

М. А. Краснова

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ГРАМОТНОСТЬ

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ДЕЙСТВИИ

10  
класс

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Пособие для учителей учреждений образования,  
реализующих образовательные программы  
общего среднего образования, с белорусским  
и русским языками обучения и воспитания

М. А. Краснова

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ГРАМОТНОСТЬ

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ДЕЙСТВИИ

10  
класс

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Пособие для учителей учреждений образования,  
реализующих образовательные программы  
общего среднего образования, с белорусским  
и русским языками обучения и воспитания

*Рекомендовано  
научно-методическим учреждением  
«Национальный институт образования»  
Министерства образования  
Республики Беларусь*

Учебное электронное издание



Минск  
Национальный институт образования  
2023

УДК 373.5.016:334.012.33

ББК 74.266.5

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра экономики и управления факультета экономики и права учреждения образования «Могилёвский государственный университет имени А. А. Кулешова» (кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой *Н. А. Осипенко*);

учитель истории и обществоведения высшей квалификационной категории государственного учреждения образования «Средняя школа № 2 г. Сенно имени А. К. Касинцева» *Е. Б. Мизавцова*

Данное пособие входит в учебно-методический комплекс факультативных занятий по формированию функциональной грамотности «Предпринимательство в действии». 10 класс.

Учебно-методический комплекс факультативных занятий разработан в Национальном институте образования в рамках выполнения задания ОНТП «Функциональная грамотность» и включен в сводный план выпуска (внедрения) вновь освоенной продукции (инноваций) по ОНТП «Функциональная грамотность» на 2021–2025 гг., утвержденный Министерством образования от 17.02.2021. Язык издания — русский.

Нач. редакционно-издательского отдела *С. П. Малявко*

Редактор *Е. А. Логвинович*

Компьютерная вёрстка *Д. О. Бабенко*

Корректор *Е. А. Логвинович*

Подписано к использованию 2023

Размещено на сайте 2023

Объем издания 1,59 МБ

Системные требования: ПО для просмотра документов в формате pdf.

Научно-методическое учреждение «Национальный институт образования»  
Министерства образования Республики Беларусь.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/263 от 02.04.2014.

Ул. Короля, 16, 220004, г. Минск

---

ISBN 978-985-893-580-1

© Краснова М. А., 2023

© Оформление. НМУ «Национальный институт образования», 2023

# Содержание

<b>Введение</b> .....	5
<b>Методические рекомендации</b> .....	8
<b>Список рекомендованной литературы</b> .....	25
<b>Приложения</b> .....	26
Введение.....	26
I. Слагаемые успешного бизнеса.....	26
II. Страницы истории предпринимательства в Беларуси.....	33
III. Создаем школьную бизнес-компанию .....	36

# Введение

В активный период инновационного развития Беларуси особое значение приобретает предпринимательская грамотность населения. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 г. стратегической целью устойчивого развития Республики Беларусь определяет «обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной окружающей среды для будущих поколений». В достижении этой цели важную роль играет «повышение качества человеческого потенциала с учетом индивидуальных особенностей каждого человека, воспитание высокообразованной, здоровой, всесторонне развитой личности, восприимчивой к инновациям, способной превратить свои знания в фактор экономического прогресса»<sup>1</sup>. А это значит, что экономическое развитие страны во многом будет зависеть от уровня развития предприимчивости и предпринимательской активности граждан Беларуси. Однако недостаточная подготовленность населения к жизни в условиях рыночных отношений служит препятствием для развития предпринимательства. По статистике более половины начинающих предпринимателей разоряются в течение первого года своей работы именно по причине отсутствия опыта ведения бизнеса. Знание основ предпринимательства, умение вести собственное дело выступает своего рода средством социальной защиты человека. Отсутствие же специальных знаний и навыков ведения бизнеса у молодежи приводит к тому, что именно эта категория населения оказывается наименее защищенной на рынке труда и рискует пополнить ряды безработных.

Ориентация молодежи на активную позицию в системе рыночных отношений ставит перед образованием задачу — помочь учащимся адаптироваться в новых социально-экономических условиях. Для этого у них должно быть достаточно знаний и умений ориентироваться во множестве рыночных законов и отношений, применять их в практической деятельности. Выпускники должны быть инициативными, предприимчивыми личностями, умеющими решать проблемы, самостоятельно учиться, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, использовать полученные знания для решения профессиональных и жизненных задач.

В 2006 году Парламентом и Советом Европы приняты рамочные ключевые компетенции для обучения в течение всей жизни. Предприимчивость наряду с компьютерной грамотностью, технологической культурой, владением иностранными языками и социальными навыками включено в число новых базовых знаний и навыков, необходимых человеку, живущему в условиях постиндустриального общества, общества, основанного на знаниях, и обеспечивающих развитие человека и конкурентоспособность

---

<sup>1</sup> Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. Одобрено Советом Министром Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. № 10. — С. 21. // Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. Дата доступа: 16.10.2022.

национальной экономики, активное участие подрастающего поколения в профессиональной, семейной и общественной жизни<sup>2</sup>.

Предприимчивость — деловая активность, инициативность, способность к начинанию и осуществлению дела, приносящего успех. Предпринять что-либо — значит сделать инициативное, упреждающее действие, проявить активность до того, как будут четко определены ее условия и последствия<sup>3</sup>. Семантический анализ слова «entrepreneurship» в английском языке показывает два значения: предприятие (предпринимательство) и предприимчивость (смелость, инициативность), поэтому многие рассматривают их как синонимы. Однако не все предприимчивые люди являются предпринимателями. С другой стороны, предприимчивость людей проявляется не только в сфере бизнеса, но и в генерировании идей в науке, в культурном творчестве, в политической деятельности и просто в быту. Именно умение выдвинуть нестандартную идею и воплотить её в жизнь отличает предприимчивого человека. Таким образом, можно говорить о предприимчивости как о социальном качестве личности, реализующемся в трудовой, познавательной, научной, художественной, коммерческой деятельности. Предприимчивость характеризуется такими качествами, как целеустремленность, инициативность, решительность, самостоятельность, ответственность, готовность к риску, креативность, находчивость, компетентность.

Как показывают исследования (П. Р. Атутов, Ю. К. Васильев, И. А. Сасова, В. А. Поляков, В. Д. Симоненко, Ю. Л. Хотунцев), наиболее эффективно формирование предприимчивости и предпринимательства школьников происходит в процессе использования практико-ориентированных форм обучения. Одним из возможных направлений может стать организация учебно-предпринимательской деятельности учащихся на базе школьных ученических предприятий. Ученическое предприятие — это добровольное объединение учащихся, направленное на практическое изучение основ предпринимательства. В ученическом предприятии школьники осуществляют деятельность, которая несет в себе черты как обучения, так и реальной деятельности.

В мире существует две формы деятельности ученического предприятия: как реально действующее предприятие (ФРГ) и как деловая игра (США, Россия). Для реализации ученического предприятия как реально действующего в первую очередь необходима правовая база ее деятельности и организации. В таких предприятиях могут участвовать учащиеся с 14 лет. Реализация ученического предприятия как деловой игры реализуется, как правило, на основе международной программы «Школьная компания» и имеет некоторые особенности. Во-первых, существенная продолжительность деятельности ученического предприятия (от нескольких недель до нескольких месяцев); использование не игровых, а реальных объектов труда, инструмента, материалов и заготовок; результатом является выпуск и реализация реальной продукции, которая имеет определенную ценность. Участвовать в таком предприятии могут учащиеся любого возраста<sup>4</sup>.

Факультативное занятие «Предпринимательство в действии» предназначено для учащихся X класса учреждений общего среднего образования. Основной целью

---

<sup>2</sup> Ключевые компетенции для обучения в течение всей жизни — европейские рамочные установки от 18 декабря 2006 г. // Адукар. — 2008. — № 1(13). — С. 14–18.

<sup>3</sup> Позняков, В. П. Предприимчивость // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 3. — С. 215.

<sup>4</sup> Максимов, В. П. Учебно-предпринимательская деятельность школьников: автореф. дис. ... доктора педагогических наук. Специальность 13.00.02 — теория и методика обучения и воспитания. — Брянск, 2002. — 38 с.

факультативного занятия является развитие предпринимательской грамотности учащихся. В контексте предлагаемого факультативного занятия особая роль принадлежит воспитанию чувства новаторства и предприимчивости. Проведение факультативного занятия предполагает не просто передачу определенного объема знаний о предпринимательстве, а получение преимущественно прикладных, практико-ориентированных знаний. В результате изучения факультативного занятия учащиеся должны выйти на уровень функциональной грамотности, т. е. умения использовать полученные знания. Чтобы научиться ставить цели, разрабатывать планы по их достижению, оценивать и принимать эффективные решения, нужно включаться в решение практических задач и развивать необходимые интеллектуальные умения. Наилучшие возможности для этого предоставляет проектная деятельность, которую можно рассматривать как универсальное средство для освоения способов познавательной деятельности, получения опыта применения знаний.

Программа факультативных занятий по результатам изучения каждого раздела предусматривает участие учащихся в проектной деятельности. Проектом, завершающим изучение факультативного занятия, является практико-ориентированный коллективный проект «Школьная бизнес-компания». Создание школьных бизнес-компаний имеет многолетнюю историю в разных странах мира и доказало свою эффективность. По данным многочисленных исследований, участие в школьных бизнес-компаниях помогает участникам сформировать ценные практические навыки, повышающие их конкурентоспособность на рынке труда и вероятность успешной карьеры.

# Методические рекомендации

Обучение школьников основам предпринимательства — не просто процесс получения и усвоения некоторого объема знаний, но и формирование социально-экономических компетенций, а также развитие у учащихся широкого набора качеств, составляющих основу характера и личности предпринимателя. Внедрение обучения предпринимательству путем выработки основных навыков играет основную роль в развитии характера предпринимательства и станет существенным шагом в развитии обучения предпринимательству в течение всей жизни.

Факультативные занятия не ставят перед собой цели превращения всех школьников в предпринимателей. Важнее то, что в процессе обучения реализуется наиболее благоприятный режим подготовки учащихся к жизни и только действительно психологически готовые и способные к предпринимательской деятельности учащиеся смогут начать процесс профессионального становления в данной области. Вместе с тем раннее приобщение старшеклассников к предпринимательской деятельности позволит им в дальнейшем более успешно пройти этап социализации в современном обществе, быстро адаптироваться на рынке труда и определить для себя нишу профессиональной самореализации.

Учитывая это, программа факультативного занятия включает в себя три тематических раздела. В тематическом разделе I «Слагаемые успешного бизнеса» учащиеся познакомятся с понятиями «предприимчивость» и «предпринимательство», выяснят, какими личностными качествами, профессиональными умениями и знаниями необходимо обладать человеку, чтобы заниматься предпринимательской деятельностью. Тематический раздел II посвящен истории предпринимательства в Беларуси и деятельности наиболее видных предпринимателей. Темы тематического раздела III позволяют пошагово пройти путь создания школьной бизнес-компании.

Одним из аспектов обучения предпринимательству может стать взаимодействие с действующими предпринимателями и предпринимательскими структурами. Предприниматели могут взять на себя функции наставничества. Это дает возможность изучения предпринимательской деятельности компании изнутри: посещение фирмы, общение с сотрудниками разных структурных подразделений, наблюдение за их деятельностью, выполнение некоторых работ. Полученная информация по изучению основных принципов и практики предпринимательской деятельности во время посещения компании затем обсуждается в группах.

Чтобы облегчить работу учителя при подготовке к занятиям, в пособии даны ответы к некоторым наиболее сложным заданиям, которые носят примерный (рамочный) характер, а также дополнительная информация для учителя (Приложения).

Обучение учащихся основам предпринимательской деятельности основано на деятельностном, личностно ориентированном подходе.

При проведении факультативного занятия наиболее эффективны интерактивные, практико-ориентированные методы обучения.

**Дискуссия** (от лат. *discussio* — рассмотрение, исследование), обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы на собрании, в печати, в беседе<sup>5</sup>; обсуждение какого-

---

<sup>5</sup> Большой Энциклопедический словарь. 2000.

нибудь вопроса для выяснения разных точек зрения<sup>6</sup>. Отличительные черты дискуссии: наличие темы обсуждения, аргументация позиций, позволяющая прояснить или изменить мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения. По форме организации выделяют *структурированные (организованные)* и *неструктурированные (свободные)* дискуссии.

В структурированных дискуссиях тема обсуждения определяется заранее, четко регламентируется порядок проведения, за которым следит ведущий дискуссии.

В неструктурированных дискуссиях темы выбираются самими участниками, время дискуссии, порядок и регламент выступлений не ограничивается.

Несколько советов для развития навыка участия в дискуссии:

- *Наблюдайте*, как ведут себя другие участники дискуссии.

Как вступают в обсуждение?

Как задают вопросы?

Как выражают своё согласие или несогласие с темой обсуждения?

Какие специальные фразы участники используют, чтобы быть вежливыми, даже выражая несогласие?

Как они дают понять, что хотят задать вопрос или высказаться?

- *Научитесь слушать*. Слушание — ключевой навык и обязательный элемент любой дискуссии. Слушать — значит не просто слышать, что говорят другие. Слушать — значит понимать, что говорят.
- *Сохраняйте вовлеченность*. Не позволяйте себе отвлекаться. Оценивайте все, что слышите. Анализируйте, как это соотносится с темой обсуждения, вашим личным мнением и знаниями.
- *Будьте открыты к новым взглядам и точкам зрения*. Делайте заметки, записывайте возникающие вопросы, чтобы иметь возможность обдумать и проанализировать все услышанное после занятия.
- *Подготовьтесь*. Согласитесь, трудно участвовать в обсуждении, если вы не до конца понимаете, о чем идет речь. Посещайте занятия, читайте литературу, которую вам предлагает преподаватель, делайте записи, изучайте дополнительные материалы. Если вам тяжело дается предмет или вы не совсем понимаете тему дискуссии, не чувствуете себя уверенно или сомневаетесь в своих знаниях — обратитесь к преподавателю до или после занятия. Вместе вы сможете придумать выход из ситуации. Озвучить проблему — значит сделать первый шаг к её решению!
- *Практика, практика и еще раз практика*. Практикуйтесь в обсуждении учебных тем не только в классе, но и за его пределами.

### Управление дискуссией

Учителю, который взял на себя роль ведущего, нужно:

- кратко представить тему обсуждения, сформулировать основные цели;
- задавать вопросы, чтобы поддерживать обсуждение и сохранять вовлеченность участников;
- следить за тем, чтобы никто из участников не доминировал в дискуссии;
- приглашать других высказаться и благодарить их за участие;
- следить, чтобы все говорили по одному, не перебивая друг друга и не начиная параллельное обсуждение, пока не выскажется предыдущий выступающий. Постараться выделять примерно одинаковое время на выступление каждого участника;

---

<sup>6</sup> Толковый словарь русского языка: В 4 т. — М. : Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940.

- контролировать, чтобы обсуждение не уходило от темы;
- подвести итог дискуссии.

### **Правила проведения и участия в структурированной дискуссии**

Во время проведения дискуссии ее участники должны быть расположены так, чтобы они могли видеть друг друга.

Необходимо предусмотреть возможность размещения промежуточных результатов (подготовить большие листы бумаги или флипчарт, фломастеры или маркеры).

Сформулируйте тему дискуссии, определите цели, подготовьте вопросы для совместного обсуждения.

Определите временные рамки дискуссии. Если необходимо, запланируйте перерыв. Определите временной регламент выступающих.

Заранее сообщите участникам дискуссии тему и правила участия.

### **Панельная дискуссия**

*Цель:* организация обсуждения проблемы в группе.

1) проблема дискуссии формулируется руководителем;  
2) участники делятся на микрогруппы, которые располагаются в аудитории по кругу;

3) члены каждой группы выбирают представителя или председателя, который в процессе дискуссии будет отстаивать их позицию;

4) в течение 15–20 минут в микрогруппе обсуждается проблема и вырабатывается общая точка зрения;

5) представители групп собираются в центре круга и получают возможность высказать мнение группы, отстаивая ее позиции. Остальные участники следят за ходом обсуждения и за тем, насколько точно представитель микрогруппы выражает общую позицию. Они не могут высказывать собственное мнение, а лишь передают в ходе обсуждения записки, в которых излагают свои соображения;

6) представители групп могут взять перерыв, чтобы проконсультироваться с остальными ее членами;

7) панельное обсуждение заканчивается по истечении отведенного времени или после принятия решения;

8) после окончания дискуссии представители групп проводят критический разбор хода обсуждения, а решения принимаются уже всеми участниками.

Важно, чтобы все участники панельной дискуссии были заинтересованы в решении обсуждаемой проблемы, только тогда внимание аудитории не будет переключаться на посторонние предметы.

### **Дискуссия на основе технологии «Аквариум»**

Учащихся разделяют на две группы: *внутренний («аквариум»)* и *внешний круг*. Учащиеся в «аквариуме» ведут дискуссию, в то время как учащиеся во внешнем круге слушают дискуссию и делают записи. Учащиеся во внутреннем круге учатся формулировать свою позицию и реагировать на точки зрения других учащихся. Учащиеся во внешнем круге наблюдают за дискуссией со стороны и делают выводы, что делает обсуждение более эффективным, оценивают содержание и форму, убедительность выступлений, стиль спикеров.

Как организовать дискуссию «аквариум»?

Учащиеся знакомятся самостоятельно с учебными материалами по теме занятия.

Учитель выбирает четыре–пять учащихся, которые будут участвовать в дискуссии. Остальные учащиеся становятся слушателями. Они не могут вступать в обсуждение. Их задача — наблюдать и делать записи по содержанию и по форме дискуссии.

Роль модератора может выполнять как учитель, в старших классах — один из учащихся.

Позвольте дискуссии развиваться свободно. Можете организовать ротацию участников, когда участники и слушатели меняются местами. Рекомендуется проводить дискуссию 15–20 минут.

После завершения дискуссии можно организовать обсуждение в малых группах, предложив следующие вопросы:

- С какой позицией вы согласны?
- С какой позицией вы не согласны?
- Опишите ваши ощущения, когда вы находились внутри «аквариума».
- Опишите ваши ощущения, когда вы находились «снаружи».
- Какими еще наблюдениями вы можете поделиться?

Завершите активность финальным опросом, который вы адресуете всем ученикам: чему вас научила дискуссия?

Варианты вопросов для обсуждения дискуссии со слушателями:

1. Сложно ли вам было удерживаться от комментариев по поводу того, что говорили участники? Почему? Если да, что вы хотели прокомментировать?
2. Было ли что-то в дискуссии, что вызвало ваше удивление?
3. Что помогало вам ухватывать суть дискуссии (невербальные знаки, контекст и т. д.)

Варианты вопросов для обсуждения дискуссии с участниками:

1. Как вы себя чувствовали во время дискуссии, когда за вами наблюдали другие учащиеся?
2. Приходилось ли вам дискутировать на подобные темы?
3. Есть ли что-то, что вам хотелось обсудить, но вы не успели? Хотелось бы вам переформулировать ту или иную позицию, если вам кажется, что вы ее выразили недостаточно чётко?

**Шесть шляп мышления** — система организации мышления, разработанная британским психологом и писателем, экспертом в области творческого мышления Эдвардом де Боно (1933–1991), которая описывает инструменты структурирования групповой дискуссии и индивидуальной умственной деятельности с использованием шести цветных шляп.

В основе метода лежит концепция параллельного мышления. Результативность техники мышления, разработанной де Боно, обеспечивается разделением и разведением режимов мышления на шесть направлений и выбором нужного подхода в конкретной ситуации. Подобное деление делает мышление более сосредоточенным и устойчивым и учит нас оперировать различными его аспектами по очереди. Каждый из шести режимов мышления метафорически соотнесён автором с одной из шести цветных шляп. Такое разделение упорядочивает и сосредотачивает мышление, оптимизируя процесс решения той или иной задачи.

*Белая шляпа* — это режим фокусировки внимания на всей информации, которой мы обладаем: факты и цифры. Также помимо тех данных, которыми мы располагаем, «надевая белую шляпу», важно сосредоточиться на недостающей, дополнительной информации, подумать о том, где ее раздобыть.

*Красная шляпа* — шляпа эмоций, чувств и интуиции. Не вдаваясь в подробности и рассуждения, на этом этапе высказываются все интуитивные догадки. Люди делятся эмоциями (страх, негодование, восхищение, радость и т. д.), возникающими при мысли о том или ином решении или предложении. Здесь важно быть честным — как с самим собой, так и с окружающими (если идет открытое обсуждение).

*Желтая шляпа* позитивная. Надевая ее, мы думаем над преимуществами, которое дает решение или несет предложение, размышляем над выгодой и перспективой определенной идеи. И даже если эта идея или решение на первый взгляд не сулят ничего хорошего, важно проработать именно эту, оптимистическую сторону, и попытаться выявить скрытые положительные ресурсы.

*Черная шляпа* полная противоположность желтой. В этой шляпе на ум должны идти исключительно критические оценки ситуации (идеи, решения и т. д.): проявите осторожность, обратите взгляд на возможные риски и тайные угрозы, на существенные и мнимые недостатки, включите режим поиска подводных камней и побудьте немного пессимистом.

*Зеленая шляпа* — шляпа творчества и креативности, поиска альтернатив и внесения изменений. Рассматривайте всевозможные вариации, генерируйте новые идеи, модифицируйте уже существующие и присматривайтесь к чужим наработкам, не брезгуйте нестандартными и провокационными подходами, ищите любую альтернативу.

*Синяя шляпа* — шестая шляпа мышления (в отличие от пяти других) и предназначена для управления процессом реализации идеи и работы над решением задач, а не для оценки предложения и проработки его содержания. В частности, использование синей шляпы перед примеркой всех остальных — это определение того, что предстоит сделать, т. е. формулирование целей, а в конце — подведение итогов и обсуждение пользы и эффективности метода шести шляп<sup>7</sup>.

**Дебаты** — чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам; разновидность публичной дискуссии, направленная на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга.

Наиболее оптимальным форматом дебатов для школьников являются дебаты программы Карла Поппера<sup>8</sup>. В дебатах Карла Поппера участвуют две команды по три человека (спикеры). Они обсуждают заданную тему, при этом одна команда утверждает тезис (утверждающая команда — У), другая команда его опровергает (отрицающая команда — О). Формат дебатов Карла Поппера позволяет освоить основы аргументации, стратегии утверждения и отрицания, получить навыки ведения дискуссии в соответствии с регламентом.

### Регламент и роли спикеров в дебатах Карла Поппера

Порядок выступления спикеров		Время	Роли спикеров
1	У1	6 мин.	Представляет команду, показывает актуальность темы, дает определения ключевым понятиям темы, представляет все аргументы команды в организованной форме

<sup>7</sup> Боно, Э. Шесть шляп мышления. — М. : Попурри, — 2006. — 208 с.

<sup>8</sup> Сэр Карл Раймунд Поппер (нем. Karl Raimund Popper; 1902–1994) — австрийский и британский философ и социолог. Дебаты программы Карла Поппера (формат образовательных дебатов) считаются простейшим и оптимальным форматом для начинающих. Созданы Институтом «Открытое общество» как самый мягкий командный формат.

Порядок выступления спикеров		Время	Роли спикеров
2	О3 → У1	3 мин.	О3 задает перекрестные вопросы У1
3	О1	6 мин.	Принимает определения утверждающей команды, за исключением случаев, когда определения У1 некорректны. Спор по определениям не допускается, однако оспаривать их возможно! Опровергает аргументы У1 и выдвигает все возможные аргументы отрицающей стороны
4	У3 → О1	3 мин.	У3 задает перекрестные вопросы О1
5	У2	5 мин.	Опровергает аргументы О1, восстанавливает аргументы утверждающей команды, представляет доказательства, поддерживающие утверждающую линию. Новые аргументы не приводятся
6	О1 → У2	3 мин.	О1 задает вопросы У2
7	О2	5 мин.	Опровергает аргументы утверждающей команды, усиливает отрицающую линию и представляет доказательства в ее поддержку. Новые аргументы не приводятся
8	У1 → О2	3 мин.	У1 задает вопросы О2
9	У3	5 мин.	Выявляет области столкновения команд, делает сравнительный анализ позиций сторон и объясняет, почему аргументы утверждающей команды более убедительны
10	О3	5 мин.	Выявляет области столкновения команд, делает сравнительный анализ позиций сторон и объясняет, почему аргументы отрицающей команды более убедительны

Команды имеют право на 8-минутный перерыв (таймаут) для консультаций друг с другом между выступлениями, которые они могут использовать полностью или частями. Таймкипер следит за временем и показывает, сколько времени осталось до окончания раунда (3 минуты, 2 минуты, 1 минута, 30 секунд).

**Эвристическая беседа** — метод обучения с помощью наводящих вопросов, заставляющих учащихся на основе жизненного опыта, запаса знаний, наблюдений находить ответы на поставленные вопросы, получать новые знания. Учитель задает ученикам серию взаимосвязанных вопросов, которые вытекают один из другого. Каждый из подвопросов представляет собой небольшую проблему, но в совокупности они ведут к решению основной проблемы, поставленной учителем. Вопрос здесь играет очень важную продуктивно-познавательную функцию. При эвристической беседе движение к следующему шагу возможно только когда завершен предыдущий шаг, новый вопрос задают только после ответа на предыдущий.

Внутри каждого шага и между ними учитель может высказывать корректирующие замечания или разъяснения, к примеру, «покажите на карте», «отыщите», «вспомните»,

«прочтите и скажите» и так далее. Замечания играют вспомогательную роль и являются, по сути, вопросами, выраженными не в вопросительной форме.

**Круглый стол** — это беседа, в которой на равных участвуют 15–25 человек; происходит обмен мнениями между всеми участниками. Руководит беседой ведущий (не обязательно преподаватель), который, однако, старается не захватывать содержательного лидерства. Как правило, перед участниками не стоит задача полностью решить проблему; они ориентированы на возможность рассмотреть ее с разных сторон, собрать как можно больше информации, осмыслить, обозначить основные направления развития и решения, согласовать свои точки зрения, научиться конструктивному диалогу, поэтому на круглый стол приглашают специалистов различных направлений. Характерной чертой круглого стола является сочетание тематической дискуссии с групповой консультацией. Существует важное условие при проведении круглого стола: нужно, чтобы он был действительно круглым, т. е. процесс коммуникации должен происходить «глаза в глаза», что приводит к возрастанию активности, увеличению числа высказываний, возможности включения каждого в обсуждение, стимулирует невербальные средства общения (мимику, жесты, эмоциональные проявления). Преподаватель также располагается в общем кругу как равноправный член группы, что создает менее формальную обстановку. На практике круглые столы часто используются при проведении конференций, подведении итогов курсов, семинаров со взрослыми.

**Полилог** (от греч. πολύς — многочисленный и λόγος, здесь — разговор) — разговор между несколькими лицами; разновидность речи, в которой несколько участников и все они активны в речевом отношении. В полилоге происходит накопление информации, вносимой отдельными его участниками. Нельзя назвать полилогом такой разговор, когда один говорит, а остальные иногда вставляют отдельные реплики.

**Мозговой шторм**, или брейнсторминг (от англ. brainstorm) — способ коллективного поиска решений для самых разных задач. Проведение шторма эффективно при решении задач, которые требуют творческого подхода, при этом ответ на поставленный вопрос нужно найти за ограниченный промежуток времени, а привычные стратегии не работают.

В процессе мозгового шторма участники предлагают первые пришедшие на ум варианты. Разумеется, большинство из вариантов потом отсеивается — нет задачи предлагать только гениальные и оптимально подходящие решения. Главное, чего требуется достичь в ходе мозгового шторма, — высвободить креативную энергию и раскрепостить участников, чтобы они безбоязненно предлагали самые нестандартные решения.

10 правил эффективного проведения мозгового шторма:

1. Предварительная подготовка. Всем участникам мозгового шторма следует готовиться к нему заранее. Задача шторма должна быть озвучена минимум за 2–3 дня до его проведения.

2. Много участников. Чтобы мозговой шторм прошёл максимально эффективно, нужно приглашать для участия в нём как можно больше людей.

3. Уточнение поставленной задачи. Перед началом шторма рекомендуется отвести некоторое время на дополнительное уточнение исследуемой проблемы.

4. Записи. На протяжении всей «игры» нужно непременно вести записи и делать пометки. Причём делать это должен каждый участник.

5. Никакой критики. Ни в коем случае не отвергайте предлагающиеся идеи, какими бы нелепыми или фантастическими они не казались.

6. Максимальная генерация идей. Каждый участник процесса должен понять, что ему нужно и предлагать как можно больше идей. Неопытные участники могут

стесняться или обдумывать идеи, не озвучивая их. Следует понимать, что это многократно снижает всю эффективность метода.

7. Привлечение других людей. Если, например, во время штурма есть цель составить список из 100 решений, но этот уровень никак не достигается, можно привлечь к мозговому штурму людей, которые либо не присутствуют на штурме, либо вообще не имеют к нему никакого отношения.

8. Модификация идей. Для получения наилучшего результата можно соединять две идеи (и более) в одну.

9. Визуальное отображение. Для удобства восприятия и повышения результативности мозгового штурма следует использовать маркерные доски, флеш-панели, плакаты, схемы, таблицы и т. п.

10. Отрицательный результат. Во время поиска решения и даже по его окончании представьте, что ситуация обернулась прямо противоположным образом, и всё пошло не так, как вы планировали. С помощью такого моделирования можно способствовать выработке дополнительных идей, морально и психологически подготовить себя к любой ситуации.

Одна из самых распространенных ошибок при проведении мозгового штурма — в желании поощрить по итогам автора успешной идеи. Это вызовет ненужные эмоции зависти и конкуренции в команде, мешает участникам высказывать действительно все, даже самые дикие идеи. Ведь за «правильный ответ» полагается награда. Важно понимать, что все ответы правильные, а брейнсторминг — коллективная работа. Вклад каждого имеет значение, потому что идеи раскручивают и дополняют все участники процесса. Можно заранее оговорить вознаграждение за успешно проведенный брейнсторминг, в котором поощрение распределяется равномерно между всеми участниками мозгового штурма, независимо от того, чьи идеи оказались лучше.

Мозговая атака проводится в несколько этапов:

1. В начале перед участниками процесса четко ставится задача — чего нужно достичь и в какие сроки, какое количество идей необходимо предложить, кто является заказчиком, какой продукт команда в итоге произведет.

2. Этап генерирования идей. На этом этапе все участники мозгового штурма предлагают варианты решения проблемы — чем больше, тем лучше. Здесь важно не отметить даже самые абсурдные на первый взгляд идеи, а тщательно фиксировать все предложения. На этом этапе жестко пресекается любая критика и оценка идей.

3. После того как все предложения зафиксированы и есть из чего выбрать, можно переходить к оценке и анализу. Это экспертный этап, где включается критическое мышление и навыки систематизации, взвешивание всех за и против, при котором отбираются только самые подходящие идеи. На этом этапе ни в коем случае нельзя критиковать авторов идей, которые не войдут в шорт-лист лучших. Это противоречит концепции брейнсторминга.

**Ролевая игра** — интерактивный метод, который позволяет обучаться на собственном опыте путем специально организованного и регулируемого «проживания» жизненной и/или профессиональной ситуации. Ролевая игра — форма моделирования учащимися социальных отношений: свободная импровизация, не подчиненная жестким правилам и неизменным условиям. Тем не менее, произвольно разыгрывая различные ситуации, учащиеся чувствуют и поступают так, как должны поступать люди, чьи роли они берут на себя. В ролевых играх учащиеся вступают в разнообразные контакты между собой и по собственной инициативе имеют возможность строить свои взаимоотношения в значительной мере самостоятельно, сталкиваясь с интересами своих партнеров и приучаясь считаться с ними в совместной деятельности.

Наиболее характерным моментом роли является то, что она не может осуществляться вне практического *игрового действия*. Между ролью и игровыми действиями тесная взаимосвязь и противоречивое единство. Чем обобщеннее и сокращеннее игровое действие, тем глубже отражена в игре система отношений деятельности взрослых. И наоборот, чем конкретнее развернутое игровое действие, тем больше на первый план выходит предметное содержание воссоздаваемой деятельности, а на второй план уходят отношения между людьми.

Другой компонент игры — *правила*. Отличительным признаком ролевой игры является наличие *сюжета*.

При проведении факультативного занятия ролевые игры играют особую роль. В них можно проиграть все основные этапы создания школьной бизнес-компании.

**Кейс-метод, метод ситуационного анализа** (англ. *case-study*) — технология обучения, в основе которой лежит анализ и решение участниками реальных, приближенных к жизни ситуаций (кейсов) из различных областей деятельности (экономика, право, экология, педагогика и т. д.).

По *формату* использования выделяют:

- **Executive-кейсы** (1–2 страницы и менее). Участники знакомятся с кейсом непосредственно на уроке/занятии и решают его индивидуально или в формате обсуждения с модератором. Такие кейсы используются в качестве иллюстрации теоретического материала или для проверки конкретных узких навыков.
- **Тематические кейсы** (3–5 страниц). Предназначены для разбора на учебном занятии и общей дискуссии, иногда предполагается краткая предварительная подготовка участников.
- **Гарвардские кейсы** (в среднем 20–25 страниц). Подразумевают самостоятельную командную работу в течение нескольких дней и презентацию решения.

По *уровню сложности* кейсы могут быть:

- **Структурированными**. Включают в себя минимальное количество дополнительной информации. В них заложена определенная модель решения, существует оптимальный вариант решения.
- **«Маленькими набросками»**. Знакомят только с ключевыми понятиями, включают 2–3 страницы приложений. Участникам требуются дополнительные знания для работы.
- **Большими неструктурированными**. Это самые сложные кейсы. Участникам нужно справиться с большим объемом слабо структурированных данных. В кейс может включаться лишняя информация и/или отсутствовать необходимые данные.

**Эссе** (фр. *essai* «попытка, проба, очерк», от лат. *exagium* «взвешивание») — литературный жанр, небольшое прозаическое сочинение, свободной композиции, подразумевающее изложение позиции автора по определенной теме или предмету. Создателем жанра эссе считается французский писатель и философ эпохи Возрождения Мишель де Монтень («Опыты», 1580 г.). Написание эссе развивает такие навыки, как самостоятельное творческое мышление, четкое и грамотное изложение собственных мыслей, структурирование информации, точное использование понятий, логичное, последовательное изложение, аргументированность, умение сделать выводы.

Эссе — это не литературный жанр, его иногда используют работодатели при приеме претендентов на работу. Эссе для работодателя — дополнительный способ оценить потенциального сотрудника. Всё по причине высокой конкуренции на рынке труда: когда вокруг много отличных кандидатов, нужно выявить лучших из лучших. С помощью эссе работодатель оценивает коммуникативные навыки кандидата: способность написать грамотное деловое письмо, умение ясно излагать и аргументировать мысли.

Эссе состоит из вступления, основной части и заключения. Эссе всегда содержит тезис — основную идею, позицию автора. Тезис может находиться в начале эссе, если у автора уже есть точка зрения на данную проблему, или в заключении, если он приходит к ней в результате рассуждений. Любой тезис должен быть поддержан двумя-тремя аргументами (факты, общественные события, явления, личный опыт, научные обоснования, ссылки на мнение авторитетных личностей).

При написании эссе важно учитывать следующие моменты.

- Точных объемов эссе не существует. Например, в Гарвардской школе бизнеса часто пишутся эссе всего на двух страницах. Поэтому в большинстве случаев объем эссе определяется в требованиях.
- Эссе присущ эмоциональный, экспрессивный, художественный стиль изложения. Вместе с тем для того, чтобы быть понятным, автору эссе лучше избегать предложений сложных конструкций, излишней терминологии, особенно узкоспециальной. В текст можно включать яркие высказывания, афоризмы.
- Тема эссе всегда конкретна, а ее трактовка подчёркнуто субъективна.
- Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении — резюмируется мнение автора).

*Алгоритм написания эссе:*

- внимательно прочитайте тему и требования к эссе;
- составьте план по описанной трёхчастной структуре: сформулируйте тезис(ы), выберите аргументы и подтверждающие их примеры;
- напишите текст, не превышая заданного объёма;
- перепроверьте текст два–три раза и исправьте ошибки.

Следите за временем, чтобы вовремя сдать работу. Если задание было дано не на собеседовании, важно не нарушить установленный дедлайн (срок сдачи).

*Оценка эссе* осуществляется в соответствии со следующими критериями:

- соответствие содержания заданной теме;
- наличие оригинальных идей и нестандартный взгляд на проблему, свое видение проблемы;
- наличие основной мысли;
- логическая и стилистическая выдержанность;
- орфографическая и пунктуационная грамотность;
- продуманная композиция;
- уместное и грамотное использование терминов;
- аргументированность (факты, цитаты и т. п.);
- аккуратное оформление работы в деловом стиле (электронная и/или печатная версия);
- своевременность выполнения работы.

По сути, предпринимательская деятельность — это инновационно-проектная деятельность. Поэтому использование **метода проектов** будет содействовать эффективному обучению предпринимательства и формированию предпринимательской компетентности. Проектная деятельность позволяет сделать акцент в обучении на практическую деятельность учащихся. Метод проектов — способ достижения дидактической цели, который должен завершиться практическим результатом, оформленным тем или иным способом. Учебный проект — совместная учебно-познавательная, творческая или игровая деятельность учащихся-партнеров, имеющая общую цель и согласованные способы, направленная на достижение общего результата по решению какой-либо

проблемы, значимой для участников проекта<sup>9</sup>. Прагматическая направленность на результат составляет основу метода. Чтобы добиться такого результата, необходимо научить учащихся самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, привлекая для этой цели знания из разных областей знаний, прогнозировать результаты и возможные последствия разных вариантов решения. Метод проектов ориентирован на самостоятельную деятельность учащихся — индивидуальную, парную, групповую, которую учащиеся выполняют в течение определенного периода времени.

Организация проекта может осуществляться следующим образом:

- определение проблемы;
- определение и формулирование цели проекта, создание мысленного образа желаемого результата работы — проектного продукта;
- планирование организации работы над проектом, определение задач, которые предстоит решить на отдельных этапах работы и способы, которыми эти задачи будут решаться; разработка графика выполнения работ;
- реализация проекта;
- презентация проектов, оппонирование;
- самооценка и рефлексия;
- коллективное обсуждение, внешняя оценка, выводы, выдвижение новых проблем исследования;
- рефлексия<sup>10</sup>.

На протяжении всей работы над проектом каждый учащийся должен вести «Дневник работы над проектом». В нем учащийся записывает все возникающие в ходе работы вопросы и проблемы, советы, которые дает ему учитель, и рекомендации, которые он получает на инструктивных совещаниях. Дневник ведется в любой свободной форме, удобной для учащегося.

Непременным условием проекта является его публичная защита, презентация результатов работы, в ходе которой автор / авторы рассказывают о ходе работы, проблемах, с которыми сталкивались и как их решали, показывают результаты, демонстрируют знания и опыт, которые они приобрели в ходе разработки проекта. Элемент самопрезентации — важная сторона работы над проектом. Это своего рода рефлексивная оценка проделанной работы. Умение кратко и аргументированно представить свою работу очень востребовано в современном обществе. Защита проектов, как правило, происходит в форме публичного выступления в течение 7–10 минут. Для учащихся важно сформировать умение выдерживать временной регламент выступления. С этой целью можно использовать формат «*Печа-куча*».

### Для справки

В 2003 году австрийские архитекторы Астрид Кляйн и Марк Дэйтем, живущие в Токио, решили провести встречу молодых дизайнеров, где каждый мог представить свой проект. Они предложили формулу «20 на 20»: у каждого выступающего — 20 слайдов, автоматически сменяющихся через 20 секунд. Таким образом, каждое выступление длится 6 минут 40 секунд. При этом тема и форма подачи может быть любой. После выступления — небольшой перерыв на обсуждение. Такой формат выступления получил название «Печа-куча» (в переводе с японского «болтовня» или «легкая, увлекательная беседа»). «Печа-куча» — способ представления кратких докладов, специально ограниченных

<sup>9</sup> Бухаркина, М. Ю. Разработка учебного проекта. — М., 2003.

<sup>10</sup> Янушевский, В. Н. Методика и организация проектной деятельности в школе. 5–9 классы. Методическое пособие. — М. : ВЛАДОС, 2015.

по форме и продолжительности. Преимущество такой формы представления состоит в том, что выступление короткое и не успевает утомить. При небольшом количестве времени можно просмотреть большое количество разнообразных проектов.

Прием «Печа-куча» активно используется в разных областях, в том числе и в образовании. Он помогает научиться делать презентации и выступления краткими и динамичными. Количество слайдов может быть изменено, но в таком случае должно быть изменено и время, отведенное для одного слайда. Неизменным остается общее время выступления. Можно использовать автоматическое переключение слайдов, установленное на фиксированное время.

После представления проекта учащиеся могут задавать вопросы. Умение отвечать на вопросы — также одно из умений, которое должно быть сформировано у учащихся.

Во время представления и защиты проектов остальные учащиеся анализируют качество выполненной работы и заполняют оценочные листы:

### Примерный оценочный лист проекта

Автор (авторы)		
Тема проекта		
<b>I. Оценка работы над проектом</b>		
Критерии оценки	Мах кол-во баллов	Кол-во баллов
Самостоятельность выполнения проекта (собственный вклад автора)	10	
Использование знаний вне школьной программы	5	
Личная заинтересованность автора (авторов)	5	
Разнообразие источников информации, целесообразность их использования	4	
<b>Итого</b>	<b>24</b>	
<b>II. Оценка продукта</b>		
Соотнесение темы, целей и задач проекта	3	
Соответствие выводов поставленным цели и задачам, содержанию работы, способность анализировать результаты	3	
Самооценка деятельности и результата	3	
Оригинальность продукта	5	
Практическая значимость	5	
Оформление продукта (эстетичность, соответствие заявленным целям)	10	
<b>Итого</b>	<b>29</b>	
<b>III. Оценка публичной презентации проекта</b>		
Четкость и логичное изложение темы. Владение понятийным аппаратом по выбранной тематике	5	
Умение держаться при выступлении, соблюдение регламента, культура подачи материала, культура речи	10	
Качество мультимедийной презентации (при наличии)	5	
Ответы на вопросы	5	
<b>Итого</b>	<b>25</b>	

Следует помнить, если при организации учебной деятельности учащиеся работают над учебным материалом под непосредственным руководством учителя, то в проектной деятельности учащиеся, при поддержке учителя, сами ставят конкретные задачи и находят средства для их решения, при этом мерилом успешности выполнения проекта является его продукт. Однако главный результат участия учащихся в проектной деятельности — те изменения, которые появляются у учащихся: новые знания, приобретение новых умений и навыков, самостоятельность, инициативность и т. д.

Учебная программа предусматривает выполнение учащимися проектов по результатам изучения каждого раздела. Разработка проекта должна начинаться на первом занятии раздела и завершаться его презентацией на последнем занятии.

**Ролево-игровой проект «Успешный бизнес: основные правила»** (тематический раздел I) может выполняться как несколько групповых или парных проектов.

*Проблема:* по статистике, два из десяти новых предприятий закрываются в первый же год работы, а девять из десяти стартапов терпят неудачу. Более 90 % новых фирм разваливаются в течение первых трех лет. Если у проекта есть венчурная поддержка, то проваливаются 7,5 из 10 предприятий.

*Цель:* выяснить, в чем причины закрытия молодых предприятий и каких ошибок можно избежать.

*Проектный продукт:* рейтинг причин (может быть представлен в виде инфографики) закрытия молодых предприятий; описание некоторых секретов успешного бизнеса; анализ деятельности распавшихся предприятий и выяснение допущенных ошибок.

*Методы:* анализ деятельности малых и средних предприятий на основе изучения литературы; встречи с местными предпринимателями.

*Предполагаемый результат:* по результатам презентации проектов можно провести обсуждение для выработки общих правил организации и ведения успешного бизнеса.

В процессе изучения тематического раздела II предусмотрено выполнение учащимися исследовательских проектов, которые направлены на обучение старшеклассников методам исследовательской практики и предусматривают режим максимального проявления самостоятельности в работе с информацией. В ходе выполнения исследовательских проектов учащиеся могут познакомиться с развитием предпринимательства на белорусских землях и деятельностью некоторых белорусских предпринимателей. Выполняя исследовательский проект, учащиеся могут самостоятельно узнать и представить деятельность таких белорусских предпринимателей и предприятий, как граф Николай Петрович Румянцев (1754–1826), Адам Ельский (1838–1915), Западный спичечный синдикат, Эдвард Антоний Леонард Войнилович (1847–1928), кондитерская фабрика «Красный пищевик» (с 1870 г.), деревообрабатывающее предприятие «Гомельдрев» (с 1879 г.), кондитерская фабрика «Коммунарка» (1905 г.), кондитерская фабрика «Спартак» (с 1924 г.) и др.

*Проблема:* после установления советской власти и образования СССР в Беларуси, как и во всей стране, был проведен ряд мероприятий, направленных на вытеснение частного капитала, и к началу 1930-х годов частное предпринимательство практически перестало существовать. Как результат, в обществе утеряны традиции создания и ведения своего дела.

*Цель:* определить место предпринимательства и роль предпринимателей в социально-экономической жизни общества на различных этапах исторического развития Беларуси.

*Проектный продукт:* сообщения на уроках по истории Беларуси; материал для стенных газет, посвященных конкретным предпринимателям и предприятиям; подготовка материалов для блога «История белорусского предпринимательства».

*Методы:* изучение литературы; посещение наиболее старых предприятий своего региона (по возможности).

*Предполагаемый результат:* по результатам презентации проектов может быть создана галерея успешных белорусских предпринимателей и предприятий.

Результатом освоения тем должен стать проект школьной бизнес-компании. Каждая тема — отдельный этап создания собственного предприятия. Школьную бизнес-компанию можно рассматривать как социальный проект, имеющий своей целью формирование у учащихся мотивации к социально ответственной предпринимательской деятельности, воспитание у участников ответственности, самостоятельности, умения ставить цели и достигать их, креативности, умения работать в команде. Школьная бизнес-компания — это обучение через практику. Основная цель создания школьных бизнес-компаний — дать возможность учащимся в ходе учебного процесса в форме ролевой, деловой игры, максимально приближенной к жизни, получить практический опыт в области предпринимательства, участвуя в создании и управлении собственным школьным предприятием. Во время работы школьной бизнес-компании ее участники проходят все основные этапы создания, становления, деятельности и ликвидации компании. Работа в школьной бизнес-компании показала, что школьники получают больше удовольствия от участия в ее работе, чем от других видов программы экономического образования. Это не только дает возможность на практике применить полученные теоретические знания, но и приучает к ответственности, развивает управленческие и лидерские навыки.

*Проблема:* исследования показывают, начиная свое дело, многие не знают, как создать собственное предприятие, какие организационные мероприятия провести.

*Цель:* реальное прохождение всех этапов организации бизнеса — от выбора идеи, выработки маркетинговой стратегии и написания бизнес-плана до организации производства и создания ученического предприятия.

*Проектный продукт:* школьная бизнес-компания.

*Методы:* ролевые игры, практико-ориентированные, дискуссионные методы.

*Предполагаемый результат:* практические знания и навыки организации собственного предприятия, профессиональное самоопределение.

На примере создания, управления и ликвидации игрового малого предприятия школьная бизнес-компания делает понятными многие вопросы по созданию и ведению собственного дела.

В Беларуси школьные бизнес-компании появились в 2011 году. Они были организованы в двух формах: как реально-действующее предприятие и как деловая игра. Практика показала, что организация школьных бизнес-компаний как реально действующих предприятий имеет ряд ограничений: отсутствует законодательство, у учителей не хватает знаний и опыта руководства, не налажены связи с бизнес-сообществом. Поэтому в настоящее время наиболее эффективна организация школьных бизнес-компаний в формате организационно-деловых игр. Деятельность школьных бизнес-компаний организуется на рамках одного учебного года, и ее минимальная продолжительность составляет примерно две недели.

Организации предпринимательской деятельности в форме бизнес-компании состоит из нескольких этапов.

На первом этапе формируется коллектив бизнес-компании, определяется, кто чем будет заниматься, за что нести ответственность, а также на основе обсуждения интересов и возможностей учащихся, и того, как это может помочь улучшить жизнь людей, идет поиск бизнес-идеи.

На втором этапе проводится маркетинговое исследование спроса покупателей и рынка продукции для того, чтобы получить информацию о рынке, структуре, динамике конкретного спроса, информацию о вкусах, предпочтениях покупателей, а также создание такого набора товара или услуг, который более полно удовлетворяет требованиям рынка, чем товары конкурентов.

На третьем этапе проводятся имиджевые мероприятия: выбирается название компании, определяется ее миссия и цели, разрабатывается логотип, обсуждается проведение рекламной кампании.

На четвертом этапе разрабатывается производственный план, план маркетинговых и рекламных мероприятий, составляется бизнес-план.

На пятом этапе запускается производство и реализация продукции, производится контроль за финансовыми потоками.

На шестом этапе завершается деятельность бизнес-компании путем прекращения выпуска продукции, составляется баланс, ликвидационный отчеты, подводятся итоги деятельности.

### Для справки

*Из истории школьных бизнес-компаний.* В начале XX века в Соединенных Штатах Америки была разработана программа экономического образования Junior Achievement (Достижения молодых). Первоначально в 1919 г. в г. Спригфилд (Массачусетс, США) было основано Бюро мальчиков и девочек Лиги восточных штатов (Boys' and Girls' Bureau of the Eastern States League), чтобы помочь молодежи сельских районов получить образование и переехать в процветающие города, открыть собственное дело и производство продукции. Впоследствии название организации было изменено, и с 1926 г. она стала называться Junior Achievement (JA) (Достижения молодых). В годы Второй мировой войны из региональной организации она выросла в национальную.

В связи с ростом интереса к экономическому образованию в мире и популярностью программ Junior Achievement в 1960-х годах было организовано специальное отделение — Junior Achievement International, которое занимается распространением программ JA в других странах мира. Сегодня более 100 стран имеют свои отделения Junior Achievement. Каждый год свыше пяти миллионов школьников обучаются по этим программам основам рыночной экономики и предпринимательства. Все достижения JA стали реальностью не только благодаря усилиям ее основателей и продолжателей, но и мощной поддержке деловых кругов.

Более 50 лет организация известна разработкой программ для студентов, которые создавали свои студенческие компании, продавали лишние вещи, производили продукцию и продавали ее в своих коммунах. За работой студенческих компаний наблюдали консультанты-предприниматели. С середины 1970-х гг. организация начала заниматься бизнес-образованием учащихся средних школ.

В 1962/1963 учебном году в Великобритании была основана организация «Молодой предприниматель (Young Enterprise), превратившаяся к 1977 г. в европейскую. С 2002 г. эти организации объединились под названием Junior Achievement / Young Enterprise Europe<sup>11</sup>.

В 2006 г. в Великобритании впервые провели Неделю предпринимательства, цель которой — популяризация молодежного инновационного предпринимательства,

---

<sup>11</sup> Francomano, J, Lavitt, W. & D. Junior Achievement: a history. — Colorado Springs, 1988. — 153 p.

взаимодействие и обмен предпринимательскими идеями и знаниями, формирование предпринимательской культуры и развитие предпринимательского потенциала в молодежной среде. С 2008 г. акция приобрела международный характер. В 2021 г. во Всемирной неделе предпринимательства (Global Entrepreneurship Week) приняло участие 125 стран. В Беларуси Всемирная неделя предпринимательства проводится с 2011 г.

Соглашение о распространении программ JA в России было подписано в декабре 1991 г. Межрегиональная общественная организация «Достижения молодых в России» работает в тесном контакте с представителями образования, правительственными и общественными организациями, Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, объединениями предпринимателей. Поддержка программ осуществляется посредством:

- участия в благотворительной деятельности по обеспечению образовательных учреждений учебно-методическими материалами;
- организации практик, стажировок, деловых игр, соревнований, конкурсов и конференций;
- представительства в советах организации на региональном, национальном и международном уровнях;
- делегирования общественных консультантов для участия в образовательном процессе и мероприятиях.

Среди программ Junior Achievement / Young Enterprise Europe есть практикум «Школьная компания». С 1992 по 1997 г. этот практикум являлся составной частью курса экономического образования старшекласников «Прикладная экономика». Цель практикума — дать возможность школьникам в ходе учебного процесса получить практический опыт в области предпринимательства. В России большинство школьных компаний создаются как акционерные общества открытого или закрытого типа. У каждой школьной компании есть бизнес-консультант. Это, как правило, представитель местных деловых кругов, который на добровольной основе консультирует школьную компанию по всем вопросам, связанным с ее созданием и функционированием. Школьные компании функционируют не более одного учебного года, но чаще всего время ее работы составляет 8–10 недель. Вести школьную компанию весь учебный год рекомендуется преподавателям, имеющим определенный опыт работы с компаниями, взаимодействия с бизнес-консультантами и региональным центром программы «Достижение молодых».

В процессе работы школьной компании создается правление, состоящее из президента и четырех вице-президентов: по маркетингу, финансам, производству и персоналу. Заседания правления проводятся, как правило, в неформальной обстановке по мере необходимости, но не реже одного раза в неделю. На заседаниях правления решаются текущие вопросы, готовятся различные документы, обсуждаются планы подготовки общего собрания акционеров. Общее собрание проводится не реже двух-трех раз за период деятельности компании. На них утверждаются основные документы, принимаются решения по основным вопросам. Заседания общего собрания оформляются протоколом.

Для работы по программе «Школьная компания» разработан учебно-методический комплект, в который входят Методическое руководство для учителя и консультанта, рабочая тетрадь «Основы предпринимательства» и комплект документации школьной компании.

Школьная компания рассматривается как экономическая и бизнес-лаборатория, которые помогают учащимся понять теоретические законы и отношения. Поэтому компаниям, особенно начинающим свою деятельность, рекомендуется придерживаться небольших заказов, так как основная цель работы школьной компании — не получение прибыли или дополнительного заработка, а учебный процесс.

Как показала практика, участие в школьных компаниях доставляет учащимся больше удовлетворения, чем другие виды экономического образования. Исследования показывают, что опыт школьной компании в 4–5 раз повышает вероятность успеха выпускников в бизнесе, трудоустройстве и развитии карьеры. Они конкурентоспособнее своих сверстников, больше зарабатывают и в большей степени удовлетворены своим профессиональным выбором и работой. Предприимчивые молодые люди, хорошо знающие проблемы своего региона, стремятся максимально заполнить существующие ниши. Основными сферами деятельности школьных компаний становятся развлечения (дискотеки, вечера отдыха, молодежный театр), средства массовой информации (молодежные газеты, школьное радио), кафе быстрого обслуживания для молодежи. Российский опыт показал, что школьные компании неплохо работают как раз в неблагополучных с экономической точки зрения регионах, где «взрослый» бизнес пока явно пробуксовывает.

# Список рекомендованной литературы

## Государственные документы

1. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь — страна успешного предпринимательства» на период до 2030 г. // Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 октября 2018 г. № 743.

## Учебники и учебные пособия

1. Беляцкий, Н. П. Основы предпринимательской деятельности : учеб. пособие. — Минск : БГЭУ, 2012.

2. Коваленко, А. В., Бельский, А. В. Микроэкономика : учеб-метод. пособие. — Минск : БГУ, 2013.

3. Лапуста, М. Г. Предпринимательство : учебник. — М. : ИНФРА-М, 2020.

4. Национальная экономика Беларуси: учебник для студентов учр. высш. образования по экон. спец. / В. Н. Шимов [и др.]; под ред. В. Н. Шимова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Минск : БГЭУ, 2012.

5. Николаева, М. А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2012.

6. Светенко, Т. В. Путеводитель по дебатам : учеб. пособие для педагогов и учащихся. — М. : БОНФИ, 2001.

7. Экономика инноваций : учеб. пособие — М. : Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016.

## Дополнительная литература

1. Болбас, М. Ф. Развитие промышленности Белоруссии (1775–1861). — Минск : Навука і тэхніка, 1966.

2. Веснин, В. Ф. Управление персоналом в схемах и определениях. — М. : Литагент Проспект, 2014.

3. Годин, С. Лидер есть в каждом. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2012.

4. Голубеў, В., Кітурка, І. Антон Тызенгаўз — стваральнік мануфактур, асветнік і мецэнат // Філаматы. — 2003. — № 2(5). — С. 74–95.

5. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: пер. с англ. — М. : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2003.

6. Мещерякова, Е. В., Лукашук, Н. А. Управление персоналом. — Минск : БГТУ, 2014.

7. Романовский, Н. Т. Развитие мануфактурной промышленности в Белоруссии (вторая половина XVIII — первая половина XIX в.). — Минск, 1976.

# Приложения

## Введение

### Тест: «Свое дело. Стоит ли вам его открывать?»

*С помощью теста можно оценить, насколько вы предрасположены к предпринимательству, индивидуальной трудовой деятельности. Тест носит ориентировочный характер.*

Отвечайте «да» или «нет» на поставленные вопросы:

- 1) я бы рискнул начать собственное дело, чем работать на кого-то ещё;
- 2) никогда не пойду на работу, где много поездок;
- 3) если бы я стал играть, то никогда не делал бы малых ставок;
- 4) мне нравится улучшать свою жизнь с помощью идей;
- 5) никогда не брошу работу, не будучи уверенным, что есть другая;
- 6) я не склонен пойти на риск, чтобы расширить свой кругозор;
- 7) зная, что какое-то конкретное дело может кончиться неудачей, я не стал бы вкладывать в него средств, даже зная, что барыш может быть велик;
- 8) хотел бы испытать в жизни как можно больше;
- 9) не ощущаю в себе особой потребности в возбуждающих событиях;
- 10) я не обладаю большой энергией;
- 11) я могу без труда породить множество прибыльных идей;
- 12) я бы никогда не стал спорить на сумму, которой в данное время не располагаю;
- 13) мне нравится предлагать новые идеи или концепции, когда реакция на них, например, моего начальника, непредсказуема и неясна;
- 14) я готов участвовать лишь в таких сделках, которые достаточно ясны и определены;
- 15) менее надежная работа с большим доходом меня привлекает больше, чем более надежная со средним;
- 16) по характеру я не очень независим.

Если вы ответили «да» на вопросы 1, 3, 4, 8, 10, 11, 13 и 15 — присваивайте каждому ответу по 1 очку. Если вы ответили «нет» на вопросы 2, 5, 6, 7, 9, 12, 14, 16 — также присваивайте каждому ответу по 1 очку.

Если сумма ваших очков 13 и выше — вы, по всей вероятности, склонны к предпринимательскому риску.

*Методические указания для выполнения практических работ по дисциплине «Экономика предприятия». — Брест, Брестский государственный технический университет, 2002.*

## I. Слагаемые успешного бизнеса

### Предприимчивость, предпринимательство, предприятие

**SWOT-анализ** — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации

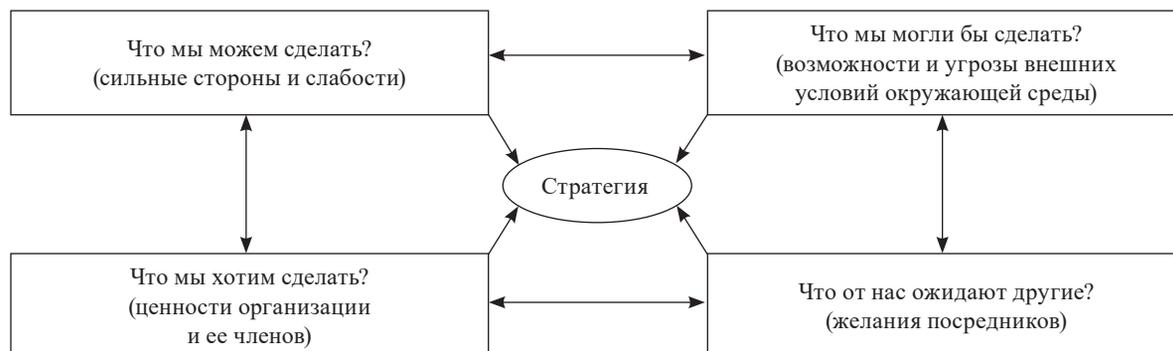
Классический SWOT-анализ предполагает определение сильных и слабых сторон в деятельности фирмы, потенциальных внешних угроз и благоприятных возможностей и их оценку в баллах относительно среднеотраслевых показателей или по отношению к данным стратегически важных конкурентов.

В основе анализа лежат четыре вопроса:

1. Что мы можем сделать (сильные стороны и слабости)?
2. Что бы нам хотелось сделать (общеорганизационные и личные ценности)?
3. Что мы могли бы сделать (возможности и угрозы внешних условий окружающей среды)?

4. Чего ожидают от нас другие (ожидания посредников)?

Ответы на эти четыре вопроса служат исходной точкой формирования стратегии.



#### **Преимущества и недостатки метода:**

SWOT-анализ эффективен при осуществлении начальной оценки текущей ситуации, однако он не может заменить выработку стратегии или качественный анализ динамики.

*Сильные стороны SWOT-анализа:*

- универсальный метод, применимый в самых разнообразных сферах экономики и управления, который можно адаптировать к объекту исследования любого уровня (продукт, предприятие, регион, страна и пр.);
- гибкий метод со свободным выбором анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей (например, можно анализировать город только с точки зрения туризма или только с точки зрения работы транспорта и т. д.);
- может использоваться как для оперативной оценки, так и для стратегического планирования на длительный период;
- использование метода, как правило, не требует специальных знаний и наличия узкопрофильного образования.

*Недостатки:*

- показывает только общие факторы, конкретные мероприятия для достижения поставленных целей надо разрабатывать отдельно;
- зачастую при SWOT-анализе происходит лишь перечисление факторов без выявления основных и второстепенных, без детального анализа взаимосвязей между ними;
- анализ даёт в большей степени статичную картинку, чем видение развития в динамике;
- результаты SWOT-анализа, как правило, представлены в виде качественного описания, в то время как для оценки ситуации часто требуются количественные параметры;

- SWOT-анализ довольно субъективный и зависит от позиции и знаний того, кто его проводит;
- для качественного SWOT-анализа необходимо привлечение больших массивов информации из самых разных сфер, что требует значительных усилий и затрат<sup>12</sup>.

### Социальные навыки предпринимателя

*Материалы по самодиагностике социальных навыков достаточно разработаны в педагогике и психологии. Можно воспользоваться следующей анкетой<sup>13</sup>:*

#### Чек-лист социальных навыков

Этот чек-лист поможет вам определить, какие навыки нуждаются в улучшении.

Оцените свои навыки по шкале:

- 1 — никогда не получается использовать умение;
- 2 — редко получается использовать умение;
- 3 — иногда получается использовать умение;
- 4 — часто получается использовать умение;
- 5 — всегда получается использовать умение.

Список умений	1	2	3	4	5
Я уделяю достаточно внимания собеседнику в разговоре					
Я могу говорить с другими о простых и сложных вещах					
Я умею выражать благодарность собеседнику					
Я могу подойти к новому человеку и познакомиться					
Я умею знакомить людей друг с другом					
Я умею делать комплименты и хвалить людей					
Я умею просить о помощи, когда она нужна					
Я умею признавать ошибки и извиняться					
Я умею определять, что чувствую в данный момент					
Я умею выражать своё настроение, чтобы другие поняли его					
Я умею определять, что чувствует мой собеседник					
Я понимаю, почему другой человек злится					
Я умею выражать/проявлять заботу к другим людям					
Я понимаю, если испытываю страх, понимаю его причину и как с ним справиться					
Я умею хвалить себя, когда это заслуженно					

<sup>12</sup> SWOT-анализ. Режим доступа: <https://marketopedia.ru/47-swot-analiz.html>. Дата доступа: 17.07.2023.

<sup>13</sup> Буланов, М. Социальные навыки. Режим доступа: <https://mvbulanov.com/socialskills>. Дата доступа: 17.07.2023.

<b>Список умений</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Я понимаю, когда следует спрашивать разрешения и как это сделать					
Я умею делиться с другими тем, что им нужно					
Я умею помогать другим, когда им это нужно или когда меня об этом просят					
Я умею предложить решение в споре с тем, с кем у нас разные точки зрения					
Я умею не ввязываться в проблемные ситуации					
Я понимаю, когда чувствую себя отчужденно, и могу утешить себя					
Я могу сравнить мнение другого человека со своим и решить, как поступить					
Я умею настраиваться на дело, прежде чем взяться за него					
Я умею ладить с теми, кто старше или младше меня					

Из заполненного «Чек-листа социальных навыков» перечислите навыки, которые, по вашему мнению, необходимо улучшить. Затем обсудите своё решение с другом / подругой / родителями, чтобы определить шаги, необходимые для развития этого навыка (если требуется более трех шагов, добавьте столько, сколько вам нужно). Выберите подходящие ситуации для тренировки навыка и действуйте, у вас обязательно получится!

<b>Навык</b>	<b>Шаги</b>
	1
	2
	3
	1
	2
	3
	1
	2
	3
	1
	2
	3
	1
	2
	3

## Эмоциональный интеллект

*Тест на эмоциональный интеллект (методика Н. Холла) показывает, как человек использует эмоции в жизни, и учитывает разные стороны эмоционального интеллекта: отношение к себе и к другим, способности к общению; отношение к жизни и поиски гармонии.*

### Тест

Вам предложены высказывания, которые так или иначе отражают различные стороны вашей жизни. Отметьте любым знаком тот столбец, который в наибольшей степени отражает ваше согласие с высказыванием.

Полностью не согласен (–3 балла).

В основном не согласен (–2 балла).

Отчасти не согласен (–1 балл).

Отчасти согласен (+1 балл).

В основном согласен (+2 балла).

Полностью согласен (+3 балла).

Высказывание	Балл (степень согласия)					
	–3	–2	–1	+1	+2	+3
Для меня как отрицательные, так и положительные эмоции служат источником знания о том, как поступать в жизни						
Отрицательные эмоции помогают мне понять, что я должен изменить в моей жизни						
Я спокоен, когда испытываю давление со стороны						
Я способен наблюдать изменение своих чувств						
Когда необходимо, я могу быть спокойным и сосредоточенным, чтобы действовать в соответствии с запросами жизни						
Когда необходимо, я могу вызвать у себя широкий спектр положительных эмоций, такие, как веселье, радость, внутренний подъем и юмор						
Я слежу за тем, как я себя чувствую						
После того как что-то расстроило меня, я могу легко совладать со своими чувствами						
Я способен выслушивать проблемы других людей						
Я не заикливаюсь на отрицательных эмоциях						
Я чувствителен к эмоциональным потребностям других						
Я могу действовать успокаивающе на других людей						
Я могу заставить себя снова и снова встать перед лицом препятствия						

Высказывание	Балл (степень согласия)					
	-3	-2	-1	+1	+2	+3
Я стараюсь подходить творчески к жизненным проблемам						
Я адекватно реагирую на настроения, побуждения и желания других людей						
Я могу легко входить в состояние спокойствия, готовности и сосредоточенности						
Когда позволяет время, я обращаюсь к своим негативным чувствам и разбираюсь, в чем проблема						
Я способен быстро успокоиться после неожиданного огорчения						
Знание моих истинных чувств важно для поддержания «хорошей формы»						
Я хорошо понимаю эмоции других людей, даже если они не выражены открыто						
Я хорошо могу распознавать эмоции по выражению лица						
Я могу легко отбросить негативные чувства, когда необходимо действовать						
Я хорошо улавливаю знаки в общении, которые указывают на то, в чем другие нуждаются						
Люди считают меня хорошим знатоком переживаний других людей						
Люди, осознающие свои истинные чувства, лучше управляют своей жизнью. Я способен улучшить настроение других людей						
Со мной можно посоветоваться по вопросам отношений между людьми						
Я хорошо настраиваюсь на эмоции других людей						
Я помогаю другим использовать их побуждения для достижения личных целей						
Я могу легко отключиться от переживания неприятностей						

Ключ к методике Холла на эмоциональный интеллект:

- Шкала «Эмоциональная осведомленность» — пункты 1, 2, 4, 17, 19, 25.
- Шкала «Управление своими эмоциями» — пункты 3, 7, 8, 10, 18, 30.
- Шкала «Самомотивация» — пункты 5, 6, 13, 14, 16, 22.
- Шкала «Эмпатия» — пункты 9, 11, 20, 21, 23, 28.
- Шкала «Управление эмоциями других людей» — пункты 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Подсчет результатов теста EQ: по каждой шкале высчитывается сумма баллов с учетом знака ответа (+ или –). Чем больше плюсовая сумма баллов, тем больше выражено данное эмоциональное проявление.

Интерпретация.

Уровни парциального (отдельно по каждой шкале) эмоционального интеллекта в соответствии со знаком результатов:

14 и более — высокий;

8–13 — средний;

7 и менее — низкий.

Интегративный (сумма по всем шкалам) уровень эмоционального интеллекта с учетом доминирующего знака определяется по следующим количественным показателям:

70 и более — высокий;

40–69 — средний;

39 и менее — низкий.

*Эмоциональная осведомленность* — это осознание и понимание своих эмоций, а для этого постоянное пополнение собственного словаря эмоций. Люди с высокой эмоциональной осведомленностью в большей мере, чем другие осведомлены о своем внутреннем состоянии.

*Управление своими эмоциями* — это эмоциональная отходчивость, эмоциональная гибкость и т. д., другими словами, произвольное управление своими эмоциями

*Самомотивация* — управление своим поведением, за счет управления эмоциями.

*Эмпатия* — это понимание эмоций других людей, умение сопереживать текущему эмоциональному состоянию другого человека, а также готовность оказать поддержку. Это умение понять состояние человека по мимике, жестам, оттенкам речи, позе.

*Распознавание эмоций других людей* — умение воздействовать на эмоциональное состояние других людей.

*Режим доступа: <https://psycabi.net/testy/21-emotsionalnyj-intellekt-eq>*

## Предпринимательское лидерство

Все стили руководства можно представить в виде сводной таблицы, предложенной советским исследователем Э. Е. Старобинским<sup>14</sup>.

### Стили руководства

	<b>Авторитарный</b>	<b>Демократический</b>	<b>Либеральный</b>
Способ принятия решений	Единоличный с подчиненными	На основе консультаций сверху или мнения группы	На основе указаний
Способ доведения решений до исполнителя	Приказ, распоряжение, команда	Предложение	Просьба, упрашивание
Распределение ответственности	Полностью в руках руководителя	В соответствии с полномочиями	Полностью в руках исполнителя

<sup>14</sup> Старобинский, Э. Е. Как управлять персоналом. — М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1995. — 241 с.

	<b>Авторитарный</b>	<b>Демократический</b>	<b>Либеральный</b>
Отношение к инициативе подчиненных	допускается	Поощряется и используется	Полностью передается подчиненным
Принципы подбора кадров	Избавление от сильных конкурентов	Ориентация на деловых, знающих сотрудников и помощь им в карьере	—
Отношение к знаниям	Считает, что все сам знает	Постоянно учится и требует того же от подчиненных	Безразличное
Отношение к общению	Отрицательное, соблюдает дистанцию	Положительное, активно идет на контакты	Инициативы не проявляет
Отношение к подчиненным	По настроению, неровное	Ровное, доброжелательное, требовательной	Мягкое, нетребовательное
Отношение к дисциплине	Жесткое, формальное	Разумное	Мягкое, формальное
Отношение к стимулированию	Наказание с редким поощрением	Поощрение с редким наказанием	Нет четкой ориентации

В своем исследовании Курт Левин обнаружил, что авторитарное руководство добивалось выполнения большего объема работы, чем демократичное. Однако при авторитарном управлении присутствует низкая мотивация, меньшая оригинальность, меньшее дружелюбие в группах, отсутствие группового мышления и другие отрицательные факторы.

При либеральном стиле руководства объем работы уменьшается, качество работы снижается, появляется больше игры.

*Богомолова, И. П., Устюгова, И. Е., Поляков, С. И. Роль руководителя в системе управления персоналом организации (на примере ООО «АВС-Электро») // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. — 2020. — № 82(2). — С. 295–306.*

## **II. Страницы истории предпринимательства в Беларуси**

### **Предпринимательство в Беларуси: общая характеристика**

Белорусские земли всегда были местом оживленного экономического обмена. Водные пути через Беларусь вели на Балтику, к Черному морю. Через белорусские земли проходила значительная часть пути «из варяг в греки» и кратчайший путь из Западной Европы в Восточную.

Роль государства традиционно была определяющей в развитии предпринимательства на белорусских землях. Однако мероприятия и законодательные акты государственной власти не всегда отличались последовательностью и системностью. Как результат, развитие предпринимательства носило скачкообразный характер.

С XIV века предпринимательская деятельность попадает практически в полную зависимость от государства, начинает складываться поощрительная и покровительственная системы. Особенностью этого периода является господство мелкого производства.

В XVIII века государство выступало главным инициатором развития большинства направлений предпринимательской деятельности. Чтобы стимулировать расширение действующих производств, даровались различные льготы. Сбыт изготовленной продукции обеспечивался главным образом за счет приобретения этих товаров казной. Сбыт товаров, в которых казна не нуждалась, обеспечивался протекционистской политикой или установлением монополии на производство и продажу, предоставленной отдельным производителям.

В дореформенный период государство поддерживало мануфактурный капитал, отрасли, обслуживающие непосредственно нужды казны, и также усиливало ответственность предпринимателей за расходование и возврат кредитов, выделяемых из государственного казначейства. Реформы 1860-х годов привели к резкому росту частной инициативы, и вместе с тем казна продолжала покупку малорентабельных предприятий, а также стратегически важных для казны объектов частного предпринимательства.

С XIX века важным инструментом экономических отношений стали выставки. Сначала это были мануфактурные и региональные сельскохозяйственные выставки. С развитием капитализма как мировой системы возникли всемирные выставки. Первая такая выставка открылась в Лондоне в 1851 г. Всего в девяти всемирных выставках XIX столетия приняли участие около 100 экспонентов из Беларуси. Большинство из них было удостоено различных наград и призов.

Именно в XIX веке на территории Беларуси окончательно сложилась новая социальная группа — предприниматели. Основными источниками формирования предпринимательства на Беларуси были представители дворянского и купеческого сословий, в меньшей степени — выходцы из мещан и крестьянства. Значительная часть местных предпринимателей выросла из среды проживавших на белорусских землях евреев. Людей, приехавших из-за границы и открывших свое дело на белорусских землях, было относительно немного. Однако в общей структуре экономики их предприятия нередко занимали исключительное место, заметно выделяясь по типу и специализации производства, его масштабам, техническому и технологическому совершенству.

Во второй половине XIX — начале XX в. среди белорусов не было сколь-нибудь значительного пласта крупной и средней промышленной буржуазии. Чаще белорусы встречались среди владельцев мелких предприятий, размещенных в сельской местности — мельниц, гончарных мастерских, кирпичных заводов и т. п. Элиту белорусской буржуазии представляли менеджеры — наемные управляющие капиталистических предприятий, хотя самого термина в то время еще не существовало.

Появлению на белорусских землях первых паровых двигателей, первой электростанции Беларусь обязана именно частной инициативе и усилиям отечественных предпринимателей. Однако обширные программы строительства новых путей сообщения: прокладка шоссе, сооружение водных каналов, создание железных дорог, возникновение регулярной почты и телеграфа инициировались чаще всего государством<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Использованы материалы: Ганский, В. А. Основы бизнеса и предпринимательства: учеб.-метод. комплекс для студентов; под общ. ред. И. В. Зеньковой. — Новополоцк: ПГУ, 2011. — 300 с.

## Первый белорусский менеджер

### Социологический портрет А. М. Стульгинского

И. О. Фамилия	<i>Антон Игнатъевич Стульгинский</i>
Годы жизни	<i>1851–1915</i>
Место рождения	<i>Имение Тельши Шауляйского повета Ковенской губернии Российской империи</i>
Образование	<i>Гимназия в Шауляе Петербургский Технологический институт (химическое отделение) Изучал писчебумажное дело в Германии и Франции</i>
Профессиональный опыт	<i>— руководил строительством Бабинской бумажной фабрики, — заведовал технической частью Красносельской писчебумажной фабрики.</i>
Профессиональный статус	<i>Директор-распорядитель Добрушской писчебумажной фабрики (1878–1915)</i>
Вклад в развитие производства	<i>— установлены три бумагоделательные машины (к 1913 г. фабрика производила 10 тыс. тонн бумаги в год при количестве рабочих 1400 человек); — проведена железная дорога от станции Добруш до фабрики (1889), которая перевозила грузы и рабочих (бесплатно); — открыта первая в Беларуси химическая лаборатория; — построена первая в Беларуси электростанция (1889); — установлены первые электродвигатели вместо паровых; — проведена телефонная связь между Гомелем и Добрушем (1898).</i>
Социальная политика	<i>— введение 8-часового рабочего дня (впервые в России) при сохранении той же зарплаты, что выплачивалась ранее за 12-часовую работу; — введение 3-сменного режима работы; — строительства жилья для высококвалифицированных рабочих (расходы по строительству покрывались рабочими в течение 30 лет равными частями из зарплаты); — введение пакета социальных льгот: бесплатное медицинское обслуживание в больнице при фабрике, пользование аптекой, предоставление продуктов по льготным ценам, выплата пособия при увольнении; — открытие фабричной школы с четырехлетним обучением для детей рабочих фабрики, пятилетнего образовательного училища и трёхлетних ремесленных классов для детей рабочих;</i>
Общественная деятельность	<i>— принимал активное участие в деятельности русского технического общества, был пожизненным членом Общества технологов;</i>

	<p>— инициатор создания (1901) и председатель совета Союза писчебумажных фабрикантов России;</p> <p>— издание ежемесячного журнала «Писчебумажное дело»;</p> <p>— руководил работой станции по испытанию и исследованию бумаги (на средства этой организации был создан научно-учебный кабинет по писчебумажной промышленности при петербургском технологическом институте и учрежден специальный фонд для выдачи премий русским инженерам за оригинальные работы и пособий инженерам для изучения писчебумажного дела).</p>
Научная деятельность	<p>1. Стульгинский, А. И. Восьми- и девятичасовой труд на Добрушской писчебумажной фабрике князя Паскевича. — Санкт-Петербург, 1895. — 14 с.</p> <p>2. Стульгинский, А. И. К 10-летию восьмичасового рабочего дня на Добрушской князя Паскевича писчебумажной фабрике // Писчебумажное дело. — 1905. — С. 235–242, 276–282, 316–319.</p>
Значение деятельности	<p>— новатор в развитии технологий производства бумаги на Добрушской писчебумажной фабрике князя Ф. Паскевича;</p> <p>— вывел фабрику на лидирующие позиции в общероссийском и европейском масштабе (высшая награда всероссийских выставок (1882, 1896) — право изображения на продукции фабрики государственного герба);</p> <p>— развитие бумажного производства на территории Беларуси;</p> <p>— введение социальной поддержки рабочих.</p>
Память	<p>В 1905 г. княгиня Ирина Ивановна Паскевич выделила средства на учреждение стипендии имени директора фабрики А. И. Стульгинского в Петербургском технологическом институте в память о введении 8-ми часового рабочего дня</p>

### III. Создаем школьную бизнес-компанию

#### Бизнес-идея — основа проектируемого бизнеса

Генерирование *бизнес-идеи* — это процесс, основанный на творческом поиске, призванном идентифицировать решение проблем потребителей и новые возможности, которые возникают на рынке. Успешная бизнес-идея сочетает в себе креативность, соответствие ожиданиям целевого рынка и высокую ценность для потребителей.

Основные методы генерирования бизнес-идей:

- Мозговой штурм;
- Метод «шести шляп»;
- Составление ментальных, или ассоциативных шляп;
- Метод аналогий.

*Бизнес-модель* — это концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли).

Можно выделить четыре основных элемента любой бизнес-модели:

- Ценностное предложение;
- Формула прибыли;
- Ключевые ресурсы;
- Ключевые процессы.

### Процесс превращения бизнес-идеи в бизнес-модель

Потребности и возможности	Два типа возможностей: возможности рынка и возможности предпринимателя
Базовая идея	Креатив, творчество
Оценка возможностей	Возможности и потребности рынка, возможности предпринимателя
Разработка действий по реализации идеи	Как превратить мечту в реальность?
Оценка коммерческой составляющей идеи	Источник дохода: кто, как и за что будет платить
Разработка системы бизнес-решений	Оценка спроса Маркетинговые решения Продвижение Тенденции развития идеи Оформление документации
Бизнес-модель	

Следующим шагом является формализация бизнес-модели. Один из вариантов, состоящий из 9 блоков, предложили А. Остервальдер и И. Пинье<sup>16</sup>:

1. Потребительские сегменты — это те группы потребителей, для которых собирается работать компания
2. Ценностное предложение отражает те преимущества, которые получит клиент.
3. Каналы сбыта — то, как компания взаимодействует с потребительскими сегментами и доносит до них свои ценностные предложения.
4. Взаимоотношения с клиентами — характер отношений с клиентами в зависимости от решаемых компанией задач.
5. Потоки поступления дохода — материальная прибыль, которую компания получает от каждого потребительского сегмента.
6. Ключевые ресурсы — наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели и позволяющие создавать и доставлять до потребителя ценностные предложения.
7. Ключевые виды деятельности — действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели.
8. Ключевые партнеры — сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель.
9. Структура издержек — расходы, связанные с функционированием бизнес-модели.

<sup>16</sup> Остервальдер, А., Пинье, И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — С. 20–43, 51–80.

## Маркетинг

Основные понятия:

*Нужда* — чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.

*Потребность* — нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

*Спрос* — потребность, подкреплённая покупательной способностью.

*Предложение* — понятие, отражающее поведение компании на рынке, её готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях.

*Товар* — всё, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

*Обмен* — акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

*Сделка* — коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами.

*Рынок* — совокупность существующих и потенциальных покупателей товара.

*Сегмент рынка* — крупная, чётко определённая группа покупателей внутри рынка со сходными потребностями и характеристиками, в отличие от других групп целевого рынка.

*Поставщики* — субъекты маркетинговой системы, в функции которых входит обеспечение организаций-партнёров и других компаний необходимыми материальными ресурсами.

*Конкуренты* — юридические или физические лица, соперничающие, то есть выступающие в качестве соперника по отношению к другим предпринимательским структурам или предпринимателям на всех этапах организации и осуществления предпринимательской деятельности.

*Посредники* — юридические или отдельные физические лица, которые помогают организациям-производителям продвигать, доставлять потребителям и продавать их продукты.

*Потребители* — юридические, отдельные физические лица или их потенциальные группы, готовые приобрести товары или услуги, находящиеся на рынке, и обладающие правами выбирать товар, продавца, предъявлять свои условия в процессе купли-продажи.

*Ассортимент* — состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам. Различается шириной (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

*Товарный знак* — знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой.

*Конкурентные преимущества* — факторы, определяющие превосходство компании над конкурентами, измеряемые экономическими показателями, такими как: дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объём продаж.

*Макросреда* — факторы, оказывающие влияние на микросреду компании. К ним относятся: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические и культурного характера.

*Микросреда компании* — факторы, тесно связанные с компанией и воздействующие на её способность обслуживать целевых клиентов. Она включает саму компанию, посредников, поставщиков, конкурентов, целевых потребителей и контактные аудитории.

Маркетинговая кампания состоит из следующих основных *этапов*:

- правильное понимание потребностей клиентов;
- создание товара, полностью отвечающего нуждам покупателей;
- назначение адекватной стоимости;
- эффективная рекламная кампания;
- правильное распределение товара по точкам оптовых/розничных продаж;
- полноценное обслуживание потребителя после совершения покупки.

### Сравнение классического и интернет-маркетинга

№	Критерий сравнения	Классический маркетинг	Интернет-маркетинг
1	Попадание в целевого клиента	Не всегда точное (±)	Точное почти всегда (+)
2	Динамика роста рынка	Средняя (до 10 % в год) (±)	Высокая (более 40 % в год) (+)
3	Срок окупаемости	Средний (±)	Быстрый (+)
4	Удобство аналитики и контроля	Неудобно (-)	Удобно (+)
5	Прозрачность расходования рекламного бюджета	Непрозрачно (-)	Прозрачно на 100 % (+)
6	Степень доверия	Высокая (+)	Средняя (±)

*Преимущества интернет-маркетинга:*

1. Потребитель имеет максимум необходимой информации о продукции, не сходя с места.

2. Сравнительно недорогие затраты на рекламные кампании.

3. Широкий охват аудитории.

Количество потребителей продуктов в сети Интернет неограничено: в теории это все сетевые пользователи, поскольку сделать заказ на покупку товара возможно из любой точки планеты.

### Миссия компании

**Примеры:**

**Кондитерская фабрика «Коммунарка»**

*Девиз:* Через качество продукции к качеству жизни!

*Миссия:* приносить радость и удовольствие людям, сохраняя и приумножая богатые традиции кондитерского искусства при максимально рациональном использовании природных ресурсов, сохранении благоприятной окружающей среды, заботясь о здоровье и безопасности при производственной деятельности. Качество и безопасность кондитерских изделий — один из важнейших показателей и ориентиров в работе Общества.

<http://www.kommunarka.by/about/kommunarka-segodnja/>



## **БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

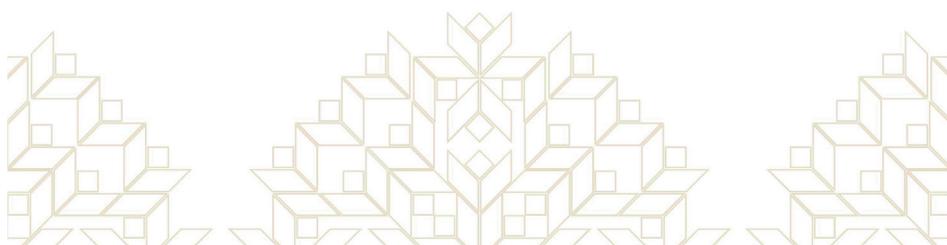
### **МИССИЯ**

Быть всегда первым!

### **ВИДЕНИЕ**

Обеспечить лидирующие позиции в формировании национальной образовательной идентичности.

Обеспечить качественную реализацию запроса на образование со стороны учащихся, их представителей и социума. Обучать и воспитывать конкурентоспособных специалистов на основе самореализации каждого обучающегося, формируя высокий уровень социальной ответственности и творческой активности на благо человека, белорусского общества и государства.



[https://bsu.by/upload/All\\_units/missia\\_rus\\_2022.pdf](https://bsu.by/upload/All_units/missia_rus_2022.pdf)

### **Бизнес-планирование**

#### **Конкурс бизнес-планов**

*Цель конкурса:* научиться составлять бизнес-план.

Бизнес-план помогает решать следующие основные проблемы, возникающие при создании собственного дела:

- определить конкретные направления деятельности предприятия, его целевые рынки и место на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели бизнеса, стратегию и тактику их достижения, а также определить круг лиц, ответственных за реализацию намеченного;

- зафиксировать состав и показатели товаров и услуг, которые будут предложены потребителям, оценить соответствующие производственные и торговые издержки;
- выявить соответствие имеющегося персонала предприятия и условий в мотивации его труда предъявляемым требованиям;
- определить систему маркетинговых мероприятий по исследованию рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оптимизировать организующую структуру управления;
- оценить финансовое положение предприятия и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов, возможности достижения поставленных целей;
- выявить те трудности, которые способны помешать выполнению бизнес-плана, и наметить меры по их устранению.

Учащиеся делятся на малые группы по 4–5 человек. Каждая группа разрабатывает бизнес-план в соответствии со структурой, представленной в дидактических материалах.

Каждая группа представляет составленный бизнес-план, остальные учащиеся участвуют в обсуждении. В качестве эксперта можно пригласить местного предпринимателя.

*Критерии оценивания бизнес-планов:*

- соответствие структуре;
- наличие анализа рынка и маркетинговых факторов;
- оценка финансовой эффективности (прибыль, уровень рентабельности, срок окупаемости и т. д.);
- оценка внешних факторов (оценка рисков).

В процессе обсуждения выявляются достоинства и недостатки каждого бизнес-плана. Лучший бизнес-план становится основой деятельности школьной бизнес-компании. При необходимости бизнес-план дорабатывается с учетом сделанных предложений.

## **Человеческий ресурс, персонал, сотрудник**

### ***Ролевая игра «Собеседование при приеме на работу»***

*Цель игры:* научиться составлять резюме и проходить собеседование при приеме на работу.

*Игровые роли:* директор малого предприятия, менеджер по кадрам (HR-специалист), претенденты на вакантную должность (4–5 человек).

*Оборудование:* объявление о требуемых специалистах, требования к специалисту, резюме, вопросы для собеседования.

*Ход игры:*

Ведущий: Вы решили принять участие в конкурсе на интересующую вас вакансию. Теперь необходимо подтвердить свои профессиональные притязания непосредственно при собеседовании с работодателем.

Участники (претенденты на вакантную должность) проходят собеседование с директором и менеджером по кадрам.

Остальные учащиеся анализируют действия участников игры. По окончании собеседования обсуждается, кто из претендентов выглядел наиболее убедительно и подтвердил свои претензии на занимаемую должность. При обсуждении целесообразно кроме одного участника, принятого на работу, выбрать тех, кто «принят с испытательным сроком», «приглашен на стажировку с перспективой дальнейшего трудоустройства» и т. п.

Ведущий должен проконтролировать, чтобы при подведении итогов был дан анализ причин выбора, отмечены типичные ошибки и главное — сильные стороны прошедших собеседование претендентов.

В заключение участникам предлагается обсудить итоги занятия. Ведущий может стимулировать обсуждение — спросить о трудностях, с которыми столкнулись участники, о личном опыте, который они приобрели. Финалисты конкурса рассказывают о своем личном опыте, чувствах и впечатлениях, игравшие роль директора и менеджера по кадрам — о своих.

### **Результативность предпринимательской деятельности**

Как улучшить рентабельность?

Прежде всего следует снижать издержки и повышать чистую прибыль. Для этого необходимо осуществлять постоянный мониторинг и оптимизацию бизнес-процессов, сокращать непроизводительные потери труда и материалов, совершенствовать технологию и организационную структуру компании.

Другой путь повышения рентабельности — увеличение объемов производства и реализации продукции. Дело в том, что в издержках любого предприятия выделяют так называемые постоянные и переменные затраты. При изменении объемов продаж эти виды затрат в различной степени влияют на финансовый результат компании. Поэтому рост выручки, как правило, приводит к более сильному росту прибыли, а значит — повышению рентабельности. Этот феномен экономисты называют операционным рычагом. Чем выше доля постоянных затрат, тем больше будет проявляться указанный эффект.

Таким образом, увеличение объемов продаж позволяет получить дополнительную прибыль как за счет увеличения количества реализованной продукции, так и за счет роста рентабельности. Именно поэтому большинство компаний стремится к масштабированию бизнеса и расширению рынков сбыта.

### **Предпринимательский риск**

Рассмотрим в качестве примера риски и угрозы, которые следует предусмотреть при организации швейной мастерской.

***Основные риски, связанные с предпринимательской деятельностью:***

1. Риск некачественного выполнения работ (относится к предпринимательским рискам):

- связанный с неправильным раскроем. В этом случае уже нельзя ничего исправить, материал можно только выбросить, а его стоимость внести в статью «Убытки»;
- риск, связанный с некачественным пошивом (например, не там пришит карман, собранная строчка). Его в большинстве случаев можно исправить (исключения составляют изделия из кожи, после работы с которой остаются отверстия на месте распоротого шва), но тогда возникает риск, что работа не будет сдана в намеченный срок.

2. Риск неквалифицированного подбора персонала.

3. Риск, связанный с кражей оборудования (относится к предпринимательскому риску).

4. Риск, связанный с выходом из строя оборудования (предпринимательский риск).

5. Отказ заказчика от оплаты продукции (относится к коммерческому риску).

На практике это происходит редко. Иногда возникают ситуации отсрочки оплаты заказа.

6. Риск, связанный с повышением курса доллара. Так как запчасти к оборудованию имеют валютную оценку, то стоимость ремонта возрастает с увеличением курса доллара (операционный валютный риск).

### **Виды угроз:**

1. Существенное повышение арендной платы со стороны администрации (предпринимательский риск).

2. Ухудшение жизненного уровня населения, которое отразится на всех видах предпринимательской деятельности, в том числе на швейной. Это приведет к снижению спроса на пошив (коммерческий риск).

3. Внутренние техногенные угрозы, к которым можно отнести пожары и аварии от неправильного обращения с электроприборами (оверлок, утюг, швейные машины), несоблюдение их технического режима, возгорание проводки и т. д. (предпринимательский риск).

4. Угроза отключения электроэнергии, что особенно актуально для маленького города в зимнее время. В этом случае опять появляется риск, связанный с невыполнением заказа в срок (предпринимательский риск).

5. Социальные внутренние угрозы, к которым относят забастовки, связанные с неправильным распределением материальных средств от выполненных заказов.

6. Угроза, связанная с конкуренцией. Такое возможно, если конкурирующее предприятие откроется в более удобном для жителей месте (например, в центре города), будет иметь персонал с более высокой квалификацией, лучшее оборудование (или более новое) и более низкие цены.

7. Внутренняя угроза физического характера, а именно: большое количество одновременно работающей швейной техники создает высокий уровень шума, что ведет к ухудшению здоровья работающего персонала (экологический риск).



Виды рисков на швейном предприятии

### **Практико-ориентированный коллективный проект «Школьная бизнес-компания»**

Школьная бизнес-компания — это структурное подразделение школы, созданное в целях получения учащимися практических навыков по основам предпринимательства и экономики и направленное на развитие экономического образования и молодежного

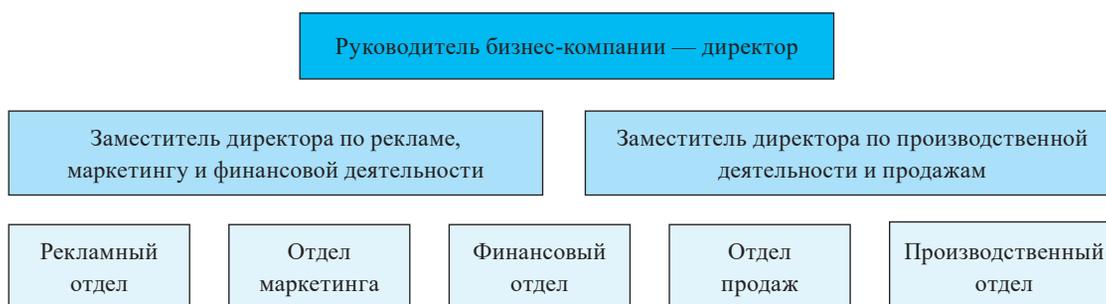
предпринимательства, а также способствующее профессиональному самоопределению учащихся.

Школьную бизнес-компанию создают в целях:

- содействия организации практического обучения учащихся основам предпринимательской деятельности;
- отработки всех этапов функционирования предприятия в реальных экономических условиях с последующим проведением анализа различных аспектов;
- его хозяйственной деятельности, экономической самостоятельности, эффективной организации производства;
- развития организационных навыков и психологической готовности учащейся молодежи приступить к работе после окончания учреждения образования;
- улучшения материально-технической базы учреждения образования.

Как правило, школьные бизнес-компании, проводя исследование рынка, выбирают такие направления деятельности, которые по разным причинам не представлены в регионе и в силу этого могут помочь в решении ряда местных проблем. Кроме того, направления деятельности выбираются исходя из возможностей и интересов учащихся. Как показала практика, основными направлениями деятельности бизнес-компаний являются:

- выращивание сельскохозяйственной продукции / растениеводство;
- изготовление сувенирной/полиграфической продукции;
- экскурсионная деятельность;
- оказание компьютерных услуг;
- социальное предпринимательство (оказание бытовых, образовательных, развлекательных услуг);
- пошив изделий.



Примерная структура школьной бизнес-компания