

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕНСИФИКАЦИИ РИСКОВЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

Грошева Л. И. (Тюмень, Россия)

В условиях кризиса мультикультурализма и ряда классических общественных институтов перед образованием стоит достаточно сложная задача: совместить практически ориентированные аспекты с воспитательными и этическими нормами и правилами. В особенности остро данный вопрос поставлен в сфере бизнес-образования, актуального среди бизнес-активной молодёжи, формирующей значительный по численности класс предпринимателей.

Среди специфических черт данного класса следует выделить деятельность в условиях постоянного риска и высокой конкуренции, что требует формирования особых качеств и навыков, позволяющих сохранять позиции и наращивать потенциал созданной бизнес-единицы. Начиная с У. Бека, общество на современном этапе развития позиционируется как совокупность рисков, обусловленных высокой изменчивостью и интенсивностью современной жизни. Проблемы принятия рискованных решений у молодёжи, по мнению Ю.А. Зубок и В.И. Чупрова [1, с. 20] связаны с процессами самореализации, самоопределения, долгосрочного планирования и прогнозирования. Указанные процессы могут быть переведены в категорию управляемых только посредством учёта теоретических знаний и практических навыков, формируемых в ходе образования: как на самостоятельной основе, так и в рамках социальных институтов.

Адаптация к бизнес-среде в большинстве случаев возможна посредством различных форм обучения.

Формирование активной экономической позиции в среде школьников, посредством преподавания экономических дисциплин и организации «бизнес-ярмарок» и бизнес-проектов. С одной стороны, данный метод позволяет приучить ребёнка к принятию риска как естественного явления, с другой – эгоцентрическая сущность предпринимательства может оказать негативное влияние на формирующиеся моральные устои ребёнка. Среди европейских моделей бизнес-образования уже существует пролонгированная модель воспитания будущих бизнесменов, начиная с возраста 5 лет на базе детских садов. Однако её эффективность на практике может быть оценена лишь через 20 лет, когда первая экспериментальная группа достигнет второй (на базе средней школы) и третьей (на базе вуза) ступеней формирования бизнес-ориентированных качеств и навыков [2].

Формирование информационной базы и первичных навыков на базе институтов в форме внедрения специальных дисциплин по основам

предпринимательства или посредством создания полуавтономных бизнес-единиц, зависимых от базового вуза. В данном случае формируется не только теоретическая база по ведению бизнеса, но и учитывается необходимость развития практических навыков, которые реализуются молодыми людьми, задействованными в бизнес-проектах. Однако на текущий момент в России по подсчётам автора около 40% вузов не имеют прикладной площадки для реализации теоретических знаний по бизнес-планированию. И в 20% случаев прикладные аспекты реализуются посредством олимпиад, конкурсов, специализированных слётов, которые хотя и предоставляют возможность для понимания основных аспектов бизнес-деятельности, но являются теоретическими моделями, отличными от реалий рыночной экономики.

Развитие бизнес-образования посредством специализированных агентов и мероприятий: государственных образовательных программ, тренингов, курсов и мастер-классов на текущий момент является наиболее перспективным и эффективным, т.к. его целевой аудиторией являются уже внутренне мотивированные и морально устойчивые молодые люди, нацеленные на получение практического результата своего дела.

В течение 2009–2015 гг. автором было проведено глубинное исследование 82 молодых предпринимателей, осуществляющих свою деятельность на территории России. Половина исследуемых представляла сферу официального бизнеса, зарегистрированного в государственных органах, другая половина относилась к неформальной экономике, включающей разрешённые типы и формы производств, но не предусматривающей официальную регистрацию, подотчётность и отчисление обязательных платежей. Исследование заключалось в регулярном интервьюировании и анкетировании молодых бизнесменов с целью выявления специфики организационных, финансовых и образовательных аспектов молодёжного бизнеса.

Говоря о способах получения информации, предприниматели наиболее высоко оценивали самообразование и самостоятельную поисковую деятельность, на протяжении всего периода исследования 54,5% экспертов предпочитали данный способ развития. При этом по результатам замеров в 2015 году доверие к государственным и региональным образовательным программам выразили менее 10% (данная тенденция устойчива на протяжении всего периода исследования), в то время как предпочтительность услуг бизнес-инкубаторов (в случае их наличия в регионах) выбрали 13,4% опрошенных. С одной стороны, это показатель высокого уровня самостоятельности молодёжи, однако, эффективность применения самоактуализированного поиска проявляется в случае наличия качественных источников информации.

Самообразование предполагает обращение к различного рода материалам на основе самостоятельного аналитического отбора. Однако предприниматели в большей степени не смогли конкретизировать используемые ресурсы. Так 29,4% экспертов определили преимущественное обращение к интернет ресурсам в целом, на втором месте с показателем в

23,5% были указаны рекомендации и помощь родственников и знакомых. Конкретизация интернет-источников у молодых бизнесменов вызвала затруднения – 37,5% не смогли вспомнить ни одного конкретного ресурса, кроме случайного поиска в системе google.com. Несколько лучше ситуация обстоит у представителей официального бизнеса, участвовавших в мероприятиях бизнес-инкубаторов и молодёжных программ (Ты-предприниматель, Бизнес-молодость). Неформальные бизнесмены смогли вспомнить адреса поставщиков сырья и других контрагентов, но в сфере организационных аспектов конкретные источники не упоминались.

В вопросе отсутствия желания обращаться в специальные образовательные учреждения эксперты проявили единодушие и оперировали отсутствием достаточного свободного времени и несоответствием предлагаемых программ их потребностям. Помимо объективного разнообразия возникающих вопросов, данный факт говорит о невысокой требовательности молодёжи к качеству получаемой информации, что в свою очередь ведёт к высоким рискам в принятии решений.

К современной образовательной системе в сфере бизнес-активности молодёжью предъявлен ряд требований, предъявляемых молодыми предпринимателями и потенциально повышающих её эффективность и востребованность.

Предпочтение предпринимателями системы самообразования говорит о необходимости расширения в рамках государственных и региональных программ дистанционных образовательных пакетов, позволяющих потребителям организовать свой учебный процесс в наиболее комфортных временных и психологических условиях.

Многообразие запросов бизнес-среды заставляет молодёжь тратить значительное время на поиск информации по различным ресурсам, что свидетельствует о необходимости создания единых информационных порталов, которые будут предоставлять систему ссылок на проверенные информационные службы и источники.

Безусловность обратной связи с участниками образовательных пакетов должна подтверждаться фактическими изменениями в последующих продуктах, с адресной обратной связью с инициаторами данных изменений. Использование типовых, повторяющихся программ (согласно контент-анализу до 60% предлагаемых продуктов имеет неизменную структуру в течение 3 лет), снижает готовность предпринимателей к содействию развитию программ поддержки и желание участвовать в данных мероприятиях.

Анализ существующих программных продуктов в сфере образования и реакции и востребованности таковой у молодых предпринимателей показывает присутствие значительных расхождений как на содержательном, так и на методологическом уровне.

Налаживание качественной обратной связи и разработка адресной и адаптивной помощи молодым предпринимателям являются основополагающими инструментами, основной задачей которых станет

санация образовательной системы в сфере молодёжного предпринимательства.

Литература и источники

1. Вишневский Ю.Р. Социология молодёжи / Ю.Р. Вишневский, В.Т. Шапко. – Екатеринбург, 2006.
2. Bridge 2 Business. Young Enterprise Scotland [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yes.org.uk/what-we-do/ages-17-to-30.htm>.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У БУДУЩИХ СОЦИАЛЬНЫХ РАБОТНИКОВ

Гужва Т. М. (Луганск, Украина)

Проблема формирования профессиональных ценностей у будущих социальных работников является одной из наиболее сложных и актуальных. Это связано с тем, что традиционные формы и методы обучения, которые используются в процессе профессиональной подготовки, направлены преимущественно на формирование знаний, умений и навыков студентов и недостаточно влияют на ценностную сферу личности будущего специалиста. Наибольшие возможности в формировании профессиональных ценностей и ценностных ориентаций студентов специальности «социальная работа» имеют инновационные технологии обучения, которые основываются на новых методологических принципах, современных дидактических и психолого-педагогических теориях. Они способствуют активизации учебно-познавательной деятельности, создают благоприятные условия для творчества, самостоятельного принятия решений в соответствии с усвоенными профессиональными ценностями.

Профессиональные ценности социального работника являются внутренним регулятором его профессионального поведения и деятельности. По мнению Н. Шмелевой, они отображают альтруистичный характер деятельности специалиста социальной сферы, его моральную ответственность перед профессией и потребность в самореализации, самоутверждении и самоусовершенствовании личности, достижении профессионализма деятельности [5, с.115–116]. Как отмечалось выше, характер профессиональных ценностей социального работника обуславливает использование не только традиционных, но и более совершенных и эффективных методов и форм организации обучения в процессе их формирования – инновационных технологий.

Термин «инновация» в переводе с латинского означает обновление, изменение, введение нового. Т.В. Захарчук подчеркивает, что в педагогической интерпретации инновация рассматривается как нововведение, которое улучшает ход и результаты учебно-воспитательного процесса [2, с. 48.]. Более детальную характеристику педагогической