартапов и истории успеха. Инвариант презентации. Создание эффективной презентации. Ораторские приёмы подачи информации.

### **3.10 Защита бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Представление презентаций бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН  
образовательной программы обучающихся курсов  
дополнительного образования взрослых  
«Школа предпринимательства для молодёжи.  
Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы**

**Цели:** освоить знания о сущности предпринимательства как разновидности профессиональной деятельности и предприимчивости как интегральном личностном качестве, обуславливающим успешность в предпринимательстве; приобрести необходимые навыки и компетенции в организации деятельности учебной бизнес-компании.

**Категория слушателей:** учителя школ, лицеев, гимназий.

**Всего учебных часов:** 156.

**Форма обучения:** очно-вечерняя.

**Срок обучения:** 7 месяцев.

**Режим занятий:** 4–8 часов в неделю.

№ п/п	Названия разделов и дисциплин	Количество часов									
		Всего	Распределение по видам занятий								
			Лекции	Практические занятия	Деловые игры	Тренинги	Тематические дискуссии, круглые столы	Кейсы	Контролируемая самостоятельная работа	Контроль знаний	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
<b>1</b>	<b>Введение в курс «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания»</b>	<b>4</b>	2					2			
1.1	Предмет и задачи курса	4	2					2			
<b>2</b>	<b>Основы предпринимательства</b>	<b>54</b>	16	20	4	8	4	2			
2.1	Сущность предприимчивости и предпринимательской деятельности	4	2	2							

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2.2	Психологические аспекты предпринимательства. Основы командообразования	<b>16</b>	4	4	4	4				
2.3	Правовые основы предпринимательской деятельности	<b>8</b>	2	2			4			
2.4	Экономические основы предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение	<b>8</b>	4	4						
2.5	Маркетинг	<b>6</b>	2	4						
2.6	Имидж компании и предпринимателя. Корпоративная культура	<b>4</b>				4				
2.7	Менеджмент, организация и управление компанией. Документооборот	<b>8</b>	2	4				2		
<b>3</b>	<b>Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»</b>	<b>98</b>	6	34	4	8			42	4
3.1	Что такое бизнес-идея, бизнес-проект и бизнес-план?	<b>4</b>	2						2	
3.2	Выбор вида предпринимательской деятельности УБК. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей»	<b>4</b>			2				2	
3.3	Регламентация деятельности УБК	<b>6</b>		4					2	
3.4	Организация деятельности УБК	<b>6</b>		4					2	
3.5	Разработка бизнес-плана УБК	<b>6</b>		4					2	
3.6	Технологии развития УБК	<b>36</b>		18	2	8			8	
3.7	Финансовое моделирование бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию» на основе Project Expert	<b>4</b>	2	2						
3.8	Стартап-подготовка бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>24</b>							24	
3.9	Разработка стартап-презентации бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>4</b>	2	2						
3.10	Защита бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>4</b>								4
	Всего часов	<b>156</b>	24	54	8	16	6	2	42	4

Учебно-тематический план утверждён на заседании Совета экономического факультета БГУ

Протокол заседания № 10 от 28 июня 2017 г.

## Приложение 4

### **Образовательная программа дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы**

Министерство образования Республики Беларусь  
Белорусский государственный университет  
Экономический факультет  
Учебно-научный Центр развития молодёжного предпринимательства

#### **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания» на 2017—2018 годы**

Программа составлена коллективом преподавателей и работников учебно-научного Центра развития молодёжного предпринимательства экономического факультета БГУ под общей редакцией доктора психологических наук, профессора Л. И. Шумской на основании действующего законодательства и нормативно-правовых актов Республики Беларусь.

#### **I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Становление в РБ основанной на инновациях экономики знаний влечёт за собой необходимость трансформации образования, активного внедрения новых образовательных технологий, в том числе новых практик обучения делом. К разновидности такой практики может быть отнесена организация деятельности учебной бизнес-компании в рамках дополнительного образования детей и молодёжи по социально-экономическому профилю. Опыт осуществляемой в УН ЦРМП экономического факультета БГУ научно-исследовательской работы в данном направлении свидетельствует о том, что образовательная практика «учебная бизнес-компания» как объединение по интересам располагает мощным ресурсом воспитательных возможностей по овладению учащимися сущностью предпринимательства, выявлению у них лидерского потенциала, развитию опыта коллективного взаимодействия и умений проектной деятельности.

**Цели курса** — освоить учащимися учреждений образования знания о сущности предпринимательства как разновидности профессиональной деятельности и предприимчивости — интегральном личностном качестве,

обусловливающим успешность в предпринимательстве; приобрести необходимые навыки и компетенции в организации деятельности учебной бизнес-компании.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих **задач**:

- ✓ изучить психологические, правовые и экономические основы предпринимательства;
- ✓ овладеть сущностью маркетинга и менеджмента;
- ✓ освоить понятия «бизнес-идея», «бизнес-проект», «бизнес-план», «презентация бизнес-проекта»;
- ✓ приобрести компетенции по регламентации и организации деятельности УБК, технологиям развития УБК, разработке бизнес-проекта, бизнес-плана, стартап-презентации бизнес-проекта;
- ✓ разработать и защитить учебный бизнес-проект «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

Изучение курса для учащихся школ, лицеев и гимназий рассчитано на 156 учебных часов, из них: 24 часа — лекции, 54 часа — практические занятия, 8 часов — деловые игры, 16 часов — тренинги, 6 часов — тематические дискуссии, круглые столы, 2 часа — кейсы, 42 часа — контролируемая самостоятельная работа, 4 часа — контроль знаний.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС «ШКОЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ. УЧЕБНАЯ БИЗНЕС-КОМПАНИЯ»**

#### **1.1 Предмет и задачи курса**

Актуализация экономического воспитания учащихся в условиях новых требований современного рынка труда. Учебная бизнес-компания как инновационная образовательная практика обучения делом. Воспитательные возможности УБК:

- ✓ овладение сущностью предпринимательства как сложной интеллектуальной деятельности, одного из ключевых элементов инновационной экономики;
- ✓ выявление и подготовка лидерского потенциала будущих управленцев для государственного и частного секторов экономики;
- ✓ развитие у учащихся практического опыта коллективного взаимодействия, эффективного командообразования;
- ✓ формирование умений проектной деятельности;
- ✓ обеспечение деятельности шестого школьного дня посредством инновационной образовательной практики «учебная бизнес-компания»;
- ✓ подготовка патриотичной, социально ответственной национальной предпринимательской прослойки.

## **2. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **2.1 Сущность предпринимчивости и предпринимательской деятельности**

Предпринимчивость и предпринимательство. Предпринимчивость в системе деловых и личных качеств предпринимателя. Факторы и мотивы предпринимательства. Предпринимательство как способ реализации деловой активности личности, разновидность профессиональной деятельности.

### **2.2 Психологические аспекты предпринимательства. Основы командообразования**

Личность как субъект предпринимательства. Психологические основы и условия готовности личности к успешной предпринимательской деятельности. Психологические особенности отечественных предпринимателей. Эффективное командообразование и лидерство: тренинг группового взаимодействия.

Циклы функционирования и развития команды в бизнес-компании. Команда на различных жизненных циклах компании. Жизненные циклы компании. Роль команды в компании. Особенности деятельности команды на каждом из жизненных циклов. Что происходит с командой на различных жизненных циклах в компании? Конфликты ролей в команде и их влияние на движение по жизненным циклам компании.

### **2.3 Правовые основы предпринимательской деятельности**

Государственное регулирование субъектов предпринимательской деятельности (ООО, ОДО, ЧУП, ОАО, ИП). Лицензирование отдельных видов деятельности. Основные положения о хозяйственных обществах. Организационно-правовые формы хозяйственного общества. Регистрация хозяйственного общества и индивидуального предпринимателя. Защита прав и ответственность субъектов хозяйствования. Ликвидация деятельности субъекта хозяйствования и индивидуального предпринимателя.

### **2.4 Экономические основы предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение**

Источники финансовых ресурсов для предпринимательства. Основные оборотные средства предприятия. Бухгалтерский баланс: активы и пассивы. Основные статьи затрат. Постоянные и переменные затраты. Заработная плата. Выручка, прибыль, рентабельность, точка безубыточности. Принцип заполнения отчёта о прибылях и убытках. Амортизационные отчисления. Производственный и организационный планы. Калькуляция себестоимости. Прямые и косвенные налоги. УСН. НДС. Единый налог и упрощённая система налогообложения. Подоходный налог. Система льгот.

### **2.5 Маркетинг**

Понятие «маркетинг». Сущность и содержание маркетинга.

Цели системы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля. Принципы маркетинга:

изучение состояния и динамики потребительского спроса и рыночной конъюнктуры; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; воздействие на рынок и потребительский спрос с помощью рекламы; предпринимательская инициатива по разработке и осуществлению новых конкурентоспособных идей.

Обсуждение на конкретных примерах преимуществ брендированных товаров. Символика бренда (логотип, слоган, торговый знак). Торговая марка и бренд как взаимодополняющие понятия.

Возможности и преимущества командного подхода в эффективном позиционировании товара. Бизнес-тренинг «Маркетинговая битва».

### **2.6 Имидж компании и предпринимателя. Корпоративная культура**

Слагаемые имиджа и принципы его создания. Социально-психологическая природа имиджа, формирование имиджа организации и продукта её деятельности. Содержание корпоративной культуры, методы её формирования и поддержки.

### **2.7 Менеджмент, организация и управление компанией. Документооборот**

Модель современного менеджера. Стили управления и их эффективность. Кейс-метод. Организационная структура управления в малом и среднем предпринимательстве. Вертикальный и горизонтальный принципы управления компанией. Оперативное и стратегическое управление. Основные задачи делопроизводства.

## **3. ПРАКТИКУМ «СОЗДАЁМ СВОЮ УЧЕБНУЮ БИЗНЕС-КОМПАНИЮ»**

### **3.1 Что такое бизнес-идея, бизнес-проект и бизнес-план?**

Бизнес-идея — идея, нацеленная на получение нового продукта, востребованного на рынке товаров и услуг.

Бизнес-проект — документ, содержащий обоснование бизнес-идеи, её уникальности и востребованности на рынке товаров и услуг, а также ресурсов реализации.

Бизнес-план — развёрнутая программа осуществления бизнес-проекта с обоснованием следующих его базисных элементов: идея — команда — стратегия — продукт.

### **3.2 Выбор вида предпринимательской деятельности УБК. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей»**

Определение направленности деятельности УБК: предпринимательская идея. Критерии оценки предпринимательской идеи: готовность участников УБК к её реализации (личностный ресурс, подготовка, предыдущий опыт); наличие необходимой материально-технической базы; наличие спроса на предполагаемую продукцию на рынке и потенциального



заказчика. Роль куратора в обосновании бизнес-идеи. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей».

### **3.3 Регламентация деятельности УБК**

Разработка организационной структуры, функций и дополнительных обязанностей членов УБК. Разработка Положения об УБК учреждения образования. Регистрация и открытие счёта (субсчёта) УБК учреждения образования.

### **3.4 Организация деятельности УБК**

Выбор названия, формы собственности, учредителей и руководства УБК. Выбор логотипа и слогана. Разработка элементов фирменного стиля УБК.

### **3.5 Разработка бизнес-плана УБК**

Обоснование бизнес-идеи и планируемой к получению на её основе продукции. Преимущества продукции по сравнению с существующими аналогами. Характеристика рынка. Основные конкуренты и преимущества перед ними. Маркетинговый, финансовый, производственный планы. Стратегия развития УБК.

### **3.6 Технологии развития УБК**

Организация собеседования по приёму в УБК. Технология составления резюме. Маркетинговая деятельность. Организация делопроизводства. Бухгалтерский учёт. Финансовая и налоговая отчётность. Расчёт прибыли. Контроль и анализ результатов деятельности УБК.

### **3.7 Финансовое моделирование бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию» на основе Project Expert**

Финансовое моделирование бизнес-проекта с использованием компьютерной программы Project Expert.

Генерация финансовых документов: прогноз движения средств (Cash Flor), отчёт о прибылях и убытках, балансовая ведомость, отчёт об использовании прибыли. Анализ финансовых коэффициентов и показателей эффективности инвестиций.

### **3.8 Стартап-подготовка бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Совместная работа кураторов и учащихся по подготовке учебных бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

### **3.9 Разработка стартап-презентации бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Терминология стартапов. Примеры успешных белорусских и зарубежных стартапов и истории успеха. Инвариант презентации. Создание эффективной презентации. Ораторские приёмы подачи информации.

### **3.10 Защита бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

Представление презентаций бизнес-проектов «Создаём свою учебную бизнес-компанию».

## УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН образовательной программы дополнительного образования детей и молодёжи «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания»

**Цели:** освоить знания о сущности предпринимательства как разновидности профессиональной деятельности и предприимчивости как интегральном личностном качестве, обуславливающем успешность в предпринимательстве; приобрести необходимые навыки и компетенции в организации деятельности учебной бизнес-компанияи.

**Категория слушателей:** учащиеся школ, лицеев, гимназий.

**Всего учебных часов:** 156.

**Форма обучения:** очно-вечерняя.

**Срок обучения:** 7 месяцев.

**Режим занятий:** 4–8 часов в неделю.

№ п/п	Названия разделов и дисциплин	Количество часов									
		Всего	Распределение по видам занятий								
			Лекции	Практические занятия	Деловые игры	Тренинги	Тематические дискуссии, круглые столы	Кейсы	Контролируемая самостоятельная работа	Контроль знаний	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	<b>Введение в курс «Школа предпринимательства для молодёжи. Учебная бизнес-компания»</b>	4	2					2			
1.1	Предмет и задачи курса	4	2					2			
2	<b>Основы предпринимательства</b>	54	16	20	4	8	4	2			
2.1	Сущность предприимчивости и предпринимательской деятельности	4	2	2							

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2.2	Психологические аспекты предпринимательства. Основы командообразования	<b>16</b>	4	4	4	4				
2.3	Правовые основы предпринимательской деятельности	<b>8</b>	2	2			4			
2.4	Экономические основы предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение	<b>8</b>	4	4						
2.5	Маркетинг	<b>6</b>	2	4						
2.6	Имидж компании и предпринимателя. Корпоративная культура	<b>4</b>				4				
2.7	Менеджмент, организация и управление компанией. Документооборот	<b>8</b>	2	4				2		
<b>3</b>	<b>Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»</b>	<b>98</b>	6	34	4	8			42	4
3.1	Что такое бизнес-идея, бизнес-проект и бизнес-план?	<b>4</b>	2						2	
3.2	Выбор вида предпринимательской деятельности УБК. Деловая игра «От идеи до прибыли. Ярмарка идей»	<b>4</b>			2				2	
3.3	Регламентация деятельности УБК	<b>6</b>		4					2	
3.4	Организация деятельности УБК	<b>6</b>		4					2	
3.5	Разработка бизнес-плана УБК	<b>6</b>		4					2	
3.6	Технологии развития УБК	<b>36</b>		18	2	8			8	
3.7	Финансовое моделирование бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию» на основе Project Expert	<b>4</b>	2	2						
3.8	Стартап-подготовка бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>24</b>							24	
3.9	Разработка стартап-презентации бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>4</b>	2	2						
3.10	Защита бизнес-проекта «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>4</b>								4
	Всего часов	<b>156</b>	24	54	8	16	6	2	42	4

Учебно-тематический план утверждён на заседании Совета экономического факультета БГУ

Протокол заседания № 10 от 28 июня 2017 г.

## Приложение 5

### Кейс-метод

Кейс-метод (case-method) — метод анализа ситуаций.

**Суть метода:** учащимся предлагается осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно не только отражает какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определённый комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

**Область применения:** кейс-метод применяется для решения ряда образовательных задач.

#### Подробное описание

Кейс-метод, являясь интерактивным методом обучения, обеспечивает освоение учащимися теоретических знаний и овладение практическими навыками посредством игры. Анализ ситуаций формирует у учащихся интерес и позитивную мотивацию к учёбе.

Использование педагогом кейс-метода стимулирует постоянное развитие его творческого потенциала. Регулярное обращение к разработке новых элементов содержания кейс-метода способствует формированию у него креативного стиля мышления, новой этики и мотивации педагогической деятельности и, в конечном итоге, модернизации учебного процесса.

Действия в кейсе (конкретной ситуации) либо даются в описании, и тогда требуется их осмыслить (последствия, эффективность), либо они должны быть предложены в качестве способа разрешения проблемы. Но в любом случае выработка модели практического действия представляется эффективным средством развития личности обучающегося.

Кейс как интеллектуальный продукт имеет свои источники. К ним относятся:

- ✓ практика повседневной жизни;
- ✓ общественная жизнь во всём своём многообразии;
- ✓ образование, определяющее цели и задачи обучения и воспитания, которые могут быть интегрированы в кейс-метод;
- ✓ наука как источник разработки кейса на основе аналитической деятельности и системного подхода.

Соотношение основных источников детерминации кейса может быть различным: от равнозначного обращения ко всем вышеназванным источникам до доминирования одного из них. В реальной практике конструирования кейсов чаще всего наблюдается доминирование одного из источников, которое при схематическом изображении можно представить

величиной угла треугольника. При этом чем тупее угол, тем больше влияние соответствующего источника. Острые углы, соответственно, отражают ситуацию минимального влияния источника.

Данный подход используется при классификации кейсов по степени представленности в них основных источников. Здесь можно выделить:

- ▼ *практические кейсы*, которые отражают реальные жизненные ситуации;
- ▼ *обучающие кейсы*, основной задачей которых выступает обучение;
- ▼ *научно-исследовательские кейсы*, ориентированные на осуществление исследовательской деятельности.

Основная задача *практического кейса* заключается в том, чтобы детально и подробно отразить жизненную ситуацию. Этот кейс создаёт практическую, «действующую», модель ситуации. При этом учебное назначение такого кейса может сводиться к тренингу обучаемых, закреплению знаний, умений и навыков поведения (принятия решений) в конкретной ситуации. Такие кейсы должны быть максимально наглядными и детальными. Главный их смысл сводится к содействию познанию жизни и обретению способности к принятию оптимальных решений в реально складывающихся ситуациях.

Кейс с доминированием *обучающей* функции отражает типовые ситуации, с которыми придётся столкнуться педагогу в процессе профессиональной деятельности.

В обучающем кейсе на первом месте стоят учебные и воспитательные задачи, что предопределяет значительный элемент условности при отражении в нём жизни. Ситуация, проблема и сюжет здесь не реальные, практические, а скорее проективные, то есть такие, какими они могут быть в жизни. Они состояются из наиболее важных и правдивых жизненных деталей. Такой кейс не даёт полного представления о конкретном фрагменте жизни общества. Но он формирует понимание сущности такого фрагмента, позволяет видеть в ситуациях типичное и развивает способность анализировать ситуации посредством применения аналогии.

*Научно-исследовательский кейс* выступает моделью для получения нового знания о ситуации и возможном поведении в ней. Его основная функция — развитие у обучающихся навыков научного исследования посредством применения метода моделирования. Строится кейс по принципу создания исследовательской модели. Поэтому применять его лучше всего не в системе общего среднего образования, а в повышении квалификации и переподготовке педагогических работников, участвующих в организации деятельности УБК.

Выделенные выше источники кейса следует называть *базовыми*, или *первичными*. Вместе с тем существует множество вторичных источников

формирования кейсов, которые можно продуктивно использовать в образовательной практике.

Кейс-метод опирается на совокупность определённых *дидактических принципов*. Среди них:

1) индивидуальный подход к каждому учащемуся, учёт его потребностей и интересов в обучении;

2) обеспечение учащихся достаточным количеством наглядных материалов для совместной разработки кейсов (статьи в печати, CD-диски, продукция компаний, деятельность которых анализируется);

3) демократический характер взаимодействия педагога и учащегося, возможность для учащегося обратиться к педагогу за советом и консультацией по любому вопросу;

4) формирование у учащихся умений аналитически грамотно работать с информацией;

5) акцентирование внимания на развитии сильных сторон учащихся.

*Педагогический потенциал* кейс-метода гораздо больше, чем у традиционных методов обучения. Педагог и учащийся постоянно взаимодействуют, выбирают оптимальные формы поведения, мотивируют свои действия, аргументируют их моральными нормами.

Наличие в структуре кейс-метода споров, дискуссий, аргументации создаёт творческую атмосферу для всех участников обсуждения, учит выполнению норм и правил общения, умениям не допускать конфликтов, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно и, самое главное, обеспечивать соблюдение личностных прав каждого участника. Эмоциональный накал при использовании этого метода обучения достигает нередко высокой степени напряжения.

## Приложение 6

### Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости»

Настоящая деловая игра была разработана в целях обеспечения психологической подготовки космонавтов, отработки у будущих членов экипажей космических кораблей навыков принятия индивидуальных и групповых решений. Игра эффективна для развития командного взаимодействия.

#### Методика проведения

Перед началом игры каждому участнику предлагается на отдельном листе бумаги сделать заготовку таблицы, в которой будут размещены одна широкая (для записи предлагаемых ведущим 14 наименований предметов) и пять узких (для оценки участниками степени значимости предметов) колонок.

Наименование предметов	1	2	3	4	5
10 м нейлонового шнура			10		
Коробок спичек			12		
Пищевые концентраты			7		
Приёмпередатчик			4		
Магнитный компас			14		
Карта звёздного неба			3		
Медицинская аптечка			6		
100 л воды			2		
Самонадувная резиновая лодка			11		
Нейлоновый купол парашюта			9		
Сухое молоко			8		
Сигнальные ракеты			5		
Переносной обогреватель на батареях			13		
2 баллона с кислородом			1		



Участники игры должны представить, что они летят на космическом корабле на одну из планет Солнечной системы. Корабль терпит крушение. Экипажу удалось посадить корабль на неизвестной планете, остаться в живых и спасти следующий набор предметов. Ведущий диктует названия данных предметов, участники записывают их в широкую колонку слева.

Затем участники принимают индивидуальное решение по определению степени жизненной важности для них, как членов экипажа, уцелевших предметов и указывают их ранговые значения от 1 (самый важный) до 14 (совершенно не важный) в колонке № 1.

Далее все участники объединяются в команды по своим предпочтениям и путём обсуждения принимают командное решение относительно важности данных предметов (результаты размещают в колонке № 5).

После завершения ранжирования целесообразно провести обсуждение командных результатов. Затем ведущий комментирует, каким должен быть оптимальный вариант решения (эталонный ряд), и предлагает внести его в колонку № 3. В колонку № 2 выставляется разница значений между эталонным и индивидуальным решениями, в колонку № 4 — разница между эталонным и командным решениями. Подсчитываются суммарные значения по колонкам № 2 и № 4. Это показатели штрафных баллов, которые в среднем не должны превышать значение 25.

Существенное превышение значения штрафных баллов по командному решению — признак несработанности, несогласованности действий её членов. Если у отдельных членов команды штрафных баллов меньше, чем в общеконандном результате, это означает, что они не смогли отстоять своё мнение, не были убедительны и, значит, не услышаны.

Ведущий предлагает проанализировать и обсудить полученные результаты в контексте эффектов командообразования.

## Приложение 7

### Диагностика ценностей (методика К. Шварца и У. Билски в интерпретации О. А. Тихоманрицкой и Е. М. Дубовской)

**Инструкция.** Вам нужно ответить на вопрос: «Какие ценности важны для меня как руководящие принципы моей жизни и какие ценности менее важны для меня?». Вам предложен список ценностей из различных культур. В скобках приведено объяснение каждой ценности.

Ваша задача заключается в том, чтобы оценить степень важности каждой ценности как руководящего принципа Вашей жизни.

Используйте оценочную шкалу отметок от  $-1$  до  $7$ .

Чем выше отметка ( $-1$ ,  $0$ ,  $1$ ,  $2$ ,  $3$ ,  $4$ ,  $5$ ,  $6$ ,  $7$ ), тем более важной данная ценность является для Вас. Можно примерно ориентироваться на следующие значения отметок:

- ✓ отметка « $-1$ » характеризует ценности, противоположные Вашим принципам;
- ✓ отметка « $0$ » означает, что ценность совершенно не важна, не является руководящим принципом Вашей жизни;
- ✓ отметка « $3$ » означает, что ценность важна;
- ✓ отметка « $6$ » означает, что ценность очень важна;
- ✓ отметка « $7$ » характеризует ценности высшей значимости (обычно таких ценностей не должно быть более двух).

Перед каждой ценностью в списке поставьте номер, указывающий важность этой ценности лично для Вас. Постарайтесь различать ценности (насколько это возможно), используя все номера — от  $-1$  до  $7$ .

Как руководящий принцип моей жизни эта ценность является:

Противоположной моим принципам	Неважной	Важной					Очень важной	Ценностью высшей значимости
$-1$	$0$	1	2	3	4	5	$6$	$7$

Для начала просмотрите ценности из списка, выберите одну — ту, которая является самой важной для Вас, и оцените её значимость (отметка « $7$ »).

Далее выберите ценность, которая наиболее противоречит Вашим принципам, и оцените её (отметка «-1»). Если нет такой ценности, выберите ценность, наименее важную для Вас, и оцените её отметкой «0» или «1» в соответствии с её значимостью. Затем оцените все остальные ценности из списка.

### **Список ценностей**

1. **Равенство** (одинаковые возможности для всех).
2. **Согласие с самим собой** (мир внутри себя).
3. **Социальная власть** (господство над другими людьми).
4. **Наслаждения** (удовлетворение всех желаний).
5. **Свобода** (свобода действий и мыслей).
6. **Духовность** (доминирование духовной, а не материальной стороны жизни).
7. **Забота о себе** (постоянное поддержание своего физического и психического состояния).
8. **Социальный порядок** (стабильность общества).
9. **Насыщенность жизни** (интересная, наполненная жизнь).
10. **Осмысленность существования** (наличие жизненной цели).
11. **Вежливость** (обходительность, воспитанность).
12. **Богатство** (собственность, имущество, деньги).
13. **Национальная безопасность** (защищённость государства от врагов).
14. **Самоуважение** (вера в собственную значимость).
15. **Чувство благодарности** (признательность за оказанную услугу, внимание, помощь).
16. **Творчество** (уникальность, воображение, вера в свои творческие способности).
17. **Мир на земле** (отсутствие войн и конфликтов).
18. **Традиции** (сохранение обычаев).
19. **Большая настоящая любовь** (глубокая эмоциональная и духовная близость с человеком).
20. **Самодисциплина** (сдержанность, борьба с искушениями).
21. **Неприкосновенность внутреннего мира** (право на тайну личной жизни).
22. **Безопасность семьи** (защищённость близких).
23. **Социальное признание** (уважение, одобрение другими).
24. **Единение с природой** (ощущение тесной связи с природой).
25. **Разнообразная жизнь** (постоянные перемены, жизнь, насыщенная увлечениями, событиями).
26. **Мудрость** (зрелое, глубокое понимание жизни).

27. **Власть** (право управлять людьми).
28. **Верная дружба** (близкие, надёжные друзья).
29. **Эстетическое наслаждение** (умение видеть красоту природы, красоту мира).
30. **Социальная справедливость** (защита прав людей, забота о слабых).
31. **Самостоятельность** (уверенность в себе, самодостаточность).
32. **Умеренность** (избегание крайностей).
33. **Преданность** (верность друзьям, группе).
34. **Целеустремлённость** (настойчивость в достижении цели).
35. **Широта взглядов** (свобода в понимании идей, мнений других людей).
36. **Смирение** (скромность, почтительность).
37. **Отвага** (поиск приключений, риска, опасности).
38. **Защита окружающей среды** (охрана природы).
39. **Влиятельность** (воздействие на людей и события).
40. **Уважение старших** (почтение к возрасту).
41. **Самостоятельная постановка цели** (целенаправленность).
42. **Здоровье** (физическое и психическое).
43. **Компетентность, профессионализм** (умение работать, эффективность).
44. **Принятие жизни такой, какая она есть** (приспособление к жизненным обстоятельствам).
45. **Честность** (неподдельность, искренность).
46. **Репутация** (сохранение своего лица).
47. **Послушание** (обязательность, исполнительность).
48. **Интеллект** (логичность, умение думать).
49. **Доброжелательность** (проявление участия, доброго отношения).
50. **Жизнерадостность** (способность радоваться жизни).
51. **Благочестие** (следование религиозным верованиям и убеждениям).
52. **Ответственность** (надёжность).
53. **Любознательность** (интерес ко всему).
54. **Снисходительность** (терпимость к недостаткам).
55. **Успех** (достижение целей).
56. **Опрятность** (аккуратность).
57. **Потворствование себе, самоснисхождение** (некритичное отношение к своим поступкам, поведению).
58. **Религиозность** (вера в бога).

### Ключ для обработки результатов

Тип ценностей	Номера ценностей опросника
1. САМОРЕГУЛЯЦИЯ	31; 41; 10; 34; 55; 52; 26
2. СТИМУЛИРОВАНИЕ	25; 37; 35; 16; 50; 5; 53
3. ГЕДОНИЗМ	4; 57; 56; 7
4. ДОСТИЖЕНИЯ	43; 48; 42; 9; 14; 46
5. ВЛАСТЬ	3; 12; 27; 39; 23
6. БЕЗОПАСНОСТЬ	8; 13; 22; 17; 18; 30; 1
7. КОНФОРМНОСТЬ	20; 40; 11; 47; 32; 36; 45; 44
8. ТРАДИЦИИ	51; 58; 6; 49; 24; 38; 15
9. БЛАГОСКЛОННОСТЬ	19; 28; 33; 29; 54
10. САМООРИЕНТАЦИЯ	2; 21

### Структура отношений мотивационных типов

Группа ценностей	Тип ценностей
Ценности САМООПРЕДЕЛЕНИЯ	САМОРЕГУЛЯЦИЯ
	СТИМУЛИРОВАНИЕ
Ценности САМОВОЗВЫШЕНИЯ	ГЕДОНИЗМ
	ДОСТИЖЕНИЯ
	ВЛАСТЬ
Ценности СОХРАНЕНИЯ	БЕЗОПАСНОСТЬ
	КОНФОРМНОСТЬ
	ТРАДИЦИИ
Ценности УНИВЕРСАЛИЗМА	БЛАГОСКЛОННОСТЬ
	САМООРИЕНТАЦИЯ

## Приложение 8

### Тест-опросник измерения мотивации достижения (методика А. Мехрабиана в модификации М. Ш. Эминова)

**Цель:** диагностика двух обобщённых устойчивых мотивов личности: мотива стремления к успеху и мотива избегания неудачи. При этом оценивается, какой из двух мотивов у испытуемого доминирует.

Методика применяется для диагностики мотивации достижения у старшеклассников и студентов.

Тест представляет собой опросник, имеющий две формы — мужскую (форма А) и женскую (форма Б).

**Инструкция.** Тест состоит из ряда утверждений, касающихся отдельных сторон характера, а также мнений и чувств по поводу некоторых жизненных ситуаций. Чтобы оценить степень Вашего согласия или несогласия с каждым из утверждений, используйте следующую шкалу.

+3 — полностью согласен;	–1 — скорее не согласен, чем согласен;
+2 — согласен;	–2 — не согласен;
+1 — скорее согласен, чем не согласен;	–3 — абсолютно не согласен.
0 — нейтрален;	

Прочтите утверждение теста и оцените степень своего согласия (несогласия). На бланке ответов напротив номера утверждения поставьте число, которое соответствует степени Вашего согласия (+3, +2, +1, 0, –1, –2, –3). Давайте тот ответ, который первым приходит в голову. Не тратьте время на его обдумывание.

При обработке результатов производится подсчёт баллов по определённой системе, а не анализ содержания отдельных ответов.

#### Тест-опросник (форма А)

1. Я больше думаю о получении хорошей оценки, чем опасаясь получения плохой.

2. Если бы я должен был выполнить сложное, незнакомое мне задание, то предпочёл бы сделать его вместе с кем-нибудь, чем трудиться над ним в одиночку.

3. Я чаще берусь за трудные задачи, даже если не уверен, что смогу их решить, чем за лёгкие, которые знаю, что решу.

4. Меня больше привлекает дело, которое не требует напряжения и в успехе которого я уверен, чем трудное дело, в котором возможны неожиданности.

5. Если бы у меня что-то не выходило, я скорее приложил бы все силы, чтобы с этим справиться, чем перешёл к тому, что у меня может хорошо получиться.

6. Я предпочёл бы работу, в которой мои функции чётко определены и зарплата выше средней, работе со средней зарплатой, в которой я должен сам определять свою роль.

7. Я трачу больше времени на чтение специальной литературы, чем художественной.

8. Я предпочёл бы важное трудное дело, хотя вероятность неудачи в нём равна 50 %, делу достаточно важному, но нетрудному.

9. Я скорее выучу развлекательные игры, известные большинству людей, чем редкие игры, которые требуют мастерства и известны немногим.

10. Для меня очень важно делать свою работу как можно лучше, даже если из-за этого у меня возникают трения с товарищами.

11. Если бы я собрался играть в карты, то скорее сыграл бы в развлекательную игру, чем в трудную, требующую размышлений.

12. Я предпочитаю соревнования, где я сильнее других, тем, где все участники приблизительно равны по силам.

13. В свободное от работы время я овладею какой-нибудь игрой скорее для развития своих умений, чем для отдыха и развлечений.

14. Я скорее предпочту сделать какое-то дело так, как я считаю нужным, пусть даже с 50 % риска ошибиться, чем делать его, как мне советуют другие.

15. Если бы мне пришлось выбирать, то я скорее выбрал бы работу, в которой начальная зарплата будет 1500 руб. и может остаться в таком размере неопределённое время, чем работу, в которой начальная зарплата равна 1200 руб. и есть гарантия, что не позднее чем через 5 лет я буду получать более 3000 руб.

16. Я скорее стал бы играть в команде, чем соревноваться один на один.

17. Я предпочитаю работать, не щадя сил, пока полностью не удовлетворюсь полученным результатом, чем стремлюсь закончить дело побыстрее и с меньшим напряжением.

18. На экзамене я предпочёл бы конкретные вопросы по пройденному материалу вопросам, требующим для ответа высказывания своего мнения.

19. Я скорее выбрал бы дело, в котором имеется некоторая вероятность неудачи, но есть и возможность достигнуть большего, чем такое, в котором моё положение не ухудшится, но и существенно не улучшится.

20. После успешного ответа на экзамене я скорее с облегчением вздохну («Пронесло!»), чем порадуюсь хорошей оценке.



21. Если бы я мог вернуться к одному из двух незавершённых дел, то я скорее вернулся бы к трудному, чем к лёгкому.

22. При выполнении контрольного задания я больше беспокоюсь о том, как бы не пропустить какую-нибудь ошибку, чем думаю о том, как правильно его решить.

23. Если у меня что-то не выходит, я лучше обращусь к кому-либо за помощью, чем стану сам продолжать искать выход.

24. После неудачи я скорее становлюсь ещё более собранным и энергичным, чем теряю всякое желание продолжать дело.

25. Если есть сомнение в успехе какого-либо начинания, то я скорее не стану рисковать, чем всё-таки приму в нём активное участие.

26. Когда я берусь за трудное дело, я скорее опасаюсь, что не справлюсь с ним, чем надеюсь, что оно получится.

27. Я работаю эффективнее под чьим-то руководством, чем когда несу за свою работу личную ответственность.

28. Мне больше нравится выполнять сложное незнакомое задание, чем задание знакомое, в успехе которого я уверен.

29. Я работаю продуктивнее над заданием, когда мне конкретно указывают, что и как выполнять, чем когда передо мной ставят задачу лишь в общих чертах.

30. Если бы я успешно решил какую-то задачу, то с бóльшим удовольствием взялся бы ещё раз решить аналогичную задачу, чем перешёл бы к задаче другого типа.

31. Когда нужно соревноваться, у меня скорее возникает интерес и азарт, чем тревога и беспокойство.

32. Пожалуй, я больше мечтаю о своих планах на будущее, чем пытаюсь их реально осуществить.

### **Тест-опросник (форма Б)**

1. Я больше думаю о получении хорошей оценки, чем опасаюсь получения плохой.

2. Я чаще берусь за трудные задачи, даже если не уверена, что смогу их решить, чем за лёгкие, которые знаю, что решу.

3. Меня больше привлекает дело, которое не требует напряжения и в успехе которого я уверена, чем трудное дело, в котором возможны неожиданности.

4. Если бы у меня что-то не выходило, я скорее приложила бы все силы, чтобы с этим справиться, чем перешла бы к тому, что у меня может хорошо получиться.

5. Я предпочла бы работу, в которой мои функции чётко определены и зарплата выше средней, работе со средней зарплатой, в которой я сама должна определять свою роль.

6. Более сильные переживания у меня вызываются страхом неудачи, чем надеждой на успех.

7. Научно-популярную литературу я предпочитаю литературе развлекательного жанра.

8. Я предпочла бы важное трудное дело, где вероятность неудачи равна 50 %, делу достаточно важному, но нетрудному.

9. Я скорее выучу развлекательные игры, известные большинству людей, чем редкие игры, которые требуют мастерства и известны немногим.

10. Для меня очень важно делать свою работу как можно лучше, даже если из-за этого у меня возникают трения с товарищами.

11. После успешного ответа на экзамене я скорее с облегчением вздохну, что «пронесло», чем порадуюсь хорошей оценке.

12. Если бы я собралась играть в карты, то скорее сыграла бы в развлекательную игру, чем в трудную, требующую размышлений.

13. Я предпочитаю соревнования, где я сильнее других, тем, где все участники приблизительно равны по силам.

14. После неудачи я скорее становлюсь ещё более собранной и энергичной, чем теряю всякое желание продолжать дело.

15. Неудачи отравляют мою жизнь больше, чем приносят радость успехи.

16. В новых неизвестных ситуациях у меня скорее возникают волнение и беспокойство, чем интерес и любопытство.

17. Я скорее попытаюсь приготовить новое интересное блюдо, хотя оно может плохо получиться, чем стану готовить привычное блюдо, которое обычно хорошо получается.

18. Я скорее займусь чем-то приятным и необременительным, чем стану выполнять что-то, как мне кажется, стоящее, но не очень увлекательное.

19. Я скорее потрачу всё своё время на осуществление одного дела, чем постараюсь выполнить быстро за это же время два-три дела.

20. Если я заболела и вынуждена остаться дома, то я использую время скорее для того, чтобы расслабиться и отдохнуть, чем почитать и поработать.

21. Если бы я жила с несколькими девушками в одной комнате и мы решили устроить вечеринку, я предпочла бы сама организовать её, чем поручить это кому-то другому.

22. Если у меня что-то не выходит, я лучше обращаюсь к кому-то за помощью, чем стану сама продолжать искать выход.

23. Когда нужно соревноваться, у меня скорее возникают интерес и азарт, чем тревога и беспокойство.

24. Когда я берусь за трудное дело, я скорее опасуюсь, что не справлюсь с ним, чем надеюсь, что оно получится.

25. Я работаю эффективнее под чьим-то руководством, чем тогда, когда несу за свою работу личную ответственность.

26. Мне больше нравится выполнять сложное незнакомое задание, чем задание знакомое, в успехе которого я уверена.

27. Если бы я успешно решила какую-то задачу, то с бóльшим удовольствием взялась бы решать ещё раз аналогичную, чем перешла бы к задаче другого типа.

28. Я работаю продуктивнее над заданием, когда передо мной ставят задачу лишь в общих чертах, чем когда мне конкретно указывают, что и как выполнять.

29. Если при выполнении важного дела я допускаю ошибку, то чаще я теряюсь и впадаю в отчаяние, чем быстро беру себя в руки и пытаюсь исправить положение.

30. Пожалуй, я больше мечтаю о своих планах на будущее, чем пытаюсь их реально осуществить.

### Процедура подсчёта суммарного балла

Для определения суммарного балла необходимо воспользоваться следующей процедурой.

Ответам испытуемых на прямые пункты опросника (отмечены знаком «+» в ключе) приписываются баллы на основе данного соотношения:

-3	-2	-1	0	1	2	3
1	2	3	4	5	6	7

Ответам испытуемых на обратные пункты опросника (отмечены знаком «-» в ключе) приписываются баллы на основе данного соотношения:

-3	-2	-1	0	1	2	3
7	6	5	4	3	2	1

**Ключ к мужской форме:** +1, -2, +3, -4, +5, -6, +7, +8, -9, +10, -11, -12, +13, +14, -15, -16, +17, -18, +19, -20, +21, -22, -23, +24, -25, -26, -27, +28, +29, -30, +31, -32.

**Ключ к женской форме:** +1, +2, -3, +4, -5, -6, +7, +8, -9, +10, -11, -12, -13, +14, -15, -16, +17, -18, +19, -20, +21, -22, +23, -24, -25, +26, -27, +28, -29, -30.

На основе подсчёта суммарного балла определяют, какая мотивационная тенденция у испытуемого доминирует. Баллы всей выборки испытуемых, участвующих в эксперименте, ранжируют и выделяют две контрастные группы: верхние 27 % выборки характеризуются мотивом стремления к успеху, а нижние 27 % — мотивом избегания неудачи.

## Приложение 9

### Оценка коммуникативных и организаторских способностей (КОС-1) (методика В. В. Синявского и Б. А. Федоришина)

Методика рассчитана на испытуемых в возрасте от 12 до 17 лет.

**Инструкция.** Вам надо внимательно проследить за тем, чтобы номер вопроса и номер клетки, куда Вы записали свой ответ, совпадали. Заполняя лист ответов, имейте в виду, что вопросы коротки и не могут содержать всех необходимых подробностей. Представьте себе типичные ситуации и не задумывайтесь над деталями. Не следует много времени тратить на обдумывание, отвечайте быстро. Возможно, на некоторые вопросы Вам будет трудно ответить. К примеру, Вам надо ответить на вопрос: «Правда ли, что Вам не нравится заниматься математикой?» Если Вам действительно не нравится заниматься математикой, то Вы сначала для себя ответьте на вопрос так: «Да, это правда». Следовательно, в листе ответов Вы поставите «+». Если Вам нравится заниматься, то на вопрос «Правда ли, что Вам не нравится заниматься математикой?» Вы ответите отрицательно: «Нет, неправда». В таком случае в листе ответов поставьте «-». Отвечая на вопросы, не стремитесь произвести заведомо благоприятное впечатление своими ответами. Свободно выражайте своё мнение. Плохих или хороших ответов здесь нет. Постарайтесь ответить на все вопросы.

#### Лист вопросов

1. Много ли у Вас друзей, с которыми Вы постоянно общаетесь?
2. Часто ли Вам удаётся склонить большинство своих товарищей к принятию ими Вашего решения?
3. Долго ли Вас беспокоит чувство обиды, причинённой Вам кем-то из Ваших товарищей?
4. Всегда ли Вам трудно ориентироваться в критической ситуации?
5. Есть ли у Вас стремление к установлению новых знакомств с различными людьми?
6. Нравится ли Вам заниматься общественной работой?
7. Верно ли, что Вам приятнее и проще проводить время с книгой или за каким-либо другим занятием, чем с людьми?
8. Если возникли некоторые помехи в осуществлении Ваших намерений, то легко ли Вы отступаете от них?
9. Легко ли Вы устанавливаете контакты с людьми, которые значительно старше Вас по возрасту?
10. Любите ли организовывать и придумывать со своими товарищами различные игры и развлечения?

11. Трудно ли Вам включаться в новые компании?
12. Часто ли Вам удаётся устанавливать контакты с незнакомыми людьми?
13. Легко ли Вам удаётся устанавливать контакты с незнакомыми людьми?
14. Стремитесь ли Вы добиться, чтобы ваши товарищи действовали в соответствии с Вашим мнением?
15. Трудно ли Вам освоиться в новом коллективе?
16. Верно ли, что у Вас не бывает конфликтов с Вашими товарищами из-за невыполнения ими своих обещаний, обязательств, обязанностей?
17. Стремитесь ли Вы при удобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?
18. Часто ли в решении дел Вы принимаете инициативу на себя?
19. Раздражают ли Вас окружающие люди и хочется ли Вам побыть одному?
20. Правда ли, что Вы обычно плохо ориентируетесь в незнакомой обстановке?
21. Нравится ли Вам постоянно находиться среди людей?
22. Возникает ли у Вас раздражение, если Вам не удаётся закончить начатое дело?
23. Испытываете ли Вы чувство затруднения, неудобства или стеснения, если приходится проявить инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?
24. Правда ли, что Вы утомляетесь от частого общения с товарищами?
25. Любите ли Вы участвовать в коллективных играх?
26. Часто ли Вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы Ваших товарищей?
27. Правда ли, что Вы чувствуете себя неуверенно среди малознакомых Вам людей?
28. Верно ли, что Вы редко стремитесь к доказательству своей правоты?
29. Полагаете ли Вы, что Вам не представляет особого труда внести оживление в малознакомую компанию?
30. Принимали ли Вы участие в общественной работе в школе, классе, группе?
31. Стремитесь ли Вы ограничить круг своих знакомых небольшим количеством людей?
32. Верно ли, что Вы не стремитесь отстаивать своё мнение или решение, если оно не было сразу принято Вашими товарищами?
33. Чувствуете ли Вы себя непринуждённо, попав в незнакомую компанию?
34. Охотно ли Вы приступаете к организации мероприятий для своих товарищей?
35. Правда ли, что Вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?

36. Часто ли Вы опаздываете на деловые встречи, свидания?  
 37. Верно ли, что у Вас много друзей?  
 38. Часто ли Вы оказываетесь в центре внимания у своих друзей?  
 39. Часто ли Вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми людьми?  
 40. Правда ли, что Вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы людей?

### Обработка данных

Для числовой обработки данных используются дешифраторы, в которых поставлены эталонные ответы, отражающие очень высокий уровень коммуникативных (К) и организаторских (О) способностей (табл. 1).

**Таблица 1 — Дешифраторы эталонных ответов**

К — коммуникативные способности							
1	+	11	–	21	+	31	–
2		12		22		32	
3	–	13	+	23	–	33	+
4		14		24		34	
5	+	15	–	25	+	35	–
6		16		26		36	
7	–	17	+	27	–	37	+
8		18		28		38	
9	+	19	–	29	+	39	–
10		20		30		40	
О — организаторские способности							
1	–	11	+	21	–	31	+
2		12		22		32	
3	+	13	–	23	+	33	–
4		14		24		34	
5	–	15	+	25	–	35	+
6		16		26		36	
7	+	17	–	27	+	37	–
8		18		28		38	
9	–	19	+	29	–	39	+
10		20		30		40	

Обработка материалов проста и проводится следующим образом. С помощью дешифраторов, которые накладываются поочерёдно на лист ответов, подсчитывается число совпадающих с дешифратором ответов по каждому разделу методики. Оценочный коэффициент ( $T$ ) коммуникативных и организаторских способностей выражается отношением числа совпадающих ответов по каждому разделу к максимально возможному числу совпадений (20). При этом удобно использовать простую формулу:

$$T = c/20,$$

где  $T$  — оценочный коэффициент,  $c$  — число совпадающих с дешифратором ответов.

Показатели, полученные по этой методике, могут варьироваться от 0 до 1. Показатели, близкие к 1, свидетельствуют о высоком уровне проявления коммуникативных и организаторских способностей, близкие к 0 — о низком уровне (табл. 2 и 3).

Оценочный коэффициент ( $T$ ) — это первичная числовая характеристика материалов. Для качественной стандартизации результатов используются шкалы оценок, в которых тому или иному диапазону числовых показателей  $T$  соответствует определённая оценка.

**Таблица 2 — Шкала оценки коммуникативных способностей**

$T$	Оценка	Уровень проявления коммуникативных способностей
0,10 — 0,45	1	Низкий
0,46 — 0,55	2	Ниже среднего
0,56 — 0,65	3	Средний
0,66 — 0,75	4	Высокий
0,76 — 1,00	5	Очень высокий

**Таблица 3 — Шкала оценки организаторских способностей**

$T$	Оценка	Уровень проявления организаторских способностей
0,20 — 0,55	1	Низкий
0,56 — 0,65	2	Ниже среднего
0,66 — 0,70	3	Средний
0,71 — 0,80	4	Высокий
0,81 — 1,00	5	Очень высокий

### Классификатор теста

Испытуемые, получившие оценку «1», характеризуются крайне низким уровнем проявления способностей к коммуникативно-организаторской деятельности.

У испытуемых, получивших оценку «2», развитие коммуникативных и организаторских способностей находится на уровне ниже среднего. Они не стремятся к общению, чувствуют себя скованно в новой компании, коллективе, предпочитают проводить время наедине с собой, ограничивают свои знакомства, испытывают трудности в установлении контактов с людьми и выступлении перед аудиторией, плохо ориентируются в незнакомой ситуации, не отстаивают своё мнение, тяжело переживают обиды. Проявление инициативы в общественной деятельности крайне низкое, во многих делах они предпочитают избегать принятия самостоятельных решений.

Для испытуемых, получивших оценку «3», характерен средний уровень проявления коммуникативных и организаторских способностей. Обладая в целом средними показателями, они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомых, отстаивают своё мнение, планируют свою работу. Однако потенциал этих способностей не отличается высокой устойчивостью. Эта группа испытуемых нуждается в дальнейшей серьёзной и планомерной воспитательной работе по формированию и развитию их коммуникативных и организаторских способностей.

Испытуемые, получившие оценку «4», отнесены к группе с высоким уровнем проявления коммуникативных и организаторских способностей. Они не теряются в новой обстановке, быстро находят друзей, постоянно стремятся расширить круг знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации. Всё это они делают не по принуждению, а согласно внутренним устремлениям.

Испытуемые, которые получили оценку «5», обладают очень высоким уровнем проявления коммуникативных и организаторских способностей. Они испытывают потребность в коммуникативно-организаторской деятельности и стремятся к участию в ней. Для них характерны быстрая ориентация в трудных ситуациях, непринуждённость поведения в новом коллективе. Испытуемые этой группы инициативны, предпочитают в важном деле или сложной ситуации принимать самостоятельные решения, отстаивать своё мнение и добиваются, чтобы оно было принято товарищами. Они могут внести оживление в незнакомую компанию, любят организовывать различные игры, мероприятия, настойчивы в деятельности, которая их привлекает.





3. Неверно. Хороший лидер должен быть замечен. Исследования показали, что присутствие лидера придаёт уверенность членам команды и поднимает их дух. Нельзя быть одиноким волком и вожаком стаи одновременно.

4. Верно. Руководство, по крайней мере на работе, — это улица с двусторонним движением. Чтобы добиться успеха, нужно находить общий язык со своим начальством. Консультант по менеджменту П. Друкер считает, что честолюбивый лидер должен использовать своего шефа как «источник достижений, благодеяний и личного успеха».

5. Неверно. Если Вы пробились наверх, не думайте, что у Вас на всё будет готовый ответ. Даже наиболее удачливые лидеры в армии, спорте, политике и т. д. порой пребывают в нерешительности.

6. Неверно. По сравнению с умом и способностями к убеждению превосходство — менее важное качество. Исследования показывают, что суть лидерства — в межличностном влиянии, которое реализуется через общение.

7. Неверно. Хотя у некоторых исторических личностей и была заурядная внешность (Наполеон, Ганди), но это скорее исключение, чем правило. Те, кто пробивается наверх, обычно физически более привлекательны. Они более энергичны, выше ростом и лучше выглядят, чем их коллеги.

8. Неверно. Люди, способные управлять действиями других, склонны к конкретности. Они предпочитают произведения, основанные на фактах, придуманным историям. Если они и читают художественную литературу, то выбирают книги, в которых нужно раскрыть тайну.

9. Неверно. Упрямство не может повести за собой. Хорошие руководители стремятся к гармонии. Они склонны к демократии, хотя это замедляет принятие решения и приходится выслушать все стороны, чтобы узнать, почему кто-то возражает. После этого они пересматривают решение, приходя к компромиссу между своими взглядами и мнением окружающих.

10. Неверно. Не расстраивайтесь, если кто-то из Ваших подчинённых сообщает быстрее Вас. Исследования показали, что для лидера не так важна способность быстро принимать решения, как здравый смысл и умение всё хорошо продумать, прежде чем начать действовать.

### **Ключ к тесту**

*От 8 до 10 правильных ответов:* из Вас получится отличный лидер. Вы чутко относитесь к нуждам подчинённых, и если Вы до сих пор не руководитель фирмы, то только потому, что работаете не в полную силу.

*От 4 до 7 правильных ответов:* у Вас средние лидерские способности. Как и многие другие в этой категории, Вы сможете чего-то добиться, если приложите определённые усилия к самоорганизации и развитию своих качеств.

*От 0 до 3 правильных ответов:* Вам не водить полки в атаку. Это не значит, что Вы не сможете добиться своей цели, но Вам придётся нелегко, если для её достижения понадобится кем-то руководить. Вам лучше работать самостоятельно или в коллективе, а не начальником.

# Приложение 11

## Тест «Можете ли Вы быть предпринимателем?»

Опросник разработан на основе одного из американских руководств по малому бизнесу.

**Инструкция.** В каждой из горизонтальных граф найдите ту характеристику, которая, на Ваш взгляд, более всего Вам подходит. Пометьте её числом, соответствующим каждой вертикальной колонке (4, 3, 2, 1).

### Самооценка предпринимательских качеств

Качества	4	3	2	1
Инициатива	Ищет дополнительные задачи, очень активный	Находчив, смелый при выполнении задания	Выполняет необходимый объём работ без указаний руководства	Безынициативный, ждёт указаний
Отношение к другим	Позитивный, дружелюбный по отношению к людям	Приятный в общении, вежливый	Иногда с ним трудно работать	Сварливый и некоммуникабельный
Лидерство	Сильный, внушает уверенность и доверие	Умело отдаёт эффективные приказы	Ведущий	Ведомый
Ответственность	Проявляет ответственность при выполнении поручений	Соглашается с поручениями (хотя и не без протеста)	Неохотно соглашается с поручениями	Уклоняется от любых поручений
Организаторские способности	Очень способный в убеждении людей и выстраивании фактов в логическом порядке	Способный организатор	Имеет средние организаторские способности	Плохой организатор
Решительность	Быстрый и точный	Основательный и осторожный, осмотрительный	Быстрый, но часто делает ошибки	Сомневающийся и боязливый
Упорство	Целеустремлённый, его нелегко обескуражить	Предпринимает постоянные усилия	Имеет средний уровень упорства и решимости	Упорство практически не свойственно

После суммирования чисел оценка Вашего потенциала владения и управления собственным делом может быть: отличной (25–28), очень хорошей (21–24), хорошей (17–20), средней (13–16), низкой (12 и меньше).

Если у человека обнаружатся некоторые слабости, но сохраняется сильное желание иметь своё дело и быть предпринимателем, то, по американским канонам предпринимательства, это желание вполне осуществимо. Но для этого необходимо подбирать команду и своих партнёров таким образом, чтобы они компенсировали Ваши слабости. Например, у Вас не очень высокие оценки по организаторским способностям в сравнении с другими. Значит, в Вашей команде должен быть кто-то с соответствующими сильными качествами.

# Приложение 12

## Тренинг «Командообразование»

*Цели* — усвоить навыки взаимодействия в команде, изучить основные процессы командного взаимодействия.

*Задачи:*

- 1) анализ композиционной структуры команды;
- 2) изучение основных динамических процессов команды как малой группы;
- 3) выявление потенциала команды, сплочённости и нацеленности на результат членов команды;
- 4) изучение способностей команды к организационным изменениям;
- 5) обучение навыкам работы в команде.

Количество участников: от 10 до 30 человек.

Время: 2 часа 40 минут.

*Организация:* комната с двумя оборудованными рабочими местами (два стола, за которыми участники смогут сидеть по кругу).

### **Задание 1. «Команда»**

*Цели* — сплочение участников, распределение социальных ролей, выявление внутреннего ресурса.

**Инструкция.** Через 6 минут Вам необходимо будет ответить на вопрос: «Для чего нужна ваша команда?»

*Комментарий (обсуждение):* сначала необходимо ответить на такие вопросы, как:

- ✓ Что такое команда?
- ✓ Из кого состоит команда?
- ✓ Что характеризует команду?
- ✓ Чем команда отличается от других объединений людей?

Задание способствует интенсивному и эффективному сплочению членов команды. Кроме этого, выстраивается взаимодействие и взаимозависимость участников разных команд, акцентируется внимание на внутреннем и внешнем потенциале команды. Руководитель занятия подводит итог дискуссии и резюмирует основные выводы. Это повторяется после каждого задания и служит элементом, связывающим все задания в единую конструкцию.

### **Задание 2. «Целеполагание»**

*Цель* — определение ценностно-ориентационного единства команды.

**Инструкция.** Через 6 минут Вам необходимо будет ответить на два следующих вопроса:

1. Каких целей может достичь ваша команда?
2. Каких целей может достичь другая команда?

*Комментарий (обсуждение):* необходимо разграничить и объяснить участникам виды целеполагания.

1. Претенциозное целеполагание. Команда может выдвигать цели, которые маловероятно достижимы, то есть притязания команды не сопоставляются с её возможностями. С одной стороны, это имеет отрицательные последствия, так как вызывает тревожность и неуверенность в коллективных силах. С другой стороны, такой подход является положительным в плане мотивирования на деятельность и задействования дополнительного потенциала, эмоционального и делового резерва.

2. Сдержанное целеполагание. Команда выбирает чёткие цели, рационально рассчитывает силы. Плюсом является то, что члены команды реально представляют цель и способы её достижения. Обычно такая команда отличается чётким планированием, распределением обязанностей между участниками. Но в то же время её деятельность будет малоэффективной в перспективном развитии, возможны процессы торможения. Данная разновидность команды обычно настороженно воспринимает инновации, организационные изменения, внешнее управление и внекомандное взаимодействие.

3. Взвешенное целеполагание. Основное внимание обращается на согласованность возможностей команды, её потенциала, ресурса с задачами, которые команда ставит сама для себя. Отрицательным моментом может стать высокая степень заорганизованности команды, большая трата сил на организацию процесса, чем на его реализацию.

4. Зависимое целеполагание. При таком подходе в большей степени учитываются внешние обстоятельства. Цель разделяется с другим субъектом, устанавливается значительная социальная зависимость. Команда может искусственно ограничить себя в методах достижения цели, тратить лишний ресурс на согласование, разработку тактики и стратегии ведения деятельности. Но в целом команда, основывающаяся на эффективном социальном взаимодействии, является, как правило, более мобильной, устойчивой к изменяющимся условиям.

5. Независимое целеполагание. В данном случае цели определяются исходя из потребностей группы без учёта внешних факторов. Это создаёт определённую степень свободы в команде, благоприятный микроклимат для ведения совместной деятельности, но также может способствовать возникновению проблем во внегрупповом взаимодействии.

### **Задание 3. «Результат»**

Цель — формирование нацеленности на результат, мотивации деятельности.

**Инструкция.** Через 6 минут Вам необходимо будет ответить на два следующих вопроса:

1. Что необходимо вашей команде для достижения результата?
2. Какие действия для этого Вы намерены предпринять?

*Комментарий (обсуждение):* обсуждаются процесс достижения результата, возможные ошибки и неточности в тактиках и стратегии командной работы.

## Приложение 13

### **Проект образовательной программы повышения квалификации педагогических работников учреждений образования «Основы деятельности учебной бизнес-компании»**

#### **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Одним из обязательных условий успешной реализации новой образовательной практики «учебная бизнес-компания» (далее — УБК) является эффективное педагогическое руководство. В процесс обеспечения деятельности УБК должен быть вовлечён весь педагогический коллектив учреждения образования, начиная от его руководителя до членов педагогического совета. Особая роль отводится педагогическому работнику, куратору УБК, которому предстоит обеспечить опосредованное, косвенное руководство деятельностью по созданию и развитию учебной бизнес-компании. Отсюда актуальность формирования у педагогических работников, кураторов УБК, компетенций в сфере предпринимательства и организации деятельности УБК посредством повышения квалификации по образовательной программе «Основы деятельности учебной бизнес-компании».

Цели образовательной программы — освоение педагогическими работниками знаний о сущности предпринимательства как разновидности профессиональной деятельности и предприимчивости — интегральном личностном качестве, обуславливающем успешность в предпринимательстве; приобретение необходимых компетенций в сфере предпринимательства и организации деятельности учебной бизнес-компании.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

- ▼ изучить психологические, правовые, экономические и управленческие основы предпринимательской деятельности;
- ▼ овладеть методикой их изложения;
- ▼ освоить понятия «бизнес-идея», «бизнес-план», «презентация бизнес-идеи»;
- ▼ приобрести компетенции по регламентации и организации деятельности УБК, использованию технологий развития УБК, обоснованию бизнес-идеи, разработке бизнес-плана и презентации бизнес-идеи;
- ▼ защитить выпускную работу в форме бизнес-плана «Учебная бизнес-компания учреждения образования».

Изучение образовательной программы повышения квалификации рассчитано на 72 учебных часа, из них: 18 часов — лекции, 40 часов — практические занятия, 8 часов — деловые игры, 6 часов — круглые столы, тематические дискуссии. Итоговая аттестация осуществляется путём интерактивного опроса, а также подготовки и защиты выпускной работы в форме бизнес-плана «Учебная бизнес-компания учреждения образования». Учебная программа включает 2 раздела.

Раздел I. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства — 36 часов. Форма итоговой аттестации — интерактивный опрос — 4 часа.

Раздел II. Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию» — 36 часов. Форма итоговой аттестации — защита бизнес-плана «Учебная бизнес-компания учреждения образования» — 4 часа.

## **СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНОЙ БИЗНЕС-КОМПАНИИ»**

### **Раздел I. Теоретическая подготовка: осваиваем основы предпринимательства**

#### **1 ВВЕДЕНИЕ В КУРС**

Видение будущего Беларуси. В какой стране мы хотим жить и работать? Новая социальная реальность: экономическая турбулентность; становление рыночных отношений; смена патерналистской модели поведения личности на саморегулируемый тип. Трансформация требований к специалисту на современном рынке труда: ориентация работодателя не только на качество подготовки специалиста, но и на качество его личности. Актуализация экономического воспитания, деловой активности учащихся. Учебная бизнес-компания как новая образовательная практика освоения предпринимательства. Воспитательные возможности УБК:

- ▼ овладение учащимися сущностью предпринимательства как разновидности экономической деятельности, одного из ключевых элементов инновационной экономики;
- ▼ выявление лидерского потенциала и подготовка будущих управленцев для государственного и частного секторов экономики;
- ▼ развитие у учащихся практического опыта эффективного командообразования;
- ▼ формирование умений проектной деятельности;
- ▼ актуализация возможностей дополнительного образования детей и молодёжи в рамках деятельности шестого школьного дня;
- ▼ подготовка патриотичной, социально ответственной национальной предпринимательской прослойки.

## **2 Психологические аспекты предпринимательства**

### **2.1 Психологическая природа предпринимательства**

Психологическая сущность категории «предпринимательство». Психологическая структура предпринимательской деятельности. Психологическая характеристика функции предпринимательства. Влияние внешних и внутренних факторов на успешность предпринимательской деятельности. Мотивация предпринимательства. Творческий потенциал предпринимательской деятельности.

### **2.2 Личность и деятельность предпринимателя**

Успешно самореализующаяся личность — ключевое условие успешности в предпринимательской деятельности. Структура личностных характеристик успешного предпринимателя по А. Менегетти. Психологическая характеристика приоритетных требований к личности и деятельности предпринимателя: лидерский потенциал, мотивация достижений, способность принимать решения в ситуации неопределённости, интернальный локус контроля, профессиональная толерантность, готовность к риску.

Качества личности, противопоказанные предпринимателю (эмоциональная неуравновешенность, низкая самооценка, неуверенность в себе, внушаемость, чрезмерная пунктуальность).

### **2.3 Введение в командообразование. Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости»**

Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости». Анализ результативности деятельности в условиях индивидуальной и совместно распределённой деятельности. Оптимизация позиционирования команды. Формирование общекомандного способа взаимодействия. Формирование оптимального канала коммуникаций в команде.

### **2.4 Психология эффективного командообразования**

Сущность и назначение команды в реализации бизнес-идеи. Социально-психологические закономерности жизнедеятельности команды:

- ✓ общественная потребность функционирования;
- ✓ реализация комплекса социальных ролей;
- ✓ социальные ожидания и социальный контроль;
- ✓ референтность;
- ✓ благоприятный психологический климат.

Основные этапы становления и развития команды:

- ✓ комплектование;
- ✓ сплочение;
- ✓ позиционирование;
- ✓ достижение профессиональной и социальной зрелости.



Принципы эффективного командообразования:

- ✓ учёт специфики внешних и внутренних условий функционирования;
- ✓ устойчивость взаимодействия членов команды;
- ✓ мобильность;
- ✓ прозрачность принятия решений.

### **3 ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Виды предпринимательской деятельности, их особенности и сферы применения. Законодательство Республики Беларусь о предпринимательстве. Предпринимательские союзы и их функции. Формы организации предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности (ООО, ОДО, ЧУП, ОАО, ИП). Права, обязанности и ответственность предпринимателя в соответствии с действующим законодательством. Лицензирование предпринимательской деятельности. Защита интеллектуальной собственности. Разрешение споров в предпринимательской деятельности. Регистрация в качестве субъекта предпринимательской деятельности.

### **4 ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ФИНАНСЫ, БУХГАЛТЕРИЯ, НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ**

Основные финансовые ресурсы для предпринимателя. Основные оборотные средства организации. Бухгалтерский баланс, активы и пассивы. Основные статьи затрат. Постоянные и переменные затраты. Заработная плата. Выручка, прибыль, рентабельность, точка безубыточности. Принцип заполнения отчёта о прибылях и убытках. Амортизационные отчисления. Производственный и организационный планы. Калькуляция себестоимости. Прямые и косвенные налоги: УСН, НДС. Единый налог и упрощённая система налогообложения. Подоходный налог. Система льгот.

### **5 МАРКЕТИНГ**

Понятие «маркетинг». Сущность и содержание маркетинга.

Цели системы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, функции управления и контроля. Принципы маркетинга: изучение состояния и динамики потребительского спроса и рыночной конъюнктуры; максимальное приспособление производства к требованиям рынка; воздействие на рынок и потребительский спрос с помощью рекламы. Предпринимательская инициатива по разработке и осуществлению новых конкурентоспособных идей. Сущность понятий «бизнес-идея», «бизнес-план», «бизнес-презентация».

Реклама. Обсуждение на конкретных примерах преимуществ брендированных товаров. Символика бренда (логотип, слоган, торговый знак). Торговая марка и бренд как взаимодополняющие понятия.

## **6 МЕНЕДЖМЕНТ**

Модель современного менеджера. Стили управления и их эффективность. Кейс-метод. Организационная структура управления в малом и среднем предпринимательстве. Принятие управленческих решений. Вертикальный и горизонтальный принципы управления компанией. Оперативное и стратегическое управление. Тайм-менеджмент как система управления временем.

Понятие управленческой этики как совокупности моральных принципов и норм членов организации. Имидж организации. Корпоративная культура. Способы регуляции этических норм членов организации.

### **Раздел II. Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»**

#### **1 ПРАКТИКУМ «СОЗДАЁМ СВОЮ УЧЕБНУЮ БИЗНЕС-КОМПАНИЮ»**

##### **1.1 Что такое бизнес-идея и бизнес-план?**

Бизнес-идея — идея, нацеленная на получение нового продукта, востребованного на рынке товаров и услуг. Источники формирования бизнес-идеи и основные условия успешности её реализации. Методы генерирования новых идей (методы мозговой атаки, свободных ассоциаций, дигитализации, коллаборации и др.). Презентация — позиционирование бизнес-идеи.

Бизнес-план — документ, содержащий обоснование бизнес-идеи, её уникальности и востребованности на рынке товаров и услуг, а также стратегии реализации бизнес-идеи и имеющихся для этого ресурсов.

##### **1.2 Обоснование идеи и выбор вида предпринимательской деятельности УБК**

Определение направленности деятельности УБК. Критерии оценки предпринимательской идеи: готовность участников УБК к её реализации (личностный ресурс, подготовка, предыдущий опыт); наличие необходимой материально-технической базы; наличие спроса на предполагаемую продукцию на рынке и потенциального заказчика. Роль куратора в обосновании бизнес-идеи.

##### **1.3 Бизнес-тренинг «Битва идей!»**

Цель — формирование навыков публичных выступлений, умений обосновывать идею, раскрывать её преимущества; содействие становлению и развитию команд; формирование у учащихся компетенций предприимчивости, коммуникативного взаимодействия, лидерства.

##### **1.4 Регламентация деятельности УБК**

Разработка организационной структуры, функций и дополнительных обязанностей членов УБК. Разработка Положения об УБК

учреждения образования. Регистрация субсчёта УБК учреждения образования.

### **1.5 Организация деятельности УБК**

Выбор названия, формы собственности, учредителей и руководства УБК. Распределение ролевых функций между членами УБК, направленных на реализацию бизнес-идеи. Выбор логотипа и слогана. Разработка элементов фирменного стиля УБК.

### **1.6 Технологии деятельности и развития УБК**

Организация собеседования по приёму в УБК. Технология составления резюме. Выборы руководства УБК. Менеджмент. Маркетинговая деятельность. Организация делопроизводства. Бухгалтерский учёт. Финансовая и налоговая отчётность. Расчёт прибыли. Контроль и анализ результатов деятельности УБК.

### **1.7 Разработка бизнес-плана и презентации выдвинутой идеи**

Обоснование бизнес-плана по реализации выдвинутой идеи и планируемой к получению на её основе продукции. Преимущества прогнозируемой к выпуску продукции по сравнению с существующими аналогами. Анализ рынка и основных конкурентов, выявление преимуществ перед ними. Стратегия реализации бизнес-плана: маркетинговый, производственный, инвестиционный, финансовый планы.

### **1.8 Контроль и анализ результатов деятельности УБК**

Функции контроля: анализ и оценка регулярности и результативности деятельности УБК и мотивации деятельности её участников. Форма контроля: анализ документации и отчётности, содержания осуществляемой деятельности, достигнутых результатов.

### **1.9 Диагностика профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательства**

Актуальность диагностики у учащихся личностного потенциала, ценностных ориентаций, качеств и способностей, востребованных в предпринимательской деятельности, посредством тренинга «Командообразование» и методик диагностики:

- ▼ ценностей;
- ▼ мотивации достижений личности;
- ▼ оценки коммуникативных и организаторских способностей;
- ▼ лидерских качеств и потенциала управления собственным делом.



## Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.2	Личность и деятельность предпринимателя	2	2								
2.3	Введение в командообразование. Деловая игра «Принятие решения в ситуации неопределённости»	4						4			
2.4	Психология эффективного командообразования	2				2					
3	Правовые аспекты предпринимательства	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>							
3.1	Виды и формы организации предпринимательской деятельности	2	2								
3.2	Лицензирование предпринимательской деятельности. Регистрация в качестве субъекта предпринимательской деятельности	2		2							
4	Экономика предпринимательства: финансы, бухгалтерия, налогообложение	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>							
4.1	Ресурсное обеспечение предпринимательства	2	2								
4.2	Источники финансирования предпринимательской деятельности	2	2								
4.3	Бухгалтерский учёт в предпринимательстве	2		2							
4.4	Налогообложение предпринимательских структур	2		2							
5	Маркетинг	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>							
5.1	Маркетинг в предпринимательской деятельности	2	2								
5.2	Реклама	2		2							
6	Менеджмент	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>							
6.1	Природа менеджмента	2	<b>2</b>								
6.2	Принятие управленческих решений	2		<b>2</b>							
6.3	Тайм-менеджмент как система управления временем	2		2							
6.4	Управленческая этика	2		2							

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	<b>Раздел II. Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»</b>	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>26</b>		<b>4</b>		<b>4</b>			
1	Практикум «Создаём свою учебную бизнес-компанию»	<b>36</b>	2	26		4		4			
1.1	Что такое бизнес-идея и бизнес-план?	2	2								
1.2	Обоснование идеи и выбор вида предпринимательской деятельности УБК	2		2							
1.3	Бизнес-тренинг «Битва идей!»	4						4			
1.4	Регламентация деятельности УБК	4		4							
1.5	Организация деятельности УБК	4		4							
1.6	Технологии деятельности и развития УБК	10		8		2					
1.7	Разработка бизнес-плана и презентации выдвинутой идеи	4		2		2					
1.8	Контроль и анализ результатов деятельности УБК	2		2							
1.9	Диагностика профессионального самоопределения учащихся в сфере предпринимательства	4		4							
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>40</b>		<b>6</b>		<b>8</b>			

Учебное издание

**Шумская** Любовь Ивановна  
**Дубков** Сергей Витальевич  
**Бордачёва** Наталья Викторовна

## **Основы деятельности учебной бизнес-компании**

Учебное пособие для слушателей системы дополнительного образования взрослых по экономическим специальностям

Редактор *Т. Н. Ракицкая*  
Художник обложки *Е. Ю. Сорока*  
Правка компьютерного набора *Т. Н. Ракицкой, А. И. Цвирко*  
Компьютерная вёрстка *А. И. Цвирко*  
Корректор *Т. Н. Ракицкая*

Подписано в печать 12.01.2020. Формат 70×100 1/16.  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 16,25. Уч.-изд. л. 10,5. Тираж 1000 экз. Заказ

Республиканское унитарное предприятие  
«Издательство “Адукацыя і выхаванне”».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/19 от 02.08.2013. Ул. Будённого, 21, 220070, г. Минск.

Общество с ограниченной ответственностью «Юстмаж».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 2/68 от 19.03.2014.  
ул. Калиновского, д. 6 Г 4/К, комн. 201, 220103, г. Минск.