

12. Посталюк, Т. М. Механизм обеспечения инновационных отношений в современной экономике // ВЕСТНИК ТИСБИ. – 2007. – № 3.
13. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Наука, – 1993.
14. Часовской, В. П. Методы формирования организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства. Автореф. дис. на соиск. уч. степ. к.э.н. – Санкт-Петербург, – 2004.
15. Шeko, П. Инновационный хозяйственный механизм. // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №2. – с.71 – 78.
16. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер. – М.: Эксмо. – 2008. – 864 с.
17. <http://www.molgvardia.ru>

УДК 339.13

**ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ КАК ОДНА
ИЗ ОСНОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
SHAPING VALUABLES ORIENTATION AS ONE OF
THE BASE TO BUSINESS ACTIVITY**

С.Ю.Петрякова
S.Y. Petryakova

Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия
Uliyanovsk state academy of Agriculture

The development larval and professional quality to personalities of the student is considered as central component of the training of the future specialist. Shaping valuables orientation as component of the business potential is important social-pedagogical problem.

Проблема формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у будущих специалистов является важной социально-педагогической проблемой, т.к. развитие личностных и профессиональных качеств личности студента рассматривается в настоящее время как центральный компонент профессиональной подготовки, в работе обосновано, что ориентация студентов на этическую сторону предпринимательской деятельности, на информационно-ценностное осмысление норм предпринимательского поведения создает условия для осознания ими значения предпринимательства как экономической сферы в жизни человека и общества, способствует личностному развитию будущего специалиста.

В основе процесса формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у будущих специалистов лежат положения

педагогической науки о том, что личность – это человек, выступающий носителем социальных ролей и обладающий возможностью выбора жизненного пути, в ходе которого им осуществляется преобразование самого себя, общества, природы. Человек как субъект социальных отношений и сознательной созидательной деятельности должен хорошо ориентироваться в главных тенденциях общецивилизованных процессов современного мира с его глобальными проблемами, в том числе и экономической сфере [1].

Итак, Понятие «ценностные ориентации как компонент предпринимательского потенциала личности студента» рассматривается как совокупность социально-психологических образований, в которых отражаются цели, мотивы, потребности, идеалы, установки и отношения личности, необходимых для объективных достижений в развитии собственного дела и в способах взаимодействия с обществом, для субъективной удовлетворенности своими успехами и результатами самореализации. Ценностные ориентации являются критерием для оценки достигнутых результатов предпринимательской деятельности. Они являются и критерием сложившихся отношений в хозяйственной деятельности.

Ценностные ориентации как компонент предпринимательской деятельности играют ключевую роль на всех ее этапах, начиная с поисков бизнес-идеи и завершая коррекцией результатов. В структуре ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала выделены три элемента, которые взаимосвязаны и дополняют друг друга: общечеловеческие ценности, корпоративные ценности и личностные ценности. Общечеловеческие ценности (система добродетелей) способствуют личностному становлению будущего специалиста в сфере экономики. Корпоративные ценности (профессиональные) способствуют его профессиональному становлению как будущего специалиста бизнеса. Корпоративные ценности представляют собой нормы, регламентирующие деятельность, в данном случае, в сфере экономики, включающую и предпринимательскую деятельность и выступают как познавательно-действующая система, которая служит опосредующим и связующим звеном между сложившимся общественным мирозрением в области экономики и деятельностью предпринимателя.

Общечеловеческие и корпоративные ценности, характеризующие как нравственные основания деятельности предпринимателя, так и ее содержание, будучи освоенными будущими специалистами, начинают определять приоритеты их ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала, становясь точкой отсчета для определения целей предпринимательства, для выявления личностных ценностей предпринимателя.

Реализация аксиологического и контекстного подходов к формированию ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у будущих специалистов требует создания педагогических условий для освоения студентами общечеловеческих и корпоративных ценностей, определяющих как нравственные основания деятельности предпринимателя, так и содержание этой деятельности. Одним из таких условий является то, что преподаватель, информируя студентов о ценностно-мотивационном компоненте предпринимательской деятельности, ее нравственных основаниях, об этике предпринимательской дея-

тельности и т.д., создает условия для перехода информации в знание, одновременно развивая у будущих специалистов способность к оцениванию последствий деятельности, критерием которых являются ценности как значения.

Модель формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у студентов включала в себя взаимосвязанные, последовательно сменяющие друг друга три этапа, на каждом из которых были определены цели, отобрано содержание, выбраны методы, средства и формы его организации.

На первом этапе «Представление о предпринимательской деятельности как о «мире воплощенных ценностей» была поставлена цель -ориентировать студентов в сфере предпринимательской деятельности, возбудить интерес к поиску модели реализации своего предпринимательского потенциала.

Целью второго этапа «Создание образа «Я-предприниматель» было способствование освоению студентами определенного содержания этической системы предпринимательской деятельности; соотнесению его с ценностными единицами своего предпринимательского потенциала. Другими словами, ставилась задача по созданию смысловой среды, способствующей пониманию студентами фактов и явлений предпринимательской деятельности.

Третий этап «Создание образа «Я-идеальное» был направлен на побуждение студентов к проектированию своей предпринимательской деятельности, определению ее этических норм.

Согласно экспертным оценкам, в группу общечеловеческих ценностей в списке терминальных ценностей были отнесены «Любовь», «Свобода», «Творчество», «Счастье других», «Познание», «Здоровье». В группу корпоративных - «Активная деятельная жизнь», «Интересная работа», «Материально обеспеченная жизнь», «Общественное признание», «Продуктивная жизнь», «Развлечения». В группу ценностей личностного развития - «Жизненная мудрость», «Красота природы и искусства», «Наличие хороших и верных друзей», «Развитие», «Счастливая семейная жизнь», «Уверенность в себе».

В списке инструментальных ценностей, согласно мнению экспертов, в группе общечеловеческих оказались «Честность», «Широта взглядов», «Аккуратность», «Смелость в отстаивании своего мнения, своих взглядов», «Образованность», «Ответственность». Группу корпоративных составили «Высокие запросы», «Исполнительность», «Самоконтроль», «Рационализм», «Терпимость», «Эффективность в делах». В группу ценностей личностного развития вошли «Воспитанность», «Жизнерадостность», «Независимость», «Непримиримость к недостаткам в себе и других», «Твердая воля», «Чуткость». Такое распределение ценностей соответствует результатам исследований ведущих мотивационно-ценностных ориентации предпринимателей. Так, ведущими корпоративными ценностями для предпринимателей оказывались «Материальная обеспеченность», «Авторитет у окружающих», «Возможность реализовать свои способности» («Интересная работа», «Продуктивная жизнь»). Кроме этих мотивационно-ценностных ориентации, в список входила также ценность, характеризующаяся как стремление заслужить уважение, жить спокойной и обеспеченной жизнью, иметь высокий уровень потребле-

ния, развлечений, получать удовольствия.

Многие авторы указывают на то, что деформация жизненных ориентиров, их неопределенность и неустойчивость приводят к укреплению форм нецивилизованного предпринимательства. Ценность «Достижение» и выраженность ориентации на нее – одна из основных в формировании предпринимательского потенциала.

Ценностная система, задающая направленность жизни предпринимателей такова: «корпоративные» - «личностные» - «общечеловеческие». В свою очередь, направленность практической деятельности можно определить так: «корпоративные» «общечеловеческие» - «личностные».

Жизнь предпринимателя, как члена общества, также происходит в поле социальных смыслов, присущих именно этому обществу именно на данном отрезке времени; так, «корпоративные» ценности, связанные с делом, служат целям личностного развития человека (например, в сторону большей проицательности, житейской сметки, решительности в принятии решений -или в сторону понимания, что покупатель - это не объект для манипуляций, а полноправный партнер по бизнесу, имеющий право на качественный товар, услугу). Реализация этих ценностей усиливает, укрепляет принятые в поле социальных ценностей и смыслов «общечеловеческие» ценности, хотя бы даже в плане того самого «общества потребления».

Практическая же деятельность предпринимателя подкрепляется опорой на несколько иную структуру: реализуя свои «корпоративные» ценности в поле «общечеловеческих», ориентируясь на них или с ними споря, предприниматель, так или иначе, стремится к достижению ценностей «личностных». Две эти линии, стратегии дополняя друг друга, способствуют раскрытию и реализации предпринимательского потенциала личности, и от того, насколько и как в данный момент времени усиливаются те или иные элементы ценностной структуры человека, зависит предпринимательская успешность [2].

Формирование ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у студентов осуществляется посредством использования основных положений модели при соблюдении следующих общих и частных педагогических условий: разработки программы курса «Этика предпринимательской деятельности», приоритетным направлением которого является формирование ценностных ориентации как компонента своего предпринимательского потенциала у студентов; приобщение студентов к этическим нормам предпринимательской деятельности осуществляется в организуемой преподавателем ценностно-ориентированной деятельности и в общении, в основе которых лежат аксиологический, контекстный, личностный и деятельностный подходы; овладение студентами этическими нормами осуществляется в различных организационных формах обучения с использованием игровых методов активного обучения.

Так приоритетные терминальные ценности перечисленных групп общечеловеческие (о.ц.), личностные (л.ц.), корпоративные (к.ц.) распределились фактически равномерно, на три доли. Это общечеловеческие терминальные ценности «Здоровье» и «Любовь»; личностные «Счастливая семейная жизнь» и «Уверен-

ность в себе»; корпоративные «Материально обеспеченная жизнь» и «Интересная работа».

Ценностные ориентации не есть что-то навсегда заданное и неизменное; личность живет, динамически меняя их, преобразуя систему их связей и иерархии, соподчинения под воздействием нового опыта, социальных условий, и конечно же обучения и воспитания. Сам факт их осознания послужил толчком к развитию для студентов, тем более, что чаще всего человек не задумывается в повседневной жизни, в силу каких внутренних обстоятельств он поступает именно так, а не иначе; не осознает глубинных, смысловых основ своих жизненных выборов. Это равносильно и для сферы профессионального поведения, - умение отделить себя как профессионала от себя, как человека, оценить себя мало кто умеет.

В отношении динамики значимости жизненных сфер можно сказать следующее: можно с уверенностью сказать о том, что ведущую значимость имеет «Сфера обучения и образования». За ней на одном уровне следуют «Сферы общественной жизни», «Профессиональной жизни», «Увлечений» и менее всего значима «Сфера семейной жизни».

Это распределение значимостей в целом отражает воздействие того фактора, что в этом периоде жизни для испытуемых действительно более актуально получение знаний, овладение новым смысловым полем, новым материалом. Наблюдается тенденция к повышению значимости «Сферы профессиональной жизни», что свидетельствует в пользу предложенной методики формирования ценностных ориентации личности как компонента предпринимательского потенциала.

Процесс формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у студентов становится успешным при соблюдении следующих педагогических условий: определении основных структурных элементов ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у студентов; выявлении основных подходов к процессу формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у студентов; создании модели формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала у будущих специалистов; определении содержания процесса формирования ценностных ориентации как компонента предпринимательского потенциала, актуализируемое в особом методологическом ракурсе - сквозь призму категории «этические нормы» и понятия «ценностные ориентации как компонент предпринимательского потенциала», которое реализуется в различных организационных формах обучения с помощью разнообразных методов обучения; разработки и реализации программы курса «Этика предпринимательской деятельности», приоритетным направлением которого является формирование ценностных ориентации студентов.

Литература:

- 1.Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: учеб. пособие/Ю.Ю.Петрунин, В.К.Борисов.- М.,2001.
- 2.Завьялова Е.Е. Психология предпринимательства: учеб. пособие/ Е.Е.Завьялова, С.Т.Посохова. –СПб., 2004.