

УДК 37.015.31:33-057[87]:373(477)

Пронікова І. В.

ВИХОВАННЯ ПІДПРИЄМЛИВОСТІ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ В ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ЯК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

В статті проаналізовано виховання підприємливості учнівської молоді як психолого-педагогічну проблему. Концептуальні підходи до визначення підприємництва, представлені зарубіжними та вітчизняними вченими, істотно відрізняються один від одного. Ще не сформована єдина думка з приводу смислового навантаження цього терміна і базових принципів розгляду самого феномена. Аналіз наукової літератури свідчить про зростання уваги до виховання підприємливості в учнів загальноосвітніх навчальних закладів з боку як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, які стверджують, що для багатьох підприємців в різних країнах світу характерні загострене прагнення до самореалізації, звичка розраховувати на власні сили, орієнтуватися на власні індивідуальні норми і цінності, приймати на себе особисто відповідальність. Встановлено, що питання виховання підприємливості учнів залишається недостатньо розробленим у педагогічній теорії і практиці.

Ключові слова: виховання підприємливості; психолого-педагогічна проблема; економічне мислення; самореалізація; учнівська молодь.

Постановка проблеми. Перехід українського суспільства до нової парадигми економічного розвитку, радикальна зміна системи поглядів, орієнтацій, менталітету визначили необхідність раннього залучення дітей до економіки. Початкову економічну освіту, яку отримують учні загальноосвітніх навчальних закладів, важко уявити без виховання у них підприємницьких якостей. Саме підприємливість молоді людини має значний вплив на її ставлення до матеріальних і духовних цінностей та на становлення особистості у цілому.

Актуальність виховання підприємливості в учнівської молоді на сучасному етапі обумовлена життєвою необхідністю їх адаптації до динамічно мінливих соціально-економічних умов життя, підвищеними вимогами до особистісних якостей майбутніх фахівців ринкової економіки – їх активності, самостійності, компетентності, діловитості, відповідальності. Тому виховання підприємливості в учнівської молоді нами розглядається як важлива психолого-педагогічна проблема.

Аналіз досліджень та публікацій. У вітчизняній теорії та практиці освіти питання економічної підготовки учнів розглядало чимало педагогів, психологів, економістів. До найбільш вагомих робіт слід віднести праці вчених: О.В. Аксьонова «Методика викладання економіки», М.В. Вачевського та В.М. Мадзігона «Основи економіки», Максименка С.Д. «Особистість у вимірі економіки», А.С. Нісімчука та О.С. Падалка «Сучасні педагогічні технології», І.Ф. Прокопенка, О.М. Комишанченка, В.І. Лозової «Экономическое образование школьников», О.Т. Шпак «Економічна підготовка педагогічних кадрів в системі безперервної освіти» в яких викладено та проаналізовано актуальні питання економічної освіти учнівської молоді, підготовки та удосконалення учителів які викладають предмети економічного спрямування у школі.

Постановка мети. Дослідити виховання підприємливості в учнівської молоді як психолого-педагогічну проблему на тлі досліджень відомих вчених розвинених англійських країн.

Завдання дослідження. 1. Проаналізувати праці відомих вчених розвинених англійських країн з проблем виховання підприємливості в учнів загальноосвітніх навчальних закладів.

2. Визначити педагогічні та психологічні аспекти виховання підприємливості учнів.

Виклад основного матеріалу. У ХХІ ст. у розвинених англійських країнах виховання підприємливості учнів у освітньому процесі загальноосвітніх навчальних закладів стає економічним, соціокультурним та психолого-педагогічним феноменом. Воно тісно пов'язане з формуванням особливої системи цінностей, спрямованої на виховання автономної і фінансово незалежної особистості.

Останнім часом ділова активність як дорослого населення, так і його підростаючої частини впливає на економічне та політичне життя зазначених країн. У процесі оволодіння тими чи іншими діями в сфері підприємництва відбувається формування і розвиток різних психічних процесів і властивостей особистості. Канадський фахівець з поведінкової діагностики.

Р. Стюарт-Котц вважає, що риси особистості не можуть прогнозувати ефективність роботи, тому що люди в дійсності легше адаптуються до ситуацій і є більш гнучкими, ніж це передбачено типами особистості [2, с. 22].

У загальній концепції розвитку психіки, створеної З. Фрейдом на початку ХХ ст., зазначено, що визначаючим змістом виступали інстинкти людини в самореалізації. Це виявляється в «прагненні до задоволення», властивій людині з народження [3].

Практикою доведено, що виховання підприємливості в учнів проявляється завжди тільки в практичній діяльності. При цьому форми і цінності підприємництва формуються як безпосередньо всередині самого бізнесу, так і поза ним.

Оскільки виконавцем діяльності та споживачем її результатів є людина, економічна наука від витоків пов'язана з її поведінкою в процесі господарювання і господарських відносин. Вона відштовхується від гіпотетичного уявлення про «економічну людину», умовляно сконструйованої моделі економічної поведінки, яка, як вважають економісти, адекватно відображає суть поведінки людини в економіці. Однак ця модель скоріше містить приписи щодо економічної поведінки, ніж відображає поведінку людини в економічній реальності.

До найбільш характерних властивостей «економічної людини» відносять схильність, що задовольняє поведінку, економічний егоїзм і прагнення до оптимізації корисності (А. Сміт, Дж. Катон, А. Маршалл, Д. Кейнс та ін.). Питання про те, чи є ці властивості вродженими або отримуються в процесі соціалізації людини, автори моделі не ставили. Для відповіді на нього звернемося до проблеми суб'єкта економічної соціалізації з позицій якостей, які необхідні молодому підприємцю для формування і розвитку свого підприємства. На цей рахунок існують різні точки зору. Так, Алан Гібб, визнаний британський фахівець в області теорії і практики підприємницької діяльності, вважає, що підприємець повинен мати комплекс таких особистісних якостей, як «інтуїтивне прийняття рішень, здатність укладати угоди, стратегічне мислення, управління проектом, управління часом, переконання, вміння здійснювати продажі, вести переговори і мотивувати людей особистим прикладом» [4, с. 24].

Описуючи якості підприємця, німецький професор Гюнтер Фолтін додає ще одну особливу якість, яку він називає якістю «широко відкритого ока»: «Подібно дитині, яка живе в світі постійних відкриттів, інноваційному підприємцю необхідні очі, що світяться цікавістю, які свідчать про те, що ще можна зробити багато відкриттів» [5].

Канадський фахівець в області теорії і практики підприємства Ю. Гассе вважає, що найбільш повно відображає весь спектр якостей, необхідних підприємцю, наступний перелік: необхідність досягнення; креативність та ініціатива; взяття ризиків і постановка цілей; самовпевненість і внутрішній локус контролю; незалежність і автономія; мотивація, енергія і зобов'язання [6, с. 130].

Одним з недоліків молоді, яка починає займатися бізнесом, є її надмірна самовпевненість в тому, що саме у неї все повинно вийти. Більшість молодих підприємців, починаючи якусь справу, вже апріорі впевнені у своєму успіху. Така максималістська впевненість часто не збігається з реальною картиною бізнесу.

З цієї причини деякі вчені звернулися до вивчення мотиваційної сфери підприємців, яка, власне, є рушійною силою підприємницької діяльності. Розглянемо, які особливості мотиваційної сфери підприємливих людей були виявлені дослідниками. Американський психолог, автор теорії потреб Д. Макклелланд вважав, що психологічна особливість підприємливих людей – більш високий рівень мотивації досягнення, який виступає «змаганням з якимись існуючими стандартами» [7, с. 45].

Відповідно, індивіди з високим рівнем мотивації досягнення є більш успішними і раціональними підприємцями. Американський психолог Дж. Роттер припускав, що високий рівень мотивації пов'язаний з поняттям «локус контролю». Згідно з його теорією, людина по-різному сприймає наявність свого контролю над подіями, тому він по-різному інтерпретує їх значимість і свою роль в ухваленні рішень і здійсненні проектів. Внутрішній локус контролю означає, що людина схильна брати на себе відповідальність за події, що відбуваються в його житті, пояснюючи їх своєю поведінкою, характером і здібностями [8, с. 10]. Не випадково підприємливі люди відносяться до категорії людей з внутрішнім локусом контролю, вони вірять в те, що володіють достатнім умінням і знаннями для реалізації своїх проектів.

Узагальнюючи погляди американських вчених зазначимо, що підприємливі індивіди є впевненими людьми з високим ступенем мотивації, спрямованої на саморозвиток і самореалізацію. Крім цього загального вектора, більшість з них мають сформований підприємницький світогляд, основою якого виступає певне уявлення про цінності. Зокрема, такі як економічна свобода, володіння приватною власністю, успіх, репутація і професіоналізм. Всі ці цінності створюють загальний фон, що впливає на прийняття рішень, стратегію поведінки, роботу підприємливої людини із самовдосконалення [9].

Американський соціальний психолог Р. Берон стверджує, що необхідно розглядати дві категорії факторів, що впливають на рівень розвитку підприємливості: здатність пошуку можливостей і вміння вигідно використовувати або здійснювати перспективні варіанти. Він підкреслює, що інформація ніколи не буває повною і підприємці здатні приймати рішення і прогнозувати розвиток подій навіть при нестачі інформації. Здатність працювати в ситуаціях невизначеності виникає за рахунок синтезу досвіду і знань. Відповідно, рішення приймаються на основі підприємницького мислення, знань і отриманих відомостей [10].

Вивчення зарубіжної літератури показує, що дослідження виховання підприємливості в учнів у розвинених англomовних країнах часто концентрується на етичних компонентах, що включають норми і цінності. За останні десятиліття відбулись певні зміни в ціннісних орієнтаціях американської молоді. На думку багатьох вчених, вона стала більш орієнтована на значне поліпшення свого матеріального становища. Домінування «матеріального фактора» в середовищі шкільної молоді є пояснювальним і сприяє підвищенню якості життя. З раннього дитинства американці звикають бути фінансово незалежними від батьків, сподіваючись тільки на себе.

Не можна не погодитися з Гордоном Брауном, який під час перебування ще міністром фінансів Великої Британії на початку ХХІ ст., кажучи про культуру підприємництва, справедливо зазначав, що «нам потрібно все зробити для того, щоб кожен чув про бізнес і підприємливість в школі. Кожен учитель повинен говорити про достоїнства і потенціал бізнесу та підприємництва» [11].

Таким чином, стає очевидним, що в розвинених англomовних країнах культура підприємництва є особливим психологічним феноменом суспільства, бо вона пов'язана з формуванням особливої системи цінностей, спрямованої на виховання автономної і фінансово незалежної особистості.

Займаючись виявленням комплексу якостей, якими повинен володіти підприємець, професор Даремської школи бізнесу Алан Гібб в книзі «Культура підприємництва» запропонував свою систему, що базується на якостях необхідних кожному школяреві, який вирішив відкрити свій бізнес. До них він відносить: ініціативу, високу впевненість у контролі над своєю долею, здатність вирішувати проблеми, прагнення до досягнення, уяву, здатність переконання, помірну, але невисокий ступінь ризику, гнучкість, креативність, незалежність, навички керівника, наполегливу працю [4].

Узагальнення науково-педагогічних вітчизняних та зарубіжних джерел свідчить про те, що виховання підприємливості здійснюватиметься найефективніше, якщо в учнівській молоді буде пробуджений інтерес до економіки як сфери життєдіяльності людини, а загальноосвітні навчальні заклади України здійснюватимуть системний підхід до її здобуття.

Висновки. Питання виховання підприємливості в учнів як психолого-педагогічної проблеми відображені в дослідженнях зарубіжних вчених з урахуванням соціально-культурного та економічного контекстів різних країн. Збільшується увага до підприємництва та його розуміння як багатогранного соціокультурного та економічного феномена, формуючого особистість в предметному просторі підприємницької праці та підприємницького співтовариства. В цих умовах виховання підприємливості в учнівській молоді стає актуальною проблемою виживання в сучасному соціумі різних країн, і, зокрема, в Україні. Зазначена проблема потребує подальшого вивчення та розробки.

Використані джерела

1. Максименко С.Д. Особистість у вимірі економіки / С.Д. Максименко // Соціальна психологія. – 2004. – № 4(6). – С. 184-186.
2. Стюарт-Котце Р. Результативність. Секрети ефективного поведення [Текст] / Р. Стюарт-Котце. – М., 2012.
3. Фрейд З. Психология бессознательного: сб. произведений [Текст] / З. Фрейд. – М.: Просвещение, 1990. – 448 с.
4. Gibb A.: The enterprise culture and education / A. Gibb // International Small Business Journal, 1994. – P. 24.
5. Faltin G. Competences for innovative entrepreneurship. February. Hamburg, 1999. – P. 11.
6. Gasse Y. A strategy for the promotion and identification of potential entrepreneurs at the secondary school level. N.C. Churchill et al. (eds) Frontiers of Entrepreneurship Research. Wellesley, 1985. – P. 538-559.
7. McClelland D. Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study / D. McClelland // Journal of Personality and Social Psychology, 14. 1965. P.-92
9. Rotter J. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement / J.B. Rotter // Psychological Monographs. – 1966. – № 80 (1). – P. 1-28.
10. The efficacy of the elementary level entrepreneur in action curriculum. May, 2005. Dissertation. – P. 8.
11. Baron R.A. Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success / R.A. Baron // Current Directions in Psychological Science. 2000. – № 1. – Vol. 9. – P. 15-18.
12. Teachers' Weekly. May 15.2012.

**EDUCATION OF THE ENTREPRENEURSHIP
OF STUDENT YOUTH IN AT SECONDARY EDUCATIONAL INSTITUTIONS
AS A PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL PROBLEM**

The article analyzes the education of young people's entrepreneurship as a psychological and pedagogical problem. It is established that this question remains insufficiently developed in the domestic pedagogical theory and practice.

In the course of work on the topic of the study, it was revealed that the conceptual approaches to the definition of entrepreneurship, presented by foreign and domestic scientists, differ significantly from each other. There is still no unified opinion on the semantic load of this term and the basic principles for considering the phenomenon itself. The analysis of the scientific literature testifies to the growing attention to the formation of entrepreneurship in the accounting of pristine naval mortgage loans from foreign scientists who argue that for many entrepreneurs in the different parts of the world there is a strong desire for self-realization, a habit of counting on one's own strengths, one's own personal norms and values, Take personal responsibility.

It is substantiated that the education of entrepreneurship in the students in the developed English-speaking countries is viewed as a complex, multi-faceted and long-term process.

Enterprising individuals are confident people with a high degree of motivation, aimed at self-development and self-realization. In addition to this general vector, most of them have a formed entrepreneurial worldview, the basis of which is a certain idea of values. In particular, such as economic freedom, ownership of private property, success, reputation and professionalism. All these values create a general background that influences decision making, a strategy of behavior, the work of an enterprising person in self-improvement.

In the course of the study, it was found that education of entrepreneurship in young students as a psychological and pedagogical problem contributes to the formation of the value-normative environment for the successful functioning of the established enterprise system of entrepreneurship, which affects all participants in this process.

It is established that the practical aspects of educating entrepreneurship in students as a psychological and pedagogical problem are reflected in the studies of domestic and foreign scientists taking into account the socio-cultural and economic contexts of different countries.

Key words: *entrepreneurship education; psychological and pedagogical problem; economical mission; economic thinking; self-realization; young students.*

Стаття надійшла до редакції 15.03.2017 р.