

**ВИХОВАННЯ ГУМАННОСТІ І ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УЧНІВ БІЗНЕС-ЛІЦЕЮ, ЯКІ МОДЕЛЮЮТЬ
СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ**

Стаття присвячена принципам і формам виховання гуманності і відповідальності в системі підготовки старшокласників до здійснення підприємницької та управлінської діяльності.

Актуальність виховного аспекту навчання дітей основам економіки і підприємництва обумовлена значенням переходу України до цивілізованого підприємництва і визнанням етики бізнесу важливою складовою частиною управлінської культури учасників ринкових відносин.

Стаття продовжує дослідження автором проблеми формування в учнів бізнес-ліцею умінь самостійно схвалювати управлінські рішення, пов'язані з початком бізнесу й управлінням фірмою. Авторська гіпотеза моделі вміння самостійно схвалювати управлінські рішення включає три взаємозв'язані компоненти: інтелектуальний, процесуальний й особовий, що припускає наявність у підприємця-керівника таких значущих особистих і професійних якостей, як заповзятливість і прагматизм, відповідальність і гуманність [1: 330-338].

Підготовка випускників Донецького бізнес-ліцею до підприємницької і управлінської діяльності передбачає вивчення таких теоретичних курсів: ділова активність (основи малого бізнесу) в 9 класі, основи економіки і підприємництва в 10 класі, основи менеджменту в 11 класі, психологія бізнесу і управління в 10-11 класі, створення власної справи в 11 класі. Практична частина навчального плану ліцею включає проектно-дослідницьку роботу, яка є системою позаурочної індивідуально-групової діяльності ліцеїстів, одним із завдань якої є формування навичок самоменеджменту, виховання цивілізованого підприємництва і культури управлінських рішень. Формами такої діяльності виступає участь ліцеїстів у конкурсі бізнес-ідей (8-9 класи), конкурсі захисту бізнес-проектів (10 класи), презентації ліцеїстами моделі власного бізнесу і стратегії управління фірмою (11 класи).

Мета статті – визначити сутність гуманності і відповідальності в бізнесі, виходячи з сучасної етики і психології підприємництва; представити форми виховання гуманістичних установок і відповідальності в учнів 10-11 класів, що вивчають курси "Основи підприємницької діяльності" і "Створення власної справи" [2].

Етичні норми в підприємстві є сукупністю ознак поведінки громадян, що здійснюють підприємницьку діяльність у різних сферах економіки, спрямовану на задоволення потреб ринку, конкретних споживачів, суспільства і держави. Підприємницька етика повинна базуватися на загальнолюдських, загальногуманних принципах здійснення ризикового, новаторського, інноваційного, компетентного, законного, чесного підприємництва на противагу рутинному, незаконному, некомпетентному бізнесу [3].

Гуманізм (від лат. *humanus* людський, людяний) – це визнання цінності людини як особи, її права на вільний розвиток і прояв своїх здібностей, затвердження блага людини як критерію оцінки суспільних відносин. Можна говорити про рівні гуманності: 1) суб'єктний рівень (ставлення до себе) і 2) об'єктний рівень (людське ставлення до інших). Останній рівень можна, у свою чергу, розділити на мікрорівень (ставлення до оточуючих) і макрорівень (ставлення до соціуму). За необхідності в мікрорівні можна виділити особовий рівень (ставлення до своїх близьких) і діловий рівень (у підприємстві ставлення до споживачів, ділових партнерів, виконавців, співробітників). Слід відзначити три важливі якості або здібності, завдяки яким підприємець-керівник може піти шляхом гуманізації своєї діяльності:

1. Екологічне мислення, яке має на увазі не тільки дбайливе ставлення відношення до навколишнього природного середовища, але і до соціального оточення і до самого себе.

2. Усвідомлення відповідальності людиною за власний вибір і його вплив на оточуючий світ.

3. Надзадача як значення життя і діяльність бізнесмена, відчуття ним своєї соціальної місії [4]. Бізнес, у зв'язку з цим, – спосіб тренування необхідних навичок на шляху духовної самоактуалізації. Заняття бізнесом, відповідно до піраміди Маслоу, стає сходженням від задоволення суто фізіологічних потреб і потреби в безпеці до задоволення потреби в пошані, визнанні і самореалізації.

Відповідальність – специфічна для зрілої особи форма саморегуляції і самодетермінації, що виражається в усвідомленні себе як причини скоюваних вчинків та їх наслідків і в усвідомленні та контролі своєї здатності виступати причиною змін (або протидії змінам) у навколишньому світі й у власному житті. Одним з різновидів відповідальності є соціальна відповідальність – схильність людини поводитися відповідно до інтересів інших людей і соціального цілого, а не у вузькоegoїстичних інтересах, дотримуватися прийнятих норм і виконувати рольові обов'язки. З погляду психології особиста відповідальність називається інтернальністю і є протилежністю екстернальності (перекладання відповідальності на інших). Відповідальність – ця системна властивість особи, що виникає як функція вільного вибору. Для виникнення відповідальності необхідне дотримання як мінімум двох умов: ситуації вільного вибору і наявності необхідних внутрішніх (психічних) і зовнішніх ресурсів. Як внутрішній (психічний) ресурс виступає, перш за все, особова зрілість. Відповідальна людина виявляється як особово зріла людина із сформованими духовними потребами, здатна самостійно вирішувати виникаючі проблеми. Навпаки, особово незріла людина передає відповідальність за власне життя зовнішнім інстанціям [5].

Сучасне сприйняття суспільством ділової етики і соціальної відповідальності наполягає на соціальному управлінні, коли організація несе відповідальність перед суспільством у цілому і, зокрема, перед стейкхолдерами (групами зацікавлених осіб). До складу стейкхолдерів, як правило, включають засновників,

менеджерів, акціонерів (власників), постачальників, кредиторів, клієнтів, місцеві співтовариства, профспілки, державні регулюючі органи, співробітників [6]. На наших очах народжується нова парадигма соціальної відповідальності бізнесу. Її основні елементи:

1. Взаємна відповідальність бізнесу і влади перед суспільством.
2. Перехід від доброчинності до фокусуєчих соціальних інвестицій компаній на національному і регіональному рівнях, спрямованих на вирішення найактуальніших для країни проблем у сфері зайнятості, боротьби з бідністю, освіти, житла, безпеки, охорони здоров'я та оточуючого середовища.
3. Соціальне партнерство – перегляд сфер відповідальності бізнесу, влади і суспільства в рішенні суспільно-значущих питань [7].

Таким чином, гуманізм бізнесу виявляється в декількох напрямках. Перш за все, у прагненні підприємця до самоактуалізації, що припускає адекватну самооцінку, самоприйняття, самоповагу, опору на сильні сторони і внутрішній потенціал, самореалізацію. Особиста відповідальність підприємця при цьому є результатом особової зрілості. Зовнішньою стороною гуманізму в підприємництві стає гуманне ставлення до зацікавлених осіб, пов'язаних з бізнесом. Основною групою з категорії стейкхолдерів є споживачі продукції фірми – покупці або клієнти. Бізнесмен орієнтується не просто на пошук способів виробництва і пропозиції продукту, що задовольняє потреби покупців (клієнтів), але на якість продукту, його екологічність і безпеку. Справедливе ціноутворення в цьому випадку стає результатом співвідношення споживацької цінності продукції з її якістю. Тому реклама виконує істинне призначення – доносити інформацію про продукцію споживачу та є достовірною і доцільною. Гуманним є поважне ставлення до свого потенційного і реального споживача підприємця, що пропонує якісний товар, незалежно від соціального статусу, рівня доходу споживача і ціни товару. Врахування ділових інтересів постачальників і партнерів по бізнесу, виконання договірних зобов'язань, чесна конкуренція – прояв гуманності підприємця до дійових осіб зовнішнього середовища бізнесу.

Отже, гуманне ставлення до споживачів і партнерів по бізнесу є складовою частиною сучасної етики підприємництва, соціальної відповідальності бізнесу. Економічна відповідальність як безумовна прибутковість суб'єкта підприємництва виступає основою добробуту підприємця, його сім'ї, співробітників і партнерів фірми, споживачів продукції фірми. Усвідомлена необхідність виконання податкових обов'язків і дотримання нормативних відносин з державними структурами є формою правової відповідальності підприємця. Доброчинності, участь бізнесу в соціальних інвестиціях, спільне з державою вирішення актуальних для країни і місцевості соціальних проблем свідчить про соціальну відповідальність.

Розглянемо, як принципи гуманності і відповідальності в бізнесі можна використовувати в процесі підготовки і конкурсного захисту старшокласниками бізнес-проектів. Фахівці в галузі стратегії бізнесу й управління стверджують, що перед підприємцем при створенні власної справи стоїть необхідність ухвалення таких стратегічних рішень: вибір бізнес-продукту фірми; визначення місії фірми; розробка виробничої та інвестиційної стратегії, організаційної програми початку справи; прогноз конкурентоспроможності фірми, ризиків і труднощів [8]. Гуманної значущості набувають вибір бізнес – продукту і формулювання місії фірми.

Установка орієнтації на споживача в процесі продукування і вибору бізнес-ідеї починається на уроках ділової активності і основ підприємництва в 9–10 класах і продовжується в позаурочній проектно-дослідницькій роботі. Командний проект моделювання учнями 10 класів створення фірми неминує припускати первинний маркетинговий аналіз і прогноз реалізації товару або послуги фірми (бізнес-продукту). Мета аналізу – побачити незадоволену людську потребу, помітити невикористані іншими учасниками ринку можливості, на цьому заробити прибуток, передбачити позитивну реакцію споживача на продукцію фірми. Основою прогнозу служить висновок про існуючий або потенційний попит споживачів на продукцію створюваного бізнесу. Точкою відліку при виборі бізнес-ідеї виступають явні або потенційні споживачі. Оцінка вибору дітьми бізнес-продукту фірми заснована на наукових принципах. Вдала бізнес-ідея повинна мати такі властивості: новизна (включаючи новизну ринку для старого товару); можливість маркетингової реалізації (товар або послуга повинен мати попит); можливість виробничої, фінансової, комерційної реалізації (зростання і насичення попиту на товар або послугу); рентабельність підприємства, створюваного для реалізації ідеї; можливості модифікації продукту або послуги [9]. Основним обмеженням вибору бізнес-продукту виступає відсутність потенційних або явних споживачів, недостатність об'єму споживацького сегмента, який не дозволяє окупити витрати і розраховувати на прибуток. На конкурсі параметрами оцінки вибору бізнес-продукту є повнота опису споживачів продукції фірми, споживацька актуальність, прибутковість ідеї, екологічність виробництва і продажу продукту фірми.

Вибір бізнес-продукту фірми продовжується формулюванням місії фірми. У разі широкого розуміння місія розглядається як констатація філософії призначення організації. У вузькому розумінні місія розглядається як твердження, що розкриває значення існування організації, в якому виявляється відмінність цієї організації від її подібних. Основними групами людей, чий інтерес здійснюють вплив на діяльність організації, а, отже, повинні бути враховані при визначенні її призначення, є: власники організації; співробітники організації; покупці продукту організації; ділові партнери організації; місцеве співтовариство, яке перебуває з організацією у взаємодії; суспільство в цілому, в першу чергу в особі державних інститутів. Найстійкіший, сильний і специфічний вплив на місію організації, незалежно від того, що являє собою організація, мають інтереси власників, співробітників і покупців. Тому місія організації повинна бути сформульована так, щоб у ній обов'язково знаходив прояв поєднання інтересів цих трьох груп [10]. Виходячи з цього, дітям пропонуються такі оцінні критерії місії створюваної фірми. Треба відобразити в місії задачу задоволення певних потреб покупців (клієнтів) і якісні характеристики бізнес-продукту, стратегічну мету фірми, суспільну значущість фірми для країни, регіону, конкретної місцевості.

Курс психології бізнесу передбачає для підготовки до конкурсу проведення практичної роботи "Бізнес і оточення". Завданнями практичної роботи є: оцінити вплив певного виду бізнесу на споживача, співробітників, державу, природу, підприємця; визначити нормативні та етичні зобов'язання перед ними всіма; визначити платню за дотримання і недотримання таких зобов'язань. Діти повинні на прикладі конкретного бізнесу скласти перелік основних (зацікавлених) дійових осіб. Наприклад, цей список може виглядати таким чином: підприємець і його сім'я; споживачі продукції фірми, галузь, у якій діє фірма; утримувачі акцій і облігацій; постачальники і посередники; працівники та їх сім'ї; уряд і органи державного регулювання; групи особливих інтересів, у тому числі профспілки, споживачські, природоохоронні, політичні й інші організації; місцеве співтовариство; навколишнє середовище – рослини, тварини, інші природні ресурси; конкуренти; юристи і суди; майбутні покоління. Далі виділити з отриманого списку ті групи осіб, які характеризуються найбільш залученою у взаємодію з даним бізнесом. Визначити різновиди збитку і вигод для кожного гравця. Визначити права та обов'язки гравців. Оцінити відносну силу кожного. Сформулювати думку.

Аналітичні вміння і гуманні принципи вибору бізнес-ідеї, навик планування створення фірми учні поглиблюють і застосовують в 11 класі у процесі вивчення основ менеджменту, створення власної справи, психології бізнесу й управління. Комплексна психологічна діагностика, яка включає рівень інтелекту, мотивацію, професійну придатність, темперамент і акцентуацію, соціометрію, соціотип, локус – контроль, креативність, комунікативність, домінуючий інстинкт, вольові якості, ціннісні орієнтації старшокласників, дозволяє вирішувати задачі самоменеджменту учнів ліцею. Свідомий вибір і схильності до заняття підприємництвом, самоаналіз за методом СВОТ (аналіз сильних і слабких якостей, загроз і перспектив) стає основою моделювання випускниками створення власної справи. Конкурс моделей власної справи супроводиться задачею розробки стратегії створення команди і формування персоналу фірми, презентацією особистого управлінського стилю, кодексу честі фірми, перспектив особистого і фірмового зростання. Підготовка до конкурсу стає однією з ланок виховної системи, спрямованої на виявлення професійної орієнтації, оцінку підприємницьких і управлінських здібностей, розвиток лідерських якостей, самореалізацію і самоактуалізацію старшокласників бізнес-ліцею.

Уроки психології бізнесу й управління включають ряд практичних занять у формі проблемних дискусій з питань етики підприємництва. Ось перелік лише деяких з обговорюваних проблем: Якщо мета бізнесу – прибуток, то яка її "розумна межа"? Now much is enough – як говорять американці? Яка відповідальність бізнесу перед суспільством? Чи повинні підприємці відчувати свою відповідальність? Чи сумісна взагалі прибутковість справи і совість, жалість і т.п.? Як поєднувати особистий інтерес і загальну користь? тощо.

Значним виховним ефектом володіє конкурс проектів "Моя фінансова стеля". Підготовка і презентація проекту припускає відповіді на питання: скільки мені необхідно заробити, щоб задовольнити власні і сімейні потреби; досягши свого фінансового піку, кому б я надав допомогу, як і з якою метою. Критеріями оцінювання індивідуальної або групової презентації проекту є дослідження і характеристика контингенту потребуючих допомоги в рідному місті, місцевості, в Україні; представлення широкого асортименту задач, форм і розмірів допомоги; опора на інформацію про міжнародні та українські добродійні фундації й організації; реальне надання допомоги учасниками проекту.

Таким чином, виховання гуманістичних установок, соціальної відповідальності майбутніх підприємців-керівників, що моделюють створення власної справи, припускає орієнтацію на задоволення потреб покупців (клієнтів), визначення місії фірми, самоактуалізацію у формі самоменеджменту, прогноз соціальних інвестицій суб'єкта підприємництва. Таке виховання необхідно здійснювати зі шкільної лави, використовуючи зміст навчальних курсів психолого-економічної спрямованості та активні позаурочні форми навчання і виховання.

Подальше дослідження автором проблеми формування у старшокласників бізнес-ліцею вміння самостійно схвалювати управлінські рішення передбачає розробку програми діагностики і критеріїв оцінювання результативності виховання гуманізму і відповідальності майбутніх підприємців-керівників, що схвалюють рішення, пов'язані з початком бізнесу й управлінням фірмою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Трофимова З.В. Формування у старшокласників бізнес-ліцею умінь самостійно приймати рішення, пов'язані зі створенням власної справи. Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: Зб. наук. пр. / Редкол.: Т.І.Сущенко (відп. ред.) та ін. – Київ-Запоріжжя., 2004. – Вип. 32. – 480 с.
2. Економіка. Програми для профільного навчання у загальноосвітніх навчальних закладах. Програми спецкурсів і факультативів. – Кам'янець-Подільський: Абетка-НОВА, 2003. – 174 с.
3. Мороз Ю. На пути к метабизнесу. – РНД: Феникс, 2003. – 320 с.
4. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. – 92 с.
5. Трунов Д.Г. Гуманизация бизнеса: пределы и перспективы. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. // <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/155805.html>
6. Дятлов А.Н. Цели бизнеса Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. // <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/203218.html>
7. Туркин Сергей. Зачем бизнесу социальная ответственность. Управление компанией, № 7. 2004. // <http://www.zhuk.net/archive/articlesyk.asp?aid=4276>
8. Виханский О.С. – Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
9. Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998. – 232 с. Административно-управленческий портал. // <http://www.aup.ru/books/m71/>

10. Дятлов А.Н., Плотников М.В. Этика бизнеса Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. // <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/203213.html>
11. Общая психология. Учебник для студентов пед. институтов / Под ред. проф. А.В. Петровского. Изд. 2-е, доп. и перераб. – М.: Просвещение, 1976. – 479 с.

Матеріал надійшов до редакції 7.09. 2005 р.

Трохимова З. В. Воспитание гуманности и ответственности у учащихся бизнес- лицея, моделирующих создание собственного дела.

Статья посвящена принципам и формам воспитания гуманности и ответственности в системе подготовки старшеклассников к осуществлению предпринимательской и управленческой деятельности.

Trokhimova Z. V. Shaping of Humaneness and Responsibility of the Students of Business- lyceum.

The article is devoted to the principles and forms of shaping humaneness and responsibility in the system of training senior pupils to realize entrepreneurial and administrative activities.