

Организаторы конференции:



Центр
предпринимательства



НАЦИОНАЛЬНАЯ
АССОЦИАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

При поддержке:



**МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ

1

Москва, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

- "Предпринимательское образование: становление системы"**
- "Обучение на практическом опыте: как стимулировать студентов на занятиях и вне аудитории"**
- "Рейтинг вузов по их влиянию на развитие предпринимательства - первый не только в России, но и в мире"**
- "Возможности и вызовы в системе предпринимательского образования в вузе"**
- "Предпринимательство среди студентов Ворцлавского Технологического университета"**
- "Анализ компетенций предпринимателя на различных этапах его деятельности"**
- "Кейс-метод в обучении предпринимательству: классика HBS и современный российский опыт"**
- "Подходы к обучению предпринимателей на стыке науки, технологии и искусства"**
- "Технологии массового развития бизнес-компетенций"**
- "Когда креатив, творчество и инновации вредны или что мы не договариваем участникам образовательных программ по обучению предпринимательству"**
- "От идеи до продукта - целая пропасть. Стало ли легче ее преодолеть технологическому предпринимателю?"**
- "Факторы развития технологического предпринимательства в переходной экономике"**
- "Проблема формирования управленческих навыков у студентов экономических вузов России и пути ее решения"**
- "Построение предпринимательской экосистемы: Опыт СПбПУ"**
- "Феномен стартап-студии и их потенциальное влияние на развитие предпринимательского образования"**
- "Импровизация в обучении предпринимательству"**
- "Особенности формирования стандартов обучения бизнесу и предпринимательству"**
- "Актуальные информационные инструменты формирования предпринимательских компетенций в сфере высшего образования"**

РЕЙТИНГ ВУЗОВ ПО ИХ ВЛИЯНИЮ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – ПЕРВЫЙ НЕ ТОЛЬКО В РОССИИ, НО И В МИРЕ

Баркин А.В.

Директор НКО «Совет для одарённых»,
член Экспертного Совета при Премьер-министре РФ,
основатель и первый директор Центра образовательных разработок СКОЛКОВО

Аннотация

Современные наиболее известные рейтинги учреждений высшего образования, как мировые (Times, ARWU, QS), так и российские, страдают хронической мало-адекватностью в применении к практическим нуждам – экономики, бизнеса, работодателей, органов власти, самих студентов. Они крайне академичны, в отрицательном смысле этого термина, основаны на т.н. наукометрии и на еще более расплывчатых и открытых к политизированному манипулированию субъективных оценках т.н. репутаций. Всё это имеет малое отношение к основной функции университетов – учить студентов – которая, таким образом, остаётся без должного измерения. В материале обобщены результаты прикладного проекта по разработке «Принципиально нового рейтинга университетов по их влиянию на развитие предпринимательства».

Ключевые слова: предпринимательство, высшее образование, рейтинги и ранкинги.

Содержание проекта

С середины 2000-х гг. руководством страны были инициированы системные усилия по развитию предпринимательства как культуры, образа жизни, особенно с упором на молодёжь, в основном, учащихся и выпускников учреждений ВПО и СПО. За десять лет произошли фундаментальные сдвиги в лучшую сторону. Крупный, ответственный российский бизнес также нашёл институциональные формы своей само-организации и

коллективного представления интересов; он стал внедрять мировую практику корпоративной социальной ответственности и осуществлять совместные в т.ч. и долгосрочные программы с образовательными учреждениями.

Московская школа управления СКОЛКОВО и Международное агентство «Интерфакс» составили, вместе с таким крупным ответственным отечественным бизнесом консорциум для пилотной разработки нового инструмента измерения качества того, что происходит в университетах. Вместо того, чтобы «объять необъятное» и замахиваться на перезагрузку всей системы вузовских рейтингов и прочих механизмов оценки и стимулирования качества – что и не входит в задачи бизнеса, по большому счёту – консорциум решил сфокусировать свои усилия на конкретной, но крайне интересной задаче. Она была выбрана по принципу «рычага и точки опоры, которые могут перевернуть Землю». А именно, про-рейтинговать университеты по тому позитивному вкладу, который они своим функционированием вносят в стимулирование предпринимательства – внутри себя т.е. в студенческих массах, в своих инкубаторах, среди научного и педагогического состава, и вовне – например, в регионах своего присутствия и влияния т.е. комплексно.

Принципиальным для всех участников пилотного проекта являлся его негосударственный и инициативный характер; как инвестор, так и разработчики действовали исходя из общих интересов экономики, не будучи связанными ограничениями бюрократического или политического характера.

Довольно быстро консорциум осознал, что такая попытка является исторически первой в мировом масштабе. Никто, включая все известные ассоциации предпринимательского образования, рейтинговые агентства, никогда и ни в одной стране не публиковал подобных наработок. Это сделало задачу еще более полезной и интересной.

По результатам пилотного проекта, в который в качестве экспертов и оппонентов были привлечены все институты развития РФ, структуры поощрения предпринимательства, бизнес-сообщество, зарубежные коллеги, был создан механизм рейтингования. Также было произведено апробирование механизма на данных топ-25 вузов нашей страны, с разделением их по «лигам» т.е. без искусственного и даже отчасти популистского присвоения «точно» и научнообразно выглядящих цифровых баллов или мест каждому отдельному участнику. Рейтинг включил в себя вузы Москвы и регионов, государственные и негосударственные.

Несмотря на сознательный выбор относительно узкого угла зрения, продукт разработки выявил целый ряд интересных закономерностей в развитии образовательных учреждений, а главное, позволил на практике доказать, что возможна и желательна разработка рейтингов вузов, нацеленная на прикладные нужды пользователей. В данном случае, органов власти,

в задачу которых входит стимулирование предпринимательства, и самого бизнеса, который может более точно выбирать партнёров для своих проектов.

Результат ранее не докладывался.

Планируется развитие пилотного проекта на средства бизнеса и его ассоциаций, с последующей публикацией в профильных российских и мировых СМИ.

Adam Sulich¹

Entrepreneurship among the students of Wroclaw University of Technology

Abstract

Purpose. The growing attention to entrepreneurship caused a debate about whether entrepreneurship education can help to solve the young people unemployment problem worldwide. Some scholars believe entrepreneurship education leads to entrepreneurial behavior or enterprise, and help young people to find their place on the labor market. For scientists definitions of entrepreneurship can be different than for the entrepreneurs or students. The fresh graduates and students of Wroclaw University of Technology have similar problems and expectations and they can be an example of representative group.

Design/methodology/approach. The aim of this article was to analyze students' and graduates' salary expectations and needs towards their first employer (or themselves - students who want to be future entrepreneurs). The paper presents results of surveys conducted among the students of the Wroclaw University of Technology in years 2014 (N=971) and 2015 (N=1241).

Findings. Students and graduates of Wroclaw University of Technology undertake professional activity, every year more often, as entrepreneurs. They are rarely able to accurately assess the value of their qualifications. Their salary expectations as the self-employed are doubled than the others.

¹ Wroclaw University of Technology, Faculty of Computer Science and Management, ul. Wybrzeże S. Wyspianskiego 27, Wrocław 50-370, Poland; adam.sulich@pwr.edu.pl

Due to lack of one common definition of entrepreneurship among scientists, students and graduates, also don not see difference between entrepreneurial behavior and enterprise or running a business.

Introduction

Entrepreneurship has multiple definitions. It is considered by many authors from different perspectives: economic, psychological, pedagogical, sociological, etc. (Dawidziuk, 2003). Because of so many definitions there is a distinction between entrepreneurship and enterprise (Kobia and Siklalieh, 2009). For some authors these two terms mean one and the same thing, while for others, they are quite different (Balcerak, 2011). Entrepreneurship is the process whereby an individual or a group of individuals use organized efforts and means to pursue opportunities to create value and grow by fulfilling wishes and needs through innovation and uniqueness, no matter what resources are currently controlled (Coulter, 2001). In this regard entrepreneurship and enterprise are intertwined as a dynamic process of vision, change and creation (Kuratko and Hodgetts, 2004).

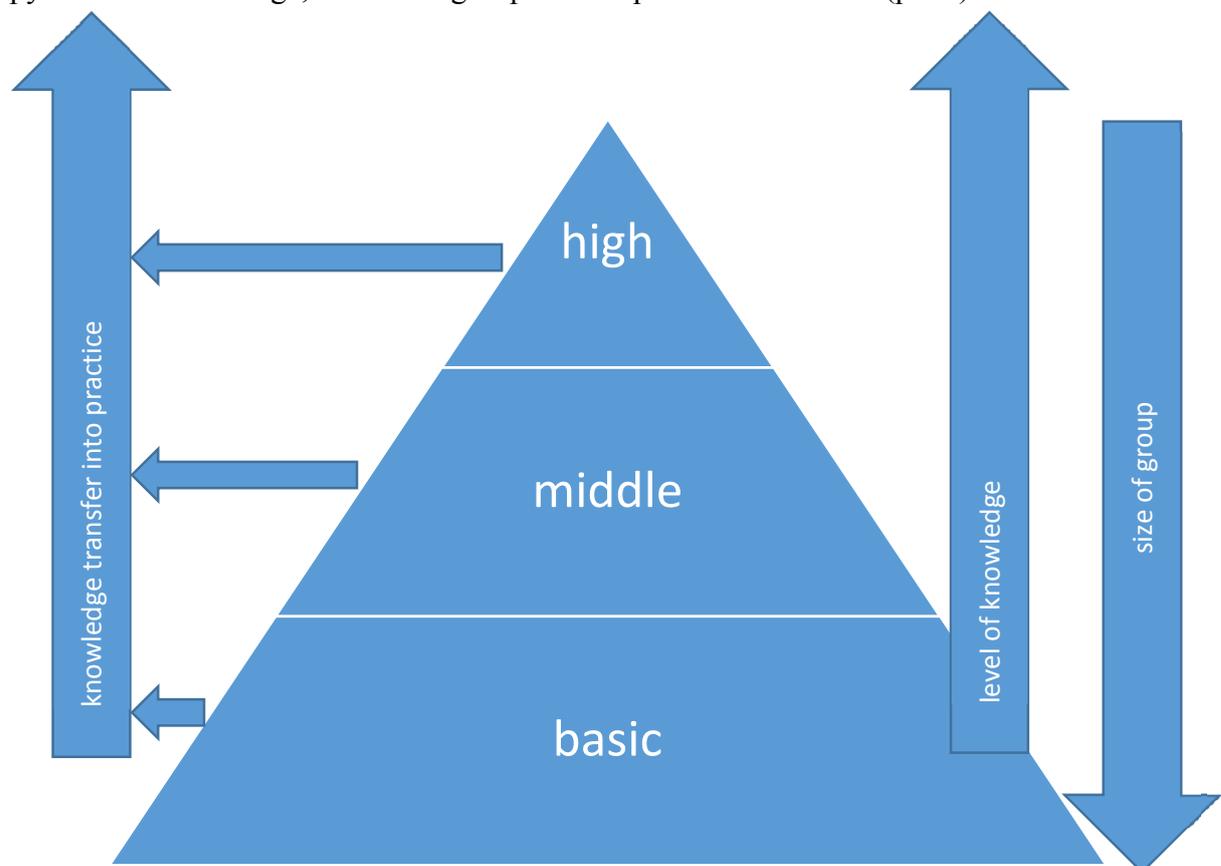
For some researchers these terms mean different things and they separate enterprise from entrepreneurship. Enterprise involves measures to encourage individuals to become entrepreneurs and equip them with the necessary skills to make business successful (Mason, 2000). In essence, enterprise is about spotting opportunities, creating new ideas into working realities (Nixon, 2004). Enterprise therefore precedes entrepreneurship.

There is a lack of a common definition of entrepreneurship (Balcerak, 2011, Kobia and Siklalieh, 2009), but still ongoing debate is about addressing question: can we develop entrepreneurship among students? Is entrepreneurship education needed? Answer to this question can be extremely hard and there are many examples of effective entrepreneurs like Bill Gates or Steve Jobs, which did not attend to any form of entrepreneurship education nor tertiary education (Balcerak, 2011). Education is not a condition to become enterprising, but some of its elements can be trained or taught, enhanced in managers simulation games (Balcerak, 2011). Only learning

in action (reflection in action) gives students the opportunity on the labor market and avoid unemployment problems.

One reason for the increasing interest in entrepreneurship education is the impact of entrepreneurship on economic growth and employment (Audretsch, 2001). Even though the prevalence rate of entrepreneurship is low; for example, in high-income countries, less than 10% of the adult population is involved in entrepreneurial activities (Kew et al. 2013). By promoting entrepreneurship, economies can further generate economic growth and employment. Entrepreneurship education could be one way to increase the prevalence rate of entrepreneurs and, thereby, stimulate economic growth (Rauch and Frese, 2007).

The growing entrepreneurship among students is the possibility to transfer knowledge from universities to newly established enterprises and this process is called academic entrepreneurship (Wrzecionarz, 2010). Transfer of knowledge into practice is higher in the highest elements of pyramid of knowledge, where the group of entrepreneurs is smaller (pic 1).



Pic.1 Pyramid of knowledge (based on Wrzecioniarz, 2010)

The group with basic level of knowledge is the largest group (pic 1). This group has the smallest knowledge transfer to business. Contrary to basic level group is high knowledge level where transfer rate is the highest. Entrepreneurship education among students which possess the highest level of knowledge, can help to transfer new innovative ideas to business and establish new companies (Wrzecioniarz, 2010). The proposed knowledge based economy involves large group of society.

Young people in Poland are very ambitious and want to study at tertiary education level, what shows constantly growing enrolment ratio from 9,8% in 1990 to 40,9% in 2009. Last published data from 2011 shows, that net enrolment ratio was 40,6% (MNiSW, 2013). On the other side unemployment among graduates of Polish Universities also is growing since 1990 and was 5,6% in 2013 (GUS, 2014). Observed dynamic changes in domestic job market are a challenge for the whole of employment supporting organizations in public sector – careers offices especially. In Polish job market tensions coming from demographic changes, like the ageing of Polish society and work emigration of young people, also have significant impact.

The entrepreneurship education can help reduce huge unemployment rate among fresh graduates. Question is, to whom it should be dedicated? Maybe students do not need any help nor support and they want to discover and learn everything by their own. How students understand the entrepreneurship? Two surveys were conducted in years 2014 and 2015 to address this and many other questions.

During the surveys students were asked about what type of agreement they want to start their career with and in which area they want to establish their companies. They were asked also to point their salary expectances. Surveys were conducted during 1-month period each (in separate years).

Survey results

A significant amount of students attended both surveys of Wroclaw University of Technology in years 2014 (N=971) and 2015 (N=1241). These groups are representative groups of each faculty of the university. Most of them (2014 = 58,1% and 2015 = 63,2%) are students of first 3 years of their studies (before bachelor or engineer degree in Bologna scheme). The rest of students are master students, focused more on their studies and thesis, not involved so much in development of their careers. Some of the students (2014 = 38%, 2015 = 12%) participated in courses organized by Career Service about entrepreneurship. On the other hand 31% of students who participated in the surveys do not want any help from this office or any other, they just want to finish their studies and then start their own businesses. There is a large group of students (2014 = 68%, 2015 = 71,3%) which never heard about the Academic Entrepreneurship Incubator at Wroclaw University of Technology what was backed by the survey. The idea of pyramid of knowledge (Pic. 1) does not work in separated levels of tertiary education (bachelor, master and doctoral studies). Younger students are involved shortly in their thesis (during their 2nd and 3rd year of studies), often they change their supervisor to another (2014 = 42,8%, 2015 = 55%) and they change also their master thesis as well. This instability in their interests, was reason to not plan students careers (2014 = 46%, 2015 = 58,2%)

The significant growth in number of students interested in establishing their own companies from 1,24% in 2014 to 6,20% answers in 2015 can be explained as result of ongoing entrepreneurship education in secondary schools. Although they consider establishing their own companies, this does not mean they really do it in future. For this growing number of students it is more important to relay on their own companies and create their own work environment with independent rules. In 2014 only 1% of students were involved in their own business when almost 6% graduates successfully were self-employed (Sulich, 2015).

One year later 3% of students worked for themselves and 7% of graduates of Wroclaw University of Technology declared work in own businesses (table 1).

Students were asked to point their desired amount of money they would like to earn as the entrepreneurs (table 1). In 2014 they wanted earn 3875 PLN (934 EUR)² net but in 2015 they expected exactly 4500 PLN (1084 EUR) net in first month of their activity. The students expectations seems to be very carefully fold out, because they pointed also to difficulties they have to face during their first few months. The average expected net salary was also increasing among the rest of students from 638 EUR (in 2014) to 707 EUR (2015) and was almost half lower than expected among the future business owners (table 1).

Table 1. Expected and accepted salaries in 2015 among the students and graduates of Wroclaw University of Technology. Exchange rate between PLN and EUR was on 04.08.2015 equal 4,15 (NBP,2015).

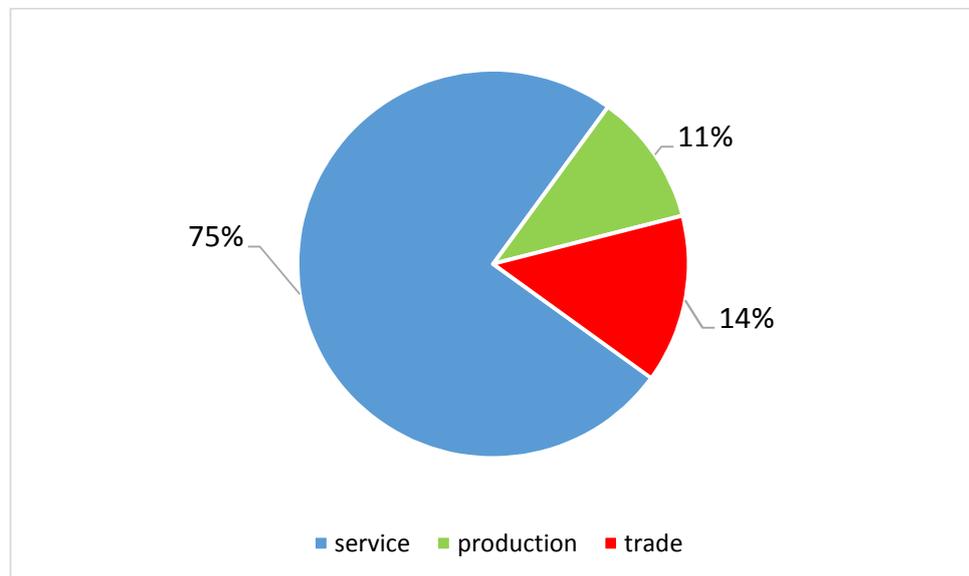
Kind of agreement	Percentage of employed	Salary net in EUR	
		Expected	Accepted
graduate	98%	788,08	656,87
contract work	3%	722,89	530,12
contract of employment	74%	787,51	667,04
contract trainee / internship	9%	883,53	771,08
contract of mandate	8%	662,65	506,02
own business	7%	1084,34	783,13
student	32%	707,44	600,55
contract work	9%	765,50	767,17
contract of employment	24%	741,55	679,34
contract trainee / internship	16%	679,64	533,07
voluntary agreement	3%	542,17	468,93
contract of mandate	44%	694,78	560,02
own business	3%	933,73	658,63
average		718,48	608,59

(source: survey results)

For 32% of students entrepreneurship education does not lead to enterprise, 56% of participants see possibility that this kind of education can help in future to set up own business. Only 22% of students who attended in surveys were convinced that entrepreneurship education is base for enterprise.

² The exchange rate in this article for 1EUR is 4,15 PLN, and all other numbers are calculated based on this relation.

Areas of economy which students are interested in their future businesses are presented on Pic. 2. Among the area of service (75%) most popular are IT companies (40%) the rest are translations (32%) and other consulting businesses.



Pic.2 Areas of economy which students are interested in enterprise (source: survey results)

Popularity of IT business among the participants of survey can be explained by large number of students involved in IT related field of studies 2014 = 63% (Sulich, 2015).

Conclusion

Students consider self – employment and being entrepreneurial as an alternative way for young people to live in economic freedom, although most of them prefer a contract as employee (Tab. 1). The growing interest in enterprise among students and graduates backed in survey showed that entrepreneurship education is not always understood as the beginning of their own businesses. Students understand enterprise also in many different ways like scientists and there is not one common definition for them. There is a growing demand to continue entrepreneurship education not only at Wroclaw University of Technology but also at other Polish universities. The education should be provided for really interested students in form of workshops with cooperation

of both offices (at Wrocław University of Technology Career Office and Entrepreneurship Incubator). This kind of education is probably most beneficial for future leaders and entrepreneurs, even they do not want any help (as declared in survey).

Participants of the surveys that undertake professional activities are rarely able to accurately assess the value of their qualifications (table 1). It is really amazing that young people interested in own businesses see “the glass ceiling” above them, and do not go out beyond the limits in their income.

LITERATURE:

Audretsch, D. (2001), “Research issues relating to structure, competition, and performance of small technology-based firms”, *Small Business Economics*, Vol. 16, pp. 37-51.

Coulter, M. (2001), *Entrepreneurship in Action*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.

Balcerak A. (2011), *Przedsiębiorczość i postawa przedsiębiorcza* [in Polish:] *Kształowanie zachowań innowacyjnych, przedsiębiorczych i twórczych w edukacji inżyniera: praca zbiorowa* [ed:] Jan Skonieczny. Wrocław : Indygo Zahir Media, cop. 2011. pp. 145-160

Dawidziuk S. (2006) , *Czy przedsiębiorczości można się nauczyć;* [w:] Burke A.E, [ed.], *Modern Perspectives on Entrepreneurship*, Senate Hall, Dublin 2006, pp. 1-22

GUS, (2014); [in Polish] *Kwartalna informacja o aktywności ekonomicznej ludności*, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-bezrobotni-bierni-zawodowo-wg-bael/kwartalna-informacja-o-aktywnosci-ekonomicznej-ludnosci-ii-kwartal-2014-r-,2,17.html>

Kew J., Herrington M., Litovsky, Y., Gale, H., (2013) *Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship*
<http://www.youtheconomicopportunities.org/sites/default/files/uploads/resource/GenerationEntrepreneur.pdf>

Kobia M., Sikalieh D., (2010), "Towards a search for the meaning of entrepreneurship", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 34 Iss 2 pp. 110-127 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/03090591011023970>

Kolb, A.Y., Kolb, D.A., (2008); *Handbook of Management Learning*, [in:] *Education and development*, Armstrong S. J & Fukami, C. (Eds.). London; Sage Publications 2008.

Kuratko, D. and Hodgetts, R. (2004), *Entrepreneurship, Theory, Process, Practice*, 6th ed., Thomson South-Western, Stamford, CT.

Mason, P.L. (2000), “Understanding recent empirical evidence on race and labour market outcomes in the USA”, *Review of Social Economy*, Vol. 58 No. 3, pp. 319-38.

MNiSW, (2013); *Higher education in Poland* [in Polish] *Szkolnictwo wyższe w Polsce*; https://www.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2013_07/0695136d37bd577c8ab03acc5c59a1f6.pdf

NBP, National Bank of Poland, (2015); <http://www.nbp.pl/home.aspx?navid=archa&c=/ascx/tabarch.ascx&n=a149z150804>

Nixon, R. (2004), GEES Enterprise, Skills & Entrepreneurship Resource Pack, Plymouth.

Rauch, A., Frese, M. (2007), *The Psychology of Entrepreneurship*, available at: <http://books.google.com>

Sulich, A. (2015) Oczekiwania płacowe studentów i absolwentów Politechniki Wrocławskiej wobec pierwszego pracodawcy, "e-mentor" 2015, vol 2(59), pp. 24-27, <http://dx.doi.org/10.15219/em59.1166>

Wrzecioniarz P. [editor] *Przedsiębiorczość Akademicka Dolnego Śląska*, Media Consulting Agency Wrocław 2010, pp.9-10 http://mcamedia.pl/wp-content/uploads/Przedsi%C4%99biorczosc_Akademicka_popr.pdf

АНАЛИЗ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

13

Чижов Георгий Александрович

директор ЧОУДПДО «Играя развиваем»

автор образовательного курса ПРОПИТКА

основатель Гуманитарного бизнес-инкубатора ЛЕКТОРИЯ

Король Наталья Александровна

исполнительный директор ЧОУДПДО «Играя развиваем»

со-основатель Гуманитарного бизнес-инкубатора ЛЕКТОРИЯ

Аннотация

Новые вызовы ставят новые задачи развития предпринимательского образования. В докладе описана авторская концепция по анализу и рекомендациям выявления компетенций в процессе предпринимательской деятельности в зависимости от этапа реализации конкретных проектов. Авторы статьи раскрывают основные принципы данного подхода, которые были сформулированы и апробированы ими как при организации собственных проектов, так и при проведении различных образовательных мероприятий для предпринимателей.

В процессе обучения предпринимательской деятельности важно привить обучающимся навыки распознавания компетенций не только у них самих, но и подчиненных, так как любой предприниматель в конечном итоге является руководителем собственного проекта. Это позволит предпринимателю в дальнейшем, имея ограниченное число сотрудников, распределить их полномочия и предупредить снижение эффективности совместной деятельности. При этом мы не говорим об обучении функций кадрового работника, а о повышении осознанности предпринимателя к подбору своих кадров.

Ключевые слова: компетенции, предпринимательство, ресурсы.

Введение

Чтобы не путаться, дадим короткие определения таких понятий как «компетенция» и «компетентность». Первое подразумевает способность применять свои умения, знания и навыки в конкретной деятельности, в нашем случае - это предпринимательская деятельность, второе – осознание своих компетенций и их направленность.

Компетенции подразделяются на три уровня: специалист (может выполнять конкретную функцию в пределах своих знаний и навыков), профессионал (может решить задачу путем подбора необходимых специалистов, имеющих нужные знания и навыки для выполнения определенных функций) и руководитель (объединяет и направляет разносторонних профессионалов для достижения поставленной цели).

Часто бывает, что реальным руководителем в определенной сфере может стать лишь тот, кто прошел первые два уровня – специалиста и профессионала. Но как раз управленческие качества предпринимателя проявляются независимо от того, в какой сфере деятельности он их применяет. И чаще всего предприниматель в начале своего проекта не имеет достаточных специальных знаний и навыков, он учится на ходу, привлекая нужных ему специалистов и профессионалов, тем самым максимально проявляя себя как руководитель.

Понятие управления ресурсами при компетентностном подходе к предпринимательской деятельности

Информация является неограниченным ресурсом, требует постоянного обновления и подтверждения. Желательно, чтобы информация фильтровалась на входе для ее соответствия поставленным в организации целям. Информация необходима на всех этапах развития проекта, но на начальном этапе формирования идеи, чаще всего информация это единственный доступный ресурс.

Люди, как это не цинично звучит, так же являются ресурсом. Причем нужно учесть, что это заменяемый ресурс. Доступность данного ресурса зависит от уровня квалификации того персонала, на которого возлагаются конкретные задачи.

Время самый дорогой ресурс в силу его невозобновляемости. Именно поэтому люди, умеющие управлять временем, ценятся дороже всего. В контексте развития проекта, время это последовательность событий, желательно четко спланированная и приводящая к нужному результату.

Материальные средства – самые понятные и легко калькулируемые ресурсы. Деньги могут как являться эквивалентом обмена трёх вышеупомянутых ресурсов, так и сами выполняют роль товара.

Порядок использования и управления ресурсами зависит от того на каком этапе стратегического развития находится организация. Первым этапом является придумывание и обоснование идеи, вторым этапом будет разработка стандартов, причем первые два этапа могут быть статичными и внешне никаких действий не совершается, хотя проект уже всю жизнь и требует внимания. Третий этап- непосредственная работа системы в динамике. И последний четвертый этап – анализ итогов.

Этапность в развитии предпринимательских проектов

Очень важно понимать отличие порядка управления ресурсами от этапов стратегического развития организации. В стратегии тоже сначала предусмотрен этап появления и проработки идеи. Потом идут два этапа – статика и динамика. И процесс как бы заикливаясь, так как после получения информации необходимо понимать, будет ли что-то двигаться дальше. Если да, то идем на этап автоматизации и масштабирования. Если нет, то завершаем проект, подводим итоги, выстраиваем новую стратегию. Причем, необходимо подводить итоги и анализировать ситуацию по каждому ресурсу с точки зрения корректировки дальнейшей деятельности.

Интересно то, что под каждый ресурс и этап требуется человек с индивидуальным набором профессиональных компетенций. Но так как, исходя из реальных условий жизни, невозможно на каждый этап поставить человека и четко отследить границы между этапами, то требуется делегирование полномочий подчиненным. А это в свою очередь требует оценки личных компетенций каждого сотрудника исходя из текущих задач проекта.

Поле компетенций предпринимателя при реализации проектов

Попробуем выстроить таблицу компетенций, где по вертикали мы поставим этапы развития проекта, а по горизонтали ресурсы, начиная с информации. Далее идут люди, время и материальные средства.

В таблице компетенций нужно выбрать вертикаль и горизонталь (см. Приложение, Табл. 1). Тем самым, выбираются наиболее важные для самого предпринимателя ресурсы и этапы. Такой выбор определяется предпочтениями человека в своей деятельности. Невозможно делать все и сразу, есть то, что получается лучше. И именно с этим ресурсом и на этом этапе проекта желательно работать и прикладывать максимально возможные усилия. И как раз пересечение вертикали и горизонтали является наиболее эффективной точкой проявления своих качеств. Именно в этой точке нужно прокачивать себя как руководителя. Назовем ее Идеальной Компетенцией (ИК), так как ее использование

максимально эффективно в любой сфере. Все близлежащие ячейки находятся на уровне профессионала. Эти компетенции назовем Ключевыми, так как они применяются для решения привычного и удобного круга задач. Следующий круг – уровень специалистов. Этот перечень компетенций можно назвать Вспомогательными, поскольку они применяются для более широкого перечня задач с меньшим уровнем личной ответственности. Все удаленные от ИК компетенции, выходящие за этот круг, могут быть названы Непрофильными.

Соответственно с расширением круга компетенций понижается профессиональный уровень. Но также понижается и уровень интеллекта, чтобы упростить взаимодействия с конкретными ресурсами. Полагается, что человек решая задачи, выходящие за пределы своей Идеальной компетенции, либо саботирует свою деятельность, либо выполняет ее существенно хуже. Это вызвано не только низким уровнем Вспомогательных компетенций, но и слабой компетентностью – осознанием наличия своих способностей только в определенной сфере.

17

Нельзя требовать от человека выполнения всех задач на одинаковом уровне профессионализма или специализации. И даже руководитель проекта имеет болевые точки – Непрофильные компетенции, в которых он не может проявить себя на должном уровне и вынужден искать себе замену на время решения конкретной задачи. Разумеется, в этом месте проект начинает серьезно хромать, если у руководителя слишком высокие амбиции и нет понимания, что одному человеку в любом случае не по силам решать все задачи проекта.

Но часто люди боятся показать свои слабости и высказывают сомнения относительно того, что у них падает эффективность при удалении от ИК. Это естественно, так как человеку свойственно скрывать свои слабые стороны от других людей. И первое что обычно высказывает руководитель, выясняя какие действия ему лучше не совершать – я способен решить любую сложную задачу на любом этапе с применением любых ресурсов.

И по сути он прав. Тут встает вопрос эффективности такого решения и объема трудозатрат. Разве не разумнее делегировать полномочия более компетентному сотруднику, при этом взяв на себя обязанности по контролю над результатом, тем самым показав высокий уровень компетентности.

Процесс обучения предпринимателя выявлению и анализу компетенций.

На основании нашего опыта обучения руководителей проектов, направленных на предпринимательскую деятельность в творческой и образовательной сфере, мы сформулировали основные методы повышения навыков предпринимателя в процессе выявления компетенций, как собственных, так и его сотрудников.

Есть базовые принципы анализа поведенческих реакций предпринимателя, которые можно интерпретировать с точки зрения компетентностного подхода и выявить круг Ключевых компетенций, близких конкретной личности. Таковыми являются – усиленное внимание на том что нравится, игнорирование того, что не нравится, и понижение активности если запланированный результат не достигнут на определенном этапе.

В частности, любой предприниматель в процессе рассказа о своей деятельности делает особый акцент на определенные ресурсы, а также проявляет наибольшую активность на конкретном привычном и удобном ему этапе реализации своих проектов. Дальнейшие действия либо вызывают негативное отношение при рассмотрении, либо пассивность и желание устраниваться, что позволяет выявить Непрофильные компетенции. Так, например, основатель Частного детского сада всячески уклонялась от написания финансовых таблиц, указывая на непонимание их заполнения. Основатель ряда творческих коммерчески успешных фестивалей не мог длительное время собрать и проанализировать итоги предыдущих мероприятий. При этом он осознавал существенную потерю дополнительной прибыли и повышение расходов на продвижение, но продолжал игнорировать данный факт, мотивируя это бессмысленностью сбора информации после мероприятий. В противовес

данным примерам есть множество фактов совместной деятельности при гармоничном распределении задач в соответствии с индивидуальными компетенциями: например, основатели детского образовательного центра разделили свои обязанности на наполнение проекта содержанием (образовательные программы, мероприятия, создание сообществ) и проработку форм (организация пространства, документальные и юридические вопросы, административные задачи). Три учредителя школы иностранных языков распределили свои компетенции: генерация новых идей для продвижений – для первого, поиск и прием новых клиентов и преподавателей – для второго, а контроль качества проведения занятий и жесткий учет финансовых потоков ведет третий учредитель.

Основными методами повышения навыков предпринимателя в выявлении компетенций являются:

- выделение контрольных точек при анализе устного рассказа предпринимателя о своей деятельности (положительное и отрицательное отношение к тому или иному ресурсу и этапу деятельности);

- самостоятельная оценка предпринимателем своего умения делегировать полномочия для решения сложных задач, либо акцент на неспособность сотрудников решать поставленные задачи.

- на основе указанного выше - поиск и уточнение идеальной компетенции предпринимателя с использованием таблицы компетенций и формирование навыка делегирования удаленных непрофильных компетенций партнёрам и сотрудникам.

При этом нужно очень аккуратно относиться к информации, предлагаемой для анализа предпринимателем, так как она может носить субъективный характер. Чаще всего предприниматели высказывают свои предпочтения в желаемом, а не действительном поведении, что прекрасно проверяется путем перечисления их результативных и не результативных действий в любой ранее осуществляемой деятельности.

Также следует разделять мнение предпринимателя на основе его личного опыта и навязанное «авторитетное» мнение об идеальном представлении поведения руководителя и лидера. В этом случае необходимо постоянно уточнять является ли предоставленная предпринимателем информация основанной на личных достижениях и успехах, либо имеет отношение к действиям других предпринимателей.

Заключение

Результатом приведённого анализа является удобная в применении модель компетенций в зависимости от работы с конкретными ресурсами, используемых на различных этапах реализации предпринимательских проектов. Она позволяет как начинающему, так и действующему предпринимателю, сопоставить свои оперативные и стратегически задачи с предложенной моделью и выявить свои сильные и второстепенные компетенции для контроля и делегирования задач. А также дает возможность предпринимателю в дальнейшем, имея ограниченное число сотрудников, распределить их полномочия и предупредить снижение эффективности совместной деятельности. При этом мы не говорим об обучении функций кадрового работника, а о повышении осознанности предпринимателя к подбору своих кадров.

В качестве примера мы хотим показать как разумно встроить данный подход в стандартную программу обучения предпринимательству, состоящую из следующих модулей:

- «Управление проектами»;
- «Тайм-менеджмент»;
- «Стресс-менеджмент»;
- «Деловая коммуникация»;
- «Переговоры»;
- «Эмоциональный интеллект»;
- «Креативность»;

- «Финансовое планирование. Бюджет проекта»;
- «Маркетинг. Онлайн и офлайн инструменты и теория».

На наш взгляд, оптимальным будет использовать анализ компетенций предпринимателя в первом модуле «Управление проектами», поскольку большая часть деятельности предпринимателя будет определяться его Идеальными и Ключевыми компетенциями, а в дальнейшем Вспомогательные могут, а Непрофильные должны быть делегированы партнерам и сотрудникам на основе сделанных выводов. Тем самым предприниматель в ходе обучения следующим модулям сможет сконцентрироваться на получении знаний для порядка установления надзора над деятельностью сотрудников и контроля производственных процессов, так как он увидит повышение эффективности при такой схеме делегирования.

Литература:

Руководство по компетенциям. Стив Уиддет, Сара Холлифорд. М, Изд. Нипро, 2003

Спенсер Л.М., Спенсер С.М. Модели максимальной эффективности работы. М, Изд. Нипро, 2009.

Таблица 1.	Ресурсы			
	Информация	Люди	Время	Материальные ресурсы
ЭТАПЫ проекта / Задачи	Генерирование и обоснование идеи	Управление отношениями	Постановка целей	Поиск ресурсов
Создание проекта (идея)	1. Участвует в генерировании идей	1. Строит отношения внутри группы	1. Индивидуальная цель	1. Понимание границ своих возможностей
	2. Развивает идею в решение	2. Строит отношения вне группы	2. Определяет уровень ответственности	2. Оказание помощи членам группы
	3. Вдохновляет на развитие идеи	3. Поддерживает внешние связи	3. Связывает свои цели с целями других	3. Видит способности посторонних людей
	Сбор и анализ данных	Работа с командой	Планирование	Распределение ресурсов
Разработка стандартов (статика)	1. Собирает и сохраняет данные	1. Поведение члена команды	1. Приоритеты в ежедневной работе	1. Определяет перечень личных ресурсов
	2. Проверяет и анализирует данные	2. Поддерживает членов команды	2. План соответствует планам группы	2. Выделяет ресурсы каждому члену команды
	3. Использует данные для анализа целей	3. Предлагает команде направление	3. Планы группы схожи с общими планами	3. Выделяет дополнительные источники ресурсов
	Принятие решений	Влияние	Исполнение	Обработка ресурсов
Работа системы (динамика)	1. Принимает ежедневные решения	1. Создает положительный образ	1. Отвечает за исполнение задач	1. Понимает соответствие ресурсов поставленным задачам
	2. Обеспечивает выполнение решений	2. Влияет на образ мысли других	2. Эффективно использует нематериальные ресурсы	2. Эффективно использует материальные ресурсы
	3. Принимает рискованные решения	3. Изменяет мнение группы	3. Развивает стратегию всей организации	3. Видит возможности для экономии общих ресурсов
	Сохранение и передача данных	Закрепление контактов	Фиксация достижения цели	Учет расходов и доходов
Подведение итогов (выход)	1. Сохраняет данные в пределах доступа	1. Остается преданным команде	1. Видит свой результат	1. Отчет о порядке использования ресурсов
	2. Собирает информацию с разных отделов	2. Не теряет контактов с членами группы	2. Может соотнести план и результат каждого члена группы	2. Видит зависимость расходования ресурсов на разных этапах проекта
	3. Аккумулирует всю информацию по завершению проекта	3. Поддерживает отношения со всей группой	3. Осознает факт достижения стратегической цели	3. Может проанализировать полученный результат и создать новую стратегию

Тезисы к докладу: технологии массового развития бизнес-компетенций

В.В. Шоптенко
Директор
Института организационного развития
и стратегических инициатив РАНХиГС

Е.Ю. Климчук
Директор проекта
Центра инновационных
образовательных технологий
ИОРСИ РАНХиГС

В последнее время в условиях внешнеполитических и экономических вызовов перед Российской экономикой была поставлена задача развития импортозамещения и малого бизнеса, как основ для развития современной экономики. Особое значение приобретает качество подготовки кадров для бизнеса и предпринимательское образование.

В предыдущих работах³ как один из примеров формальной оценки состояния бизнес-образования в России принимался рейтинг глобальной конкурентоспособности, ежегодно публикуемый Всемирным экономическим форумом. С 2007го года Россия поднялась с 58го места до 45⁴, что на 8 позиций выше, чем в прошлом году. Это стало возможным во многом благодаря значительному пересмотру паритета покупательской способности России. В то же время Российская Федерация улучшила некоторые аспекты рыночной эффективности, такие как нормативно-правовая база в области формирования бизнес-среды и конкуренции на внутреннем рынке, что отражает усилия правительства по улучшению бытовых условий для ведения бизнеса.

Острой остается проблема подготовки управленческих кадров, занятых в развитии бизнеса. Стратегия развития малого и среднего бизнеса⁵, разработанная при поддержке Министерства экономического развития, ставит задачу укрепления кадрового потенциала

3 Д. В. Кайсин, О. С. Кайсина, Д. С. Конанчук, В. В. Шоптенко Передний край бизнес-образования: инновации в методах и технологиях. Российское образование: тенденции и вызовы: сб. ст. и аналитических докл. — М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2009. — 400 с

4 World Economic Forum; Global Competitiveness Report 2015-2016; Date of data collection or release: 1st September 2015; www.weforum.org/gcr

5 Структура Стратегии малого и среднего развития бизнеса. Министерство экономического развития РФ. <http://economy.gov.ru/minrec/about/structure/depMB/2015200701>

малых и средних предприятий, а также пропаганду и популяризацию предпринимательской деятельности.

В этих условиях задача развития предпринимательских компетенций в России приобретает новый масштаб и требует внедрения технологических инноваций не только в рамках программ Дополнительного профессионального образования, но и в программы Высшего образования.

В бизнес-образовании, как одной из наиболее практико-ориентированных областей образования, подобные идеи используются достаточно давно. Если говорить о конкретных и наиболее заметных «технологических» инновациях, актуальных для бизнес-образования, — то это метод разбора конкретных ситуаций, или метод кейс-стади (case study method), метод бизнес-симуляций (business simulations) и метод обучения через проекты (project-based method).

В настоящее время можно выделить несколько разных «провайдеров» программ подготовки управленческих кадров, которые в поисках более высокой эффективности обучения и для достижения лучших образовательных результатов (learning outcomes) разрабатывают и внедряют подобные инновации для обучения менеджеров. Кроме некоторых бизнес-школ, это также профессиональные ассоциации, специализированные тренинговые компании и корпоративные университеты.

Традиционно наиболее активными потребителями и производителями новых образовательных технологий являются бизнес-школы. В частности, речь идет о методе разбора конкретных ситуаций, который, несмотря на свою более чем столетнюю историю за рубежом, в России пока не получил достаточного распространения в школах бизнеса, за исключением ряда столичных школ.

Одной из наиболее эффективных технологий обучения являются имитации управления бизнесом (компанией или банком). На сленге их часто называют бизнес-симуляциями — это калька с английского термина business simulations. В современной

России под этой формой понимается много различных методик: ролевые игры (role play), настольные игры (board games), деловые игры, а также компьютерные имитации или симуляторы. В зарубежном бизнесобразовании эти разнообразные формы встречаются и как элементы курсов в бизнес-школах, и как самостоятельные «тренинги», предлагаемые соответствующими тренинговыми компаниями. Компьютерные имитации представляют собой «тренажеры для менеджеров», по аналогии с тренажерами, на которых осуществляют подготовку авиапилотов. Деятельность управленца не менее ответственна и сложна, и потому разумно предварительно пройти тренировку в условиях минимального риска.

В настоящее время в ряде ведущих зарубежных школ бизнеса бизнес-симуляции используются как курс, интегрирующий все дисциплины образовательной программы и позволяющий применить основные концепции в управлении виртуальной компанией, а также увидеть результат до начала их применения в реальной бизнес-практике.

В частности, Российская Академия народного хозяйства и государственной службы, последние три года активно внедряет бизнес-симулятор в подготовку студентов и преподавателей всей филиальной сети. Обучение проходит в формате внутреннего чемпионата (Business Battle), в который ежегодно вовлечены более тысячи студентов и сотрудников Академии по всей России. Формат соревнования позволяет поддерживать высокую вовлеченность участников в процесс игры, побуждая их самостоятельно находить у себя пробелы в знаниях и восполнять их чтением дополнительной литературы. С 2015 года проект получает статус официальной образовательной программы и используется как сквозной инструмент в ряде курсов по управлению и финансам предприятия.

Business Battle реализуется в рамках российского этапа крупнейшего международного чемпионата по стратегии и управлению бизнесом Global Management Challenge. К настоящему моменту в чемпионате принимают участие управленческие команды из 33 стран. Россия входит в число лидеров по числу участников национального этапа – около 10 тысяч человек ежегодно проходят обучение на симуляторе. Российские

команды четырежды становились чемпионами мира, что показывает конкурентоспособность российских управленцев в условиях глобальных вызовов, доказывая растущее качество российского бизнес-образования на международной арене.

Сам по себе симулятор (компьютерная модель, имитирующая ту или иную деятельность) едва ли способен привнести нечто уникальное в образовательный процесс. Как ни банально, образовательный результат будет зависеть от того, каким образом имитационная игра встроена в образовательный процесс, как выглядит образовательный модуль, разработанный на базе бизнес-симулятора.

Многолетний опыт применения имитаций в РАНХиГС показывает, что имитация — это прежде всего, повод для обсуждения определенных концепций и инструмент для отработки полученных знаний на практике. Имитационная игра создает уникальную образовательную среду, которая, с одной стороны, обеспечивает необходимую мотивацию участников (за счет элемента соперничества и конкуренции), а с другой стороны, формирует запрос на новые знания у участников в тот момент, когда они сталкиваются в игре с проблемной ситуацией, которую не могут решить собственными силами. Именно в этот момент на сцену выходят эксперты, которые готовы ответить на вопросы участников по отдельным аспектам управления компанией или банком. Важно, что участники получают информацию *ad hoc* — то есть в тот момент, когда они в ней нуждаются и когда могут сразу же применить ее на практике. Это значительно повышает эффективность обучения.

Таким образом, имитация является своеобразным «практикумом по принятию решений», который перебрасывает мостик между современной теорией и практической деятельностью. Игра является базовым образовательным процессом, интегрирующим и увязывающим между собой в единую систему упражнений другие образовательные методы: экспертные лекции, разбор конкретных ситуаций, разработку и защиту проектов (например, стратегий развития компаний в игре).

От идеи до продукта – целая пропасть. Стало ли легче ее преодолеть технологическому предпринимателю?

Лаптев Георгий Дмитриевич

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
экономический факультет

Стремительное развитие технологий, увеличение объемов передачи и обработки информации, существенным образом определяют ландшафт современного общества и бизнеса, оперирующего в условиях глобальной конкуренции и неопределенности. Тенденция такова, что современные потребители хотят получать продукты/услуги, созданные специально для них. Ключевой становится персонализация, а услуга начинает превращаться во впечатление. Потребитель все чаще принимает решение о покупке не только на основании фактов и достоверной информации, но также, исходя из собственных эмоций и чувств. Вопросы, которые теперь встают перед предпринимателями, - как эффективно выявлять латентные потребности и эффективно создавать востребованный продукт.

Интернет и социальные сети обеспечивают мгновенный доступ предпринимателям к информации, открывают новые возможности для глобальных взаимодействий и краудсорсинга как инструмента совместного создания (co-creation) нового продукта. Глобальные образовательные платформы (MOOCs) позволяют предпринимателям оперативно получать нужные знания от лучших носителей. Open source software и cloud services значительно уменьшают стоимость разработок software. Offshore manufacturers, DIY Technology и 3D-printing доступно для hardware стартапов. Доступ к early-stage investments для стартапов значительно упростился благодаря crowdfunding websites (*Kickstarter, Indiegogo, etc.*)

Современная инфраструктура, с одной стороны, позволяет предпринимателю снизить стоимость создания инноваций, а с другой, накладывает повышенные требования к его компетентностям. Ключевая экспертиза современного технологического/инновационного предпринимателя аккумулирована в знаниях, умениях и способностях: (1) *создавать ценность (value creation)*, (2) *выявлять и верифицировать потребителей (customer discovery & validation)*, (3) *создавать масштабируемую бизнес-модель (business model creation)* и все это делать с использованием современных техник (4) *предпринимательского менеджмента*.

Рассматривая предпринимательскую деятельность как профессиональную, важно ответить на вопрос способен ли тот или иной человек в ПРИНЦИПЕ решать задачи определенного типа и в необходимой степени проработанности, а не определение того, умеет ли он всё это делать сейчас и точно в предложенной форме. И, ключевое, какими они (люди) ДОЛЖНЫ БЫТЬ, что бы стать успешными в этой профессии (предпринимательской деятельности) и реализовывать ключевые задачи этой деятельности.

В innovationStudio (лаборатории инновационного бизнеса и предпринимательства), на протяжении последних лет мы проводим исследования по выявлению и анализу компетентностей в предпринимательском менеджменте, развиваем новые подходы и создаем необходимую инфраструктуру для реализации магистерской и современных акселерационных программ, направленных на формирование/развитие ключевых компетентностей в предпринимательском менеджменте. Результаты исследований и наша практика в формировании ключевых компетентностей станут предметом обсуждения на конференции.

Факторы развития технологического предпринимательства в переходной экономике

Бутрюмова Н.Н.

к.э.н.,

Доцент кафедры венчурного менеджмента

НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Карпычева С.А.

Студентка 2 года магистерской программы «Менеджмент»

НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Аннотация

В России переход к рыночной экономике породил возникновение широких возможностей для развития предпринимательства, в том числе в технологической сфере. Особенности развития технологического предпринимательства в России мало изучены. Поэтому цель данной работы заключается в рассмотрении некоторых особенностей развития технологического предпринимательства в контексте переходной экономики в Нижегородском регионе, в котором сложились благоприятные условия для развития технологического предпринимательства. Исследование носит поисковый характер, в ходе которого было изучено десять кейсов технологического предпринимательства в 1990-х и 2000-х гг. Результаты исследования показали, что в регионе существуют некоторые характерные черты развития технологического предпринимательства, некоторые из них: наиболее важными ресурсами развития являются люди и знания; общим принципом развития является минимизация внешнего финансирования, а также ориентация на качество и потребности клиента. В качестве отличий в кейсах можно отметить следующие: команды технологических проектов 2000-х гг. более склонны к привлечению внешнего инвестора. Отмечается изменение отношения общества к предпринимательству в целом от

негативного к терпимому. Выявленные факторы развития технологического предпринимательства могут выступить основой для дальнейших исследований в данной сфере.

Ключевые слова: технологическое предпринимательство, переходная экономика, факторы развития.

Введение

Предпринимательство является одним из важных факторов экономического развития страны. Зарубежные исследователи рассматривают феномен предпринимательства в контексте инновационной и конкурентной силы, что критично для экономического развития (Audretsch and Thurik, 2000; Carree and Thurik, 2010; Hormiga et al., 2011; Yang and Li 2011). Разработчики выводят на рынок инновации, обеспечивают развитие новых технологий, способствуют появлению новых отраслей промышленности, увеличивают конкуренцию на разных рынках в стране. Существует положительная и статистически значимая связь между предпринимательством и экономическим ростом на различных уровнях (предприятия, отрасли, региона и страны) которая подтверждается многими исследователями. Научные работы зарубежных авторов показывают, что технологическое предпринимательство дает больший социальный и экономический вклад в развитие инновационного потенциала страны, чем другие формы предпринимательства. Это обусловлено быстрым ростом малых инновационных компаний, особенно в высокотехнологичной отрасли (Geroski, 1995; Audretsch, 1995).

По данным Министерства финансов России, в 2013 году нефтегазовые доходы федерального бюджета составили 50,2% от всех поступлений⁶. Одновременно с этим

⁶ Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2013 год/ Москва, 2014 год.

Россия занимает 49 место из 143 по уровню инновационного развития в 2014 году (Scott & Vincent-Lancrin, 2014). Что касается активности технологического предпринимательства, то она остается достаточно низкой: всего порядка 10,2% предприятий малого бизнеса в России относятся к технологическим компаниям в 2013 г. (Верховская и Дорохина, 2013). Таким образом, статистика показывает необходимость увеличивать активность технологического предпринимательства в России.

Цель работы – определить тенденции эволюционного развития технологического предпринимательства с 1990-х годов.

Основные задачи исследовательской работы:

- Определить понятие «технологическое предпринимательство»;
- Изучить факторы развития технологического предпринимательства в переходной экономике.
- Провести анализ контекста развития технологического предпринимательства 1990-х и 2000-х гг. в России;
- Провести исследование технологических компаний, созданных в 1990-е и 2000-е гг.;
- Выявить характерные тенденции и особенности развития технологического предпринимательства.

Объектами исследования являются малые технологические компании, основанные в 1990-х и 2000-х гг.

Предметом исследования являются характерные особенности создания и развития компании.

Методами исследования в данной работе служат – анализ и синтез вторичной информации, метод кейсов.

В результате работы будут сформулированы особенности развития технологического предпринимательства, а также тенденции его эволюции. Полученные

результаты лягут в основу дальнейшего изучения технологического предпринимательства. Результаты послужат основой для органов власти для разработки программ по развитию технологического предпринимательства. Кроме того, результаты будут иметь важность для исследователей технологического предпринимательства.

Анализ факторов развития технологического предпринимательства в переходной экономике

Одна из основных форм предпринимательства – технологическое предпринимательство, ему уделяется не так много внимания среди исследователей, особенно развитию этого феномена в переходной экономике.

Дорф и Байерс в своих работах акцентировали внимание на том, что технологическое предпринимательство это стиль бизнес-лидерства, который включает в себя определение многообещающих, с высокими техническими средствами ряда возможностей изготовления продукции для ее последующей продажи; накопление ресурсов, например, капитал и талант; а также управление ростом компании и появляющихся рисков через навыки принятия эффективных решений (Dorf and Byers, 2005).

Технологическое предпринимательство также рассматривают как процесс, с помощью которого предприниматели подбирают ресурсы для организации, стратегии и технические системы, которые могут быть использованы компанией для достижения благоприятных возможностей (Bjerke, 2007).

Технологическое предпринимательство включает в себя следующие характерные черты:

- руководство малой компанией, которой владеют изобретатели и ученые;
- нахождение проблем или применение отдельной технологии;
- запуск нового рискованного бизнеса, внедрение нового приложения или использование возможностей, которые опираются на научно-технические знания;

- осуществление технологических изменений.

В переходной экономике претерпевает изменения структура и принципы экономической системы. Большинство предыдущих исследований предпринимательства в различных странах Восточной Европы, России и Китая (Aidis, 2005; Li, 2006; Smallbone, 2001) приходят к выводу, что предпринимательство, в том числе и технологическое, в переходной экономике имеет определенные отличия.

Кюмерле сформулировал пять основных условий для перехода к рыночной экономике и создания благоприятных условий для развития предпринимательства в стране (Kuemmerle, 2005): благоприятная структура рынка; наличие венчурного капитала; высокое качество человеческого и социального капитала; толерантность к бизнес успеху и провалу; и обеспечение защиты прав собственности, которое обеспечивает низкие входные барьеры при запуске, развитии или продаже бизнеса. Чаще всего в переходной экономике политическая, экономическая и бизнес среда нестабильна. Хабнер утверждает, что для развития предпринимательства в переходной экономике необходимо создать соответствующие макроэкономические условия, обеспечивающие стимулы, обучение предпринимателей, финансовую поддержку и необходимую инфраструктуру (Hubner, 2000).

В результате анализа как зарубежной, так и отечественной литературы, можно суммировать рассматриваемые в литературе особенности условий для развития технологического предпринимательства в переходной экономике следующим образом: высокие налоги, нестабильная правовая и экономическая среда, неэффективная банковская система, коррупция, распространенность устаревшего бизнес-мышления, сложности привлечения капитала и займов, и волокита.

Анализ контекста развития предпринимательства 1990-х и 2000-х гг. в России

В 1990-х годах развитие предпринимательства в России сдерживалось сочетанием таких факторов, как постоянные сопротивления изменениям в сложившейся

бюрократической административно-деловой культуре, неразвитая правовая и финансовая инфраструктура, значительная административная свобода и коррупция в различных государственных учреждениях, жесткая налоговая политика, высокие процентные ставки, непредсказуемая инфляция и отсутствие предпринимательского опыта и навыков (Kornai, 1995). По мнению экспертов ОЭСР (OECD, 1997), российские предприниматели имели следующие трудности: нестабильная система налогообложения, недостаток капитала и трудности в обеспечении банковских кредитов, нестабильное законодательство и нормативные акты, волокита, подкуп и чрезмерный контроль и требования к отчетности.

В 2000-х годах ситуация выглядела следующим образом. Кузнецов и др. (Kuznetsov, 2000) показали, что российская предпринимательская среда имеет проблемы с высокими операционными и пуско-наладочными расходами, вызванными неэффективной правовой средой и частыми изменениями в правилах; отсутствие безопасности, связанной с финансовыми ресурсами, особенно в начале создания предприятия; недоступность венчурного капитала; и неблагоприятная кредитная политика для малых и средних предприятий.

Кроме того, важные кросс-национальные различия кроются в историческом опыте, институциональном наследии, нормах или культурных ценностях. Образ предпринимателя как аморального и нечестного спекулянта все еще подкрепляется отношением и поведением бизнес-сообщества в России, которое в подавляющем большинстве признает, что при отсутствии институциональных гарантий для обеспечения честной игры, взяточничество, уклонение от налогов и мошенничество - жизнеспособная бизнес-тактика (Djankov, 2005).

Итак, можно сформулировать основные вопросы исследования. Важно определить, каким образом наиболее значимые факторы для создания и развития предпринимательства в России отражались на технологическом предпринимательстве и как они менялись со временем. Таким образом, на типичных российских кейсах одного из наиболее инновационно развитого региона страны мы попытаемся определить тенденции в процессе

эволюции технологического предпринимательства при изменении условий для развития технологического предпринимательства в стране. Интересно посмотреть, к каким изменениям на уровне технологического предпринимательства привели политические, экономические, социальные и технологические трансформации в России.

Исследование технологического предпринимательства.

Исследование в рамках данной работы носит качественный характер, поэтому наиболее приемлемым методом сбора качественных данных и их анализа является кейсовый метод (Yin, 2009).

Для получения наилучших результатов, были определены некоторые критерии отбора компаний для участия в исследовании. Компании в качестве рассматриваемых кейсов были выбраны исходя из следующих критериев:

- Дата основания компании (только в рамках выделенных волн);
- Компания - действующая или была продана стратегическому инвестору;
- Компания использует в своей деятельности технологически новые или значительно улучшенные продукты или процессы, или одновременно и продукты и процессы в течение изучаемого периода;
- Источники инновационных разработок должны быть следующими: НИИ или институты РАН; вузы; заводы, крупные предприятия или опытно-конструкторские бюро; частные лица.

В данном исследовании приняли участие 10 действующих компаний, которые добились определенных успехов в бизнесе. По каждому кейсу была собрана информация из открытых источников, а также были проведены личные полужформализованные интервью с руководителями или учредителями данных компаний. Вопросы для интервью были составлены на основе анализа схожих зарубежных исследований, таких как GEM. В ходе личного интервью вопросы были направлены на выявление особенностей двух этапов в жизни компании: создание и развитие. Вопросы были сформулированы по двум большим

блокам: внешние и внутренние факторы, которые были выявлены в работах авторов в других странах.

Проводился качественный анализ собранной информации, в результате которого определены драйверы и сдерживающие факторы развития двух волн технологического предпринимательства, определены тенденции эволюции данного вида предпринимательства в регионе.

Результаты исследования

В результате данного исследования, можно сделать общие выводы по основным рассмотренным вопросам. Были отмечены некоторые тенденции к сохранению принципов создания и ведения технологического бизнеса разных поколений.

В ходе анализа собранной информации было обнаружено, что мотивация к началу предпринимательской деятельности была связана с реализацией научных результатов и дополнительным доходом, что характерно для предпринимателей в высокотехнологической сфере в целом.

Респонденты отмечали, что наиболее важными ресурсами для них были люди и интеллектуальная собственность. Предприниматели всех поколений предпочитают охранять интеллектуальную собственность в режиме ноу-хау. Качество и доступность высококвалифицированного персонала для технологического бизнеса существенно снизилось со временем.

Отношение предпринимателей к внешнему финансированию одинаково в обоих поколениях. Все рассмотренные компании предпочитают самофинансирование или грантовые программы, то есть ограничивают внешнее вмешательство в процесс управления компанией.

У предпринимателей первого поколения наблюдается тесная связь с научными организациями, из которых они вышли. Во втором поколении в основном таких связей не наблюдается, скорее формальные контрактные взаимоотношения по необходимости.

Для начала предпринимательской деятельности необходимы определенные знания и навыки. В обоих поколениях таких навыков и знаний было недостаточно у предпринимателей. Для получения недостающих навыков и знаний предприниматели обоих поколений стремились обучаться и ориентировались на свой или чужой опыт.

Отношение к мерам государственной поддержки в первом поколении более сдержанное, их основной принцип – «лишь бы не мешали». Во втором поколении в связи с увеличившимся количеством мер поддержки и программ, предприниматели положительно к ней относятся и активно пользуются.

Среди проблем, которые выделили представители компаний обоих поколений, фигурируют отсутствие спроса на инновационную продукцию в стране, деградация промышленности, высокие риски данного вида деятельности, приводящие к низкой предпринимательской активности в данной сфере.

Оба поколения предпринимателей придерживались нишевой стратегии, стратегии лидерства по качеству или сильной клиентоориентированности.

Рыночная среда стала более благоприятной. Усилились рыночные методы борьбы с конкурентами, можно наблюдать развитие деловой культуры рыночных отношений.

Заключение

Подводя итоги проделанной работы, необходимо отметить, что в работе были проанализированы различные подходы к определению технологического предпринимательства, изучены особенности переходных экономик и определена роль технологического предпринимательства в них. Далее проведен анализ российского контекста переходного этапа, выделены особенности российской действительности.

В работе проводился качественный анализ собранной информации, в результате которого определены драйверы и сдерживающие факторы развития двух волн технологического предпринимательства, определены тенденции эволюции данного вида предпринимательства в регионе.

В результате данного поискового исследования выявлены тенденции эволюции технологического предпринимательства, сформулированы особенности его развития. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейших исследований технологического предпринимательства.

Выявленные факторы развития технологического предпринимательства послужат основой для органов власти для разработки программ дальнейшего развития технологического предпринимательства.

Список литературы:

1. Верховская, О.Р. и Дорохина, М.В. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства». Россия, 2013.
2. Aidis R. Institutional barriers to small- and medium-sized enterprise operations in transition countries / R. Aidis // *Small Business Economics* – 2005. – Т. 25 – № 4 – 305–317с.
3. Audretsch, D. B. (1995). Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 13, 441–457.
4. Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2000). Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of Evolutionary Economics*, 10, 17-34.
5. Bjerke Understanding Entrepreneurship / Bjerke, B. – Edward Elgar Publishing, 2007.
6. Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 557–594)
7. Djankov S. Who are Russia's entrepreneurs? / S. Djankov, E. Miguel, Y. Qian, G. Roland, E. Zhuravskaya // *Journal of the European Economic Association* – 2005. – Т. 3 – № 2-3 – 587–597с.
8. Dorf, R.C. and T.H. Byers (2005), *Technology Ventures: from Idea to Enterprise*, New York: McGraw-Hill.

9. Geroski, P. A. (1995). *Innovation and competitive advantage. Organisation for Economic Co-operation and Development Economics Department Working Papers.*
10. Hormiga, E, Batista-Canino, RM and Sánchez-Medina, A. The Role of Intellectual Capital in the Success of New Ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 2011, pp. 71–92.
11. Hubner, W. SME development in countries of central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, and Uzbekistan): Constraints, cultural aspects and role of international assistance. , United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) – 2000.
12. Kornai J. Highway and Byways: Studies on Reform and Post-communist Transition / J. Kornai – , 1995.
13. Kuemmerle W. The entrepreneur’s path to global expansion / W. Kuemmerle // *Mit Sloan Management Review* – 2005. – T. 46 – 42–+c.
14. Kuznetsov A. Entrepreneurial qualities: A case from Russia / A. Kuznetsov, F. McDonald, O. Kuznetsova // *Journal of Small Business Management* – 2000. – T. 38 – № 1 – 101–107c.
15. Li J. Chinese entrepreneurship and small business development: an overview and research agenda / J. Li, H. Matlay // *Journal of Small Business and Enterprise Development* – 2006. – T. 13 – № 2 – 248–262c.
16. OECD.OECD Economic Surveys: Russia 1997 / OECD – Paris: OECD Publishing, 1997.
17. Scott, R., & Vincent-Lancrin, S. (2014). The Global Innovation Index 2014: The Human Factor In Innovation. Retrieved January 31, 2015, from <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2014-v5.pdf>
18. Smallbone D. The Distinctiveness of Entrepreneurship in Transition Economies / D. Smallbone, F. Welter // *Small Business Economics* – 2001. – T. 16 – № 4 – 249–262c.

19. Yang, TT and Li, CR. Competence Exploration and Exploitation in New Product Development: The Moderating Effects of Environmental Dynamism and Competitiveness. Management Decision, 49(9), 2011, pp. 1444–1470.
20. Yin R.K. Case Study Research: Design and Methods / R. K. Yin – SAGE Publications, 2009.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВУЗОВ РОССИИ И ПУТИ ЕЁ РЕШЕНИЯ

Е.В. Аверкина

Главный координатор Экономического клуба СПбГТЭУ,
студентка бакалавриата IV курса СПбГТЭУ

А.О. Лукичева

к.э.н., доцент, СПбГТЭУ

Аннотация

В ответ на растущий уровень неопределенности и вариативности следует находить новые решения проблемам в сфере высшего образования, в частности, проблеме формирования у студентов навыков, необходимых для построения оптимальной модели деятельности организации. В статье рассмотрены ключевые аспекты получения и развития управленческих навыков молодежи. При подготовке материала статьи были использованы результаты опросов представителей малого и среднего бизнеса, а также был обобщён опыт реализации студенческого проекта «ЛИСТ» - Экономический Клуб СПбГТЭУ.

Ключевые слова: малый бизнес, управленческие навыки, предпринимательство, система образования, системный подход.

Современный учебный процесс в экономических вузах России претерпевает множество преобразований. Одной из ключевых целей подобных реформ является формирование навыков в соответствии с профилем обучения при ориентации на личность студента. Несмотря на это, в практике обучения встречаются определённые проблемы. В качестве одной из них можно выделить недостаточность практических навыков и необходимой информации для организации собственного бизнеса и управления им в ходе или после получения образования в вузе. Эту проблему отмечают как преподаватели, так и студенты.

В статье «О системном подходе к развитию сферы образовательных услуг» проф. кафедры управления и планирования социально-экономических процессов СПбГУ, д.э.н. Ю.А. Маленков приводит печальную статистику развития бизнес идей и отмечает зависимость экономического развития всей страны от уровня предоставляемых образовательных услуг: «Сегодня ежедневно иницируются тысячи новых бизнес-проектов, из которых успеха добиваются лишь 5 – 10 %, остальные приносят убытки, основная часть которых обусловлена системными ошибками». [1]

Опрос состоявшихся бизнесменов позволяет проанализировать и понять выделенную проблему. С их точки зрения, молодые люди не могут охватить сразу всю линейку проблем и барьеров, которые возникают перед предпринимателем. Например, на этапе бизнес-планирования многие шаги недостаточно продумываются, а некоторые вообще упускаются из вида. Это говорит, с одной стороны, о незрелости системного мышления у студентов, а с другой – о наличии недостаточного количества практических навыков.

Русская пословица гласит: «На ошибках учатся». Но намного лучше было бы учиться на чужих ошибках и от этих ошибок предостерегать студентов во время их обучения, всесторонне освещая вероятные проблемы. При этом при анализе фактических и потенциальных трудностей важно демонстрировать значимость и применимость на практике получаемых в вузе теоретических знаний.

Ключевыми моментами при выработке управленческих навыков видятся установление непосредственных контактов с предпринимателями и посещение бизнес-школ. Такие мероприятия могут позволить студентам увидеть реальные проблемы бизнеса, а также дать возможность обучающимся предложить пути их преодоления. И здесь следует помнить, что лучше решать вопросы, актуальные для конкретного предпринимателя, чем вопросы из смоделированных ситуаций.

К сожалению, на сегодня в обучении (а зачастую и при отборе специалистов в крупные компании) доминирует решение бизнес-кейсов. Результативность и полезность подобного способа обучения оспаривается многими учеными и педагогами, так как сам по себе бизнес-кейс представляет собой смоделированную (а во многих случаях и сильно упрощённую) ситуацию, которая не позволяет создавать на ее основе принципиально новых решений. Идею объединения студентов в группы для вынесения общего решения нельзя считать неэффективной, но речь о синергетике решения может идти только в том случае, если данные взяты из реальной жизни или имеют к ней прямое отношение.

Уже давно в воздухе носится идея, что все экономические неурядицы исходят из проблем в образовательной сфере. Но сейчас, когда «в мире сохраняется неустойчивое состояние, из которого нет быстрого выхода» [2], она становится сверхзлободневной, так как наступивший кризис затягивается и необходимо срочно принимать эффективные и результативные практические решения.

В СПбГТЭУ студенты при поддержке преподавателей приступили к решению существующих проблем в образовательной сфере посредством организации специальной площадки под названием «Экономический Клуб». Цель создания Клуба - поднять заинтересованность студентов в экономике, развить у обучающихся практические навыки, включая организационные и управленческие.

Студенты-члены Клуба при активном участии преподавателей на регулярной основе проводят заседания в форме круглых столов, лекций-дискуссий, дебатов и пр. На мероприятия Клуба приглашаются предприниматели, преподаватели, имеющие опыт ведения предпринимательской деятельности, бизнес-тренеры. Образовательная площадка такого рода позволяет интегрировать различные методы развития предпринимательского мышления. Участвуя в деятельности Экономического клуба, студенты имеют возможность попробовать себя в роли модераторов заседаний, установить контакты с предпринимателями Санкт-Петербурга и Ленинградской области, получить информацию о бизнесе из первых рук. Другими словами, заседания Клуба и подготовка к ним дают студентам пищу для ума и создают прочную основу для развития собственных инновационных идей.

Итогом деятельности Клуба в прошлом учебном году стало проведение Экономического форума СПбГТЭУ-2015, в работе которого приняли участие многие представители бизнес-сообщества Санкт-Петербурга. Основными целями Форума явились обсуждение функционирования малого и среднего бизнеса в условиях глобальных вызовов, а также выработка инновационной экономической модели, которая бы позволила выйти из сложившейся опасной экономической ситуации и заложить фундаментальные основы для дальнейшего развития.

На текущий момент Экономический клуб СПбГТЭУ является региональным центром Ассоциации экономистов России и Германии «Диалог +». В основе сотрудничества университета и центра находятся перспективы для развития образовательного процесса и

привнесения в него новых идей: курсы лекций на английском и немецком языках с приглашением зарубежных экспертов, обмен студентами, выезды на немецкие предприятия в Санкт-Петербурге. Мероприятия, которые будут проводиться на совместной основе, направлены на профессиональное развитие студентов, включая формирование управленческих навыков. Также благодаря взаимодействию региональных групп Ассоциации в Москве, Томске и Санкт-Петербурге планируется интеграция образовательного опыта вузов, на базе которых сформированы региональные центры.

Крайне действенными для формирования управленческих навыков студентов являются проводимые вне рамок вузов семинары с участием крупных управленцев (например, бесплатные семинары Автономной некоммерческой организации «Японский центр в СПб»), значимые международные форумы, где затрагиваются вопросы организации и управления бизнесом, важные программные мероприятия (в качестве примера можно привести события экономической направленности «Недели Германии в Санкт-Петербурге»). Перенимая опыт зарубежных вузов, за участие в подобных семинарах и мероприятиях студентам можно было бы засчитывать зачётные единицы с учётом того вклада, который они могут внести в профессиональное развитие обучающихся.

Если говорить о рабочих программах экономических вузов, то для формирования и развития управленческих навыков в списки основной и дополнительной литературы необходимо включать книги, написанные выдающимися предпринимателями и учёными в сфере управления, с последующим их изучением в ходе аудиторных занятий. (например, произведения Г.С. Альтшуллера, книга К. Гона и Ф. Ризэ «Гражданин мира»), ведь главная цель написания подобных произведений – это стремление поделиться бесценным опытом.

Помимо перечисленного, хотелось бы указать на такой ключевой фактор формирования управленческих навыков у студентов, как управление образовательным процессом в экономических вузах, где они проходят обучение. Как показывает практика, на это обращают мало внимания или этот аспект вовсе не попадает в поле зрения. Но

именно управление образовательным процессом могло бы стать первой ступенью на пути молодых людей к созданию и ведению собственного дела. По этой причине руководителям экономических вузов следует обращать на управление в собственных вузах пристальное внимание. Крайне отрицательным моментом является несоответствие происходящего в вузах тем положениям, которые озвучиваются студентам в аудиториях.

Итак, для решения проблемы формирования управленческих навыков у студентов экономических вузов России можно предложить следующее:

- Восприятие теоретической информации в вузе через призму реальных проблем предпринимателей, применение получаемых знаний к актуальным проблемам экономики.
- Анализ на занятиях ситуаций из реальной жизни вместо смоделированных бизнес-кейсов.
- Создание студенческих экономических объединений с целью изучения вопросов экономики и предпринимательства посредством проведения форумов и заседаний с приглашением предпринимателей и экспертов в области ведения бизнеса.
- Интеграция образовательного опыта крупных экономических вузов России.
- Посещение студентами организуемых вне рамок вузов бизнес-семинаров, международных форумов, конференций, программных мероприятий с возможностью получения определённого количества зачётных единиц.
- Включение в список рекомендуемой к изучению литературы произведений, написанных выдающимися предпринимателями и учёными в сфере управления.
- Управление образовательным процессом в экономических вузах следует рассматривать как первую ступень на пути молодых людей к созданию и ведению собственного дела.

Список литературы:

1. Маленков Ю.А. О системном подходе к развитию сферы образовательных услуг / Маленков Ю.А. // Экономическое возрождение России. – 2012, № 3 (33), сс. 35 - 42.

2. Медведев Д.А. Новая реальность: Россия и глобальные вызовы / Медведев Д.А. // Вопросы экономики. – 2015, № 10.

ПОСТРОЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ: ОПЫТ СПбПУ

Дуболазов В.А.

д.э.н., проф.

Научный руководитель кафедры «Предпринимательство и коммерция»

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Салкуцан С.В.

Директор Технопарка «Политехнический», Исполнительный директор Института

передовых производственных технологий

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы построения предпринимательской экосистемы Университета. Описан опыт построения предпринимательской экосистемы в СПбПУ Петра Великого. Перечислены барьеры, возникающие в процессе трансфера технологий. Указаны варианты преодоления барьеров и перечислены развилки и шаги, которые реализованы в Университете.

Ключевые слова

Экосистема, предпринимательский университет, инновации, предпринимательство, инфраструктурная поддержка, трансфер технологий, технопарк, институт передовых производственных технологий.

Предпринимательский тип университета, как основа экосистемы

Первые университеты были ориентированы на трансляцию знаний и норм культуры. Второе поколение университетов – научно-исследовательские. В таких университетах главным становится производство новых знаний, а основой – фундаментальная наука. Современное, третье поколение – предпринимательские университеты. В этой модели университет становится активным игроком социально-экономического развития региона.

В настоящее время рассматриваются две модели предпринимательского университета:

1. Предпринимательский по результату (модель MIT)

Одним из обязательных условий развития таких университетов является создание условий для появления инновационных компаний через инкубаторы, технопарки, трансфер технологий и т.д. Создается воронка, втягивающая в себя все больше и больше участников инновационного процесса. Если студент общается с 20 преподавателями и каждый из них является руководителем компании, то он понимает, что нет ничего сложного, чтобы начать свое дело. По экспертным оценкам оборот спин-офф компаний, созданных выпускниками и сотрудниками MIT представляет собой семнадцатую экономику мира.

2. Предпринимательский по управлению (модель университета Твента)

Университет, имеющий сильный научный центр и реализующий проекты, обеспечивающие собственный, независимый от государства источник финансирования.

«Университет Твента — это университет, который предлагает образовательные программы в области технологий и социальных наук. Мы характеризуем сами себя как

предпринимательский университет, направляющий наши усилия в области образования и научных исследований на обеспечение выгоды общества в целом. Предпринимательское отношение пронизывает весь университет от студентов до профессоров. Это состояние ума, интеллектуальный подход к науке и обществу, который позволяет нам быстро отвечать на новые вызовы и воспринимать новые идеи».

Второй тип университета больше подходит образовательным учреждениям, обладающим компетенциями в фундаментальной науке. При развитии предпринимательской экосистемы в СПбПУ был сделан выбор именно в пользу этой модели. Рассмотрим более подробно, что именно делается в университете для создания предпринимательской экосистемы в соответствии с выбранной моделью.

Выделяют несколько характеристик данного типа предпринимательского университета:

1. *Усиление управления* (совмещение традиционных для университетов форм управления с современным проектным подходом). СПбПУ является участником проекта по повышению конкурентоспособности российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров (Проект 5-100). В рамках реализации Программы развития был создан Проектный офис, одной из целей которого стало внедрение механизмов проектного управления в деятельность университета. Если первоначально Проектный офис занимался только Проектом 5-100, то в настоящее время его деятельность и проектный подход масштабируются на всю программу развития Университета.

2. *Развитие предпринимательской культуры* (идеи и направления развития подразделений и университета обязательно должны быть ориентированы на результат: на рынок, на промышленность, на заказчика и т.д.). Эта задача решается одновременно по нескольким направлениям: организация обучающих программ и мероприятий (в том числе стратегических сессий по планированию и управлению); разработкой системы

демонстрации лучших практик и историй успеха; внедрением системы эффективного контракта.

3. Разнообразие источников финансирования. Сокращение государственного финансирования заставляет вузы задумываться о других источниках финансирования: заказы от промышленности; работа с венчурными фондами; выход на рынок через спин-офф компании; а также, наиболее сложный для российских университетов способ - создание эндаумент фонда.

4. Создание новых форм организации научной деятельности (новых групп или подразделений, которые с большей готовностью, чем обычные кафедры и институты ориентируются на внешний рынок). Подразделения становятся предпринимательскими, то есть создают новые программы и направления, ориентируясь на внешние вызовы. Такими подразделениями в СПбПУ стали:

– Технопарк «Политехнический», который взял на себя функцию по созданию и развитию малого и среднего бизнеса, созданного на базе Университета или сотрудниками Университета;

– Объединенный научно-технологический институт, целью которого является интеграция ресурсов Университета для оперативного внедрения инновационных разработок ученых СПбПУ в промышленность;

– Институт передовых производственных технологий, первый в России институт, системно занимающийся разработкой, применением и продвижением в промышленность передовых производственных технологий.

Как видно из описания, все эти подразделения ориентированы на процесс трансфера технологий. Это сложный процесс, проблемы и варианты решений которого представлены ниже.

Трансфер технологий: основные проблемы и пути решения

В настоящее время большинство стран определили инновации как необходимый инструмент для обеспечения конкурентоспособности в мировой экономике в долгосрочном периоде. Это приводит к постоянному росту в абсолютном и относительном выражении расходов на проведение научных исследований и разработок в различных отраслях промышленности. В России инновации также признаются как на законодательном, так и на уровне исполнительной власти, однако существующие механизмы еще далеки от идеальных, что подтверждается низким уровнем расходов на создание новых и доработку существующих товаров, разработку и внедрение новой техники и технологий, низкого оборота патентов, что в результате приводит даже не к стагнации, а к падению конкурентоспособности российской обрабатывающей промышленности (рис. 1).



Рис. 1. Один из показателей по целям работы Минпромторга России

По результатам совместного исследования РВК и Бизнес-инкубатора «Ингрия» по «Развитию инновационных экосистем в университетах и научных центрах РФ» были выявлены некоторые особенности технологического трансфера в РФ:

- крупные государственные предприятия РФ часто не нуждаются в инновациях, так как выведены из конкурентной среды и не борются за эффективность производства и управления;

- даже в крупных компаниях, декларирующих желание работать со сторонними разработчиками, в большинстве случаев отсутствуют бизнес-процессы и финансовые механизмы такой работы;
- средние технологические компании охотно интересуются сторонними разработками, но предпочитают иметь дело не с вузом, а самими разработчиками;
- крупные западные компании готовы работать с российскими университетами, но их не устраивает качество НИОКР с точки зрения соблюдения сроков и технических заданий;
- наблюдается недостаток коммуникаций между индустрией и командами разработчиков в вузах.

Перечисленные проблемы увеличивают, и без того значительный разрыв между университетами и промышленностью (рис. 2.)

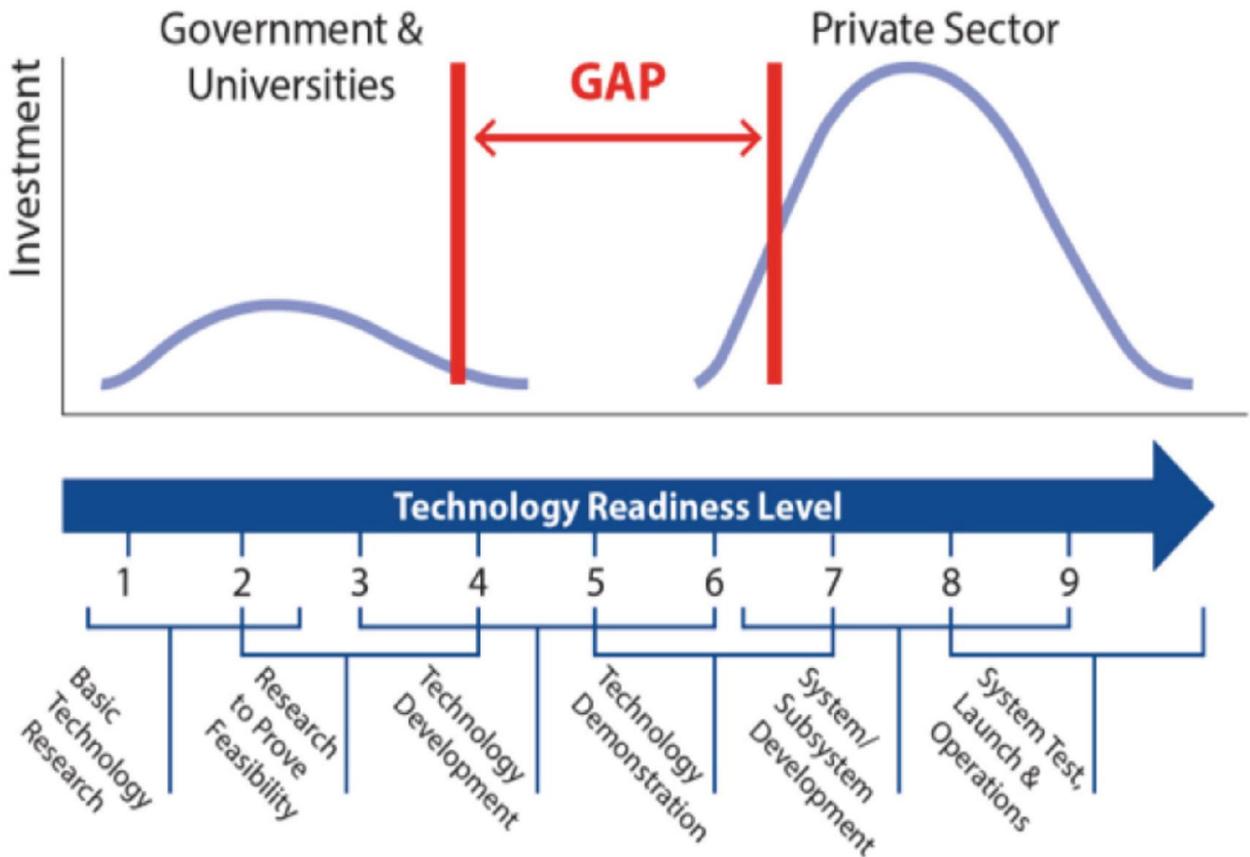


Рис. 2. Разрыв в инвестициях между государственным и частным сектором

(источник AMP Steering Committee)

Преодоление разрыва со стороны государства решается дополнительными средствами, выделяемыми на поддержку научных исследований. Среди мер государственной поддержки следует указать несколько блоков:

- 1) федеральные целевые программы;
- 2) система субсидий процентных ставок по банковским кредитам и взносов в уставные капиталы, направленная на сохранение и развитие промышленного капитала;
- 3) финансирование НИОКР вне рамок федеральных целевых программ;
- 4) набор нормативно-правовых и фискальных инструментов, обеспечивающих устойчивое функционирование отраслей промышленности, их инновационное развитие и модернизацию, а также выравнивание условий входа на зарубежные рынки;
- 5) создание эффективной системы технического регулирования, совершенствование национальной системы стандартизации и обеспечения единства измерений;
- 6) защита внутреннего рынка от давления импорта;
- 7) привлечение ресурсов государственных институтов развития для реализации инвестиционных проектов.

Только в сфере высокотехнологичного машиностроения приняты и действуют 10 комплексных государственных программ:

1. Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности (2012–2020 гг.)
2. Развитие транспортной системы (2013–2020 гг.)
3. Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 гг.
4. Развитие судостроения на 2013–2030 гг.
5. Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013–2025 гг.
6. Космическая деятельность России на 2013–2020 годы.
7. Развитие науки и технологий (2013–2020 гг.)

8. Экономическое развитие и инновационная экономика (2013–2020 гг.)

9. Энергоэффективность и развитие энергетики (2013–2020 гг.)

Однако, эти меры не ведут к существенному сокращению отставания в объемах финансирования. В качестве примера приведем плановые значения общей величины финансирования государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» - более 3,5 трлн руб. Из них средства федерального бюджета выделяется 234,6 млрд руб., из средств государственных внебюджетных фондов – 207,5 млрд руб., а средства юридических лиц составят 3 078 млрд руб. Таким образом, разрыв становится больше.

Классический трансфер технологий основывается на продвижении проекта с момента разработки идеи до внедрения в серийное производство. Но как показывают исследования, успешно проходят такой путь только 4 проекта из 100. В связи с этим для нормального функционирования такой системы необходимо создавать втягивающие воронки для проектов и для реализации 10 успешных продуктов (технологий) в университете необходимо обеспечить более 200 проектов на входе. В связи с этим модель трансфера в СПбПУ претерпела существенные изменения. Ключевым элементом таких изменений стала работа от интересов заказчика: предлагаем то что ему надо, а не то, что хотим продать. Под существующие потребности формируются команды разработчиков. Таким образом, драйвером развития университета становится не наука, а разработки. Реализация конкретных задач предприятий позволяет финансировать инициативные исследования, которые в дальнейшем становятся основой новых разработок.

Мы сформулировали следующие основные принципы:

– бесперебойная работа внутренних и внешних бизнес-процессов: от первого контакта, до подписания итоговых;

– быстрая реакция на требования и предложения;

– необходимость наличия практического опыта работы в промышленности для руководителей проектов;

– предложение индустрии не только разработок, но и консалтингового продукта.

Все перечисленные принципы стали применяться при организации процессов в основных элементах экосистемы предпринимательства в СПбПУ.

Три элемента предпринимательской экосистемы СПбПУ

К современной инфраструктуре развития инноваций предъявляется ряд требований, например, инфраструктура должна обладать следующими тремя инструментами поддержки, которые составляют основу функционирования экосистемы:

- инфраструктурной;

- финансовой;

- образовательной.

Наилучшим образом университетами решен вопрос образовательной поддержки. Образование остается их ключевой компетенцией. Многочисленные программы дополнительного образования и курсы повышения квалификации предоставляют малым инновационным предприятиям широкий выбор образовательных траекторий.

Например, в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого (кафедра предпринимательства и коммерции) реализованы краткосрочные образовательные мероприятия по предпринимательству, бизнес-планированию, управлению проектами, маркетингу и продвижению и т.д. Запущена магистерская программа «Технологическое предпринимательство», ориентированная на бакалавров технических направлений, планирующих создание своего бизнеса в научно-технической сфере. Аналогичные программы распространены в немецких и финских университетах, в

нашей стране только в трех университетах существуют подобные магистерские программы. Единственным инструментом, практически не реализованным российскими университетами, остаются менторские программы. Менторские программы позволяют преодолевать «долину смерти» с минимальным финансовым риском для начинающих предприятий. Менторы представляют собой высококвалифицированных специалистов, чьи компетенции позволяют определять направления развития проекта.

Инфраструктурная поддержка для предприятий малого бизнеса заключается в предоставлении офисных и производственных помещений, центров коллективного пользования и прототипирования. В СПбПУ примером такого центра коллективного пользования являются НТК «Машиностроительные технологии». Сочетание CAD и CAE технологий с аддитивными технологиями создает возможность быстрого прототипирования и создания за несколько дней серий функциональных деталей и узлов, на создание которых в традиционном производственном процессе может быть потрачено несколько месяцев. Еще одним из инструментов инфраструктурной поддержки можно назвать развитие Технопарка «Политехнический». Он развивается по достаточной уникальной модели развития – распределенного технопарка. Это позволяет снять ограничение на развитие технопарка, связанное с площадью имеющихся помещений. Распределенный технопарк позволяет вовлекать гораздо большее количество участников, интегрируя научно-исследовательские центры и лаборатории университета.

Финансовая поддержка заключается в предоставлении доступа к различным источникам финансирования и оказание консультационной поддержки этого процесса. Этот элемент реализован наиболее слабо. Эндаумент фонды, как основной инструмент для венчурного финансирования со стороны университетов практически не работает в настоящее время. Размеров таких фондов хватает только на выплаты стипендий студентам. Для сравнения: эндаумент-фонд в одном из ведущих российских университетов составляет

15 млн. руб., а фонд одного из ведущих английских университетов достигает 5 млрд. фунтов стерлингов, что безусловно позволяет университету развивать большее количество спин-офф компаний. Российские университеты предпочитают пользоваться государственными системам финансового обеспечения. Основным игроком на рынке государственного финансирования НИОКР для малых предприятий является Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (с октября 2013 года Технопарк «Политехнический» СПбПУ является официальным представителем Фонда содействия в Санкт-Петербурге). В 2014 году подписано соглашение с Фондом предпосевных инвестиций, а в планах на 2016 год создание венчурного фонда в объеме более 500 млн. руб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27.12.2012 года № 2539-р «Об утверждении Государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» на период до 2020 года».
2. Борисов В. Н., Жигин А. Б., Абрамов М. Г. Машиностроение: инновации и конкурентоспособность // Экономист. – 2000. – № 8. – С. 40-41.
3. Ефимов А. М., Салкуцан С. в., Поддержка малого инновационного бизнеса в машиностроительной отрасли // Современное машиностроение. Наука и образование. 2014. № 4. С. 922-933.

4. Государственная поддержка отечественного машиностроения [Электронный ресурс] // ЕвразияВести VIII 2013 URL: <http://www.eav.ru/pub11p.php?publid=2013-08a03> (дата обращения: 10.04.2014).
5. Каталог университетских научно-технологических парков России: Выпуск 2 / Под ред. А.В. Белоцерковского. – Тверь: Тверской Инно-Центр, 2013. – 460 с.
6. Молодоженова В. Н., Остапенко Т. П. Инновационное развитие машиностроительной отрасли // Известия высших учебных заведений. Машиностроение. – 2003. – № 9. – С. 49-52.
7. Наука и инновации [Электронный ресурс] // Официальная статистика Федеральной службы государственной статистики URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/# (дата обращения: 12.04.2014).
8. Общие показатели по целям работы Минпромторга России, характеризующие достижение поставленных целей [Электронный ресурс] // Официальный сайт Минпромторга России URL: http://www.minpromtorg.gov.ru/open_ministry/plan/indicators/ (дата обращения: 10.04.2014).
9. Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности [Электронный ресурс] // Официальная статистика Федеральной службы государственной статистики URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/leading_indicators/ (дата обращения: 12.04.2014).
10. Перспективы развития российского машиностроения [Электронный ресурс] // Федеральный портал ProTown.ru URL: <http://protown.ru/information/hide/4486.html> (дата обращения: 12.04.2014).
11. С.Н. Сайфиева, Д.А. Ермилина Российское машиностроение: состояние и тенденции // Институт проблем рынка РАН Журнал «Экономист». – 2012. - № 2. - С. 32-43.

ФЕНОМЕН СТАРТАП-СТУДИЙ И ИХ ПОТЕНЦИЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Коротков А.В.

Аспирант 2 года, НИУ ВШЭ, Факультет социальных наук, Департамент
государственного и муниципального управления,
Кафедра управления наукой и инновациями;
Менеджер кафедры технологического предпринимательства,
МФТИ

57

Фонотов А.Г.

д.э.н., профессор, заведующий кафедрой
НИУ ВШЭ, Факультет социальных наук, Департамент государственного и
муниципального управления, Кафедра управления наукой и инновациями

Аннотация

Стартап-студия является организацией, которая нацелена на создание на регулярной основе новых компаний. Модель ее работы похожа на модель работы бизнес акселератора, однако по выполняемой в проекте роли она выступает не в качестве временного помощника или наставника, а в качестве со-основателя проекта до тех пор, пока он не выходит на

самоокупаемость. В данной статье приведена попытка сформулировать отличительные черты данных организаций, в соответствии с которыми в интернете была найдена информация о 43 организациях, отвечающих данным критериям. На основе информации о найденных организациях было определено, что наиболее распространенным самоназванием организаций, удовлетворяющих названным критериям, является "стартап-студия". Также на основе найденной информации сделана попытка дать агрегированное описание модели работы стартап-студии, определить динамику их возникновения во времени, географическую распространенность и среднегодовую скорость создания новых компаний. Также в статье были рассмотрены образовательные программы, реализуемые стартап-студиями. Целью данной статьи являлось построение максимально полного описания недавно возникшего феномена стартап-студий, а также определение его возможного влияния на развитие предпринимательского образования. В конце статьи также обозначены направления дальнейшего исследования данного феномена.

Annotation

Start-up studio is an organization aimed at regular creation of new companies. Its' business model is alike business accelerator's one. The difference is that start-up studio fulfills the role of a co-founder in any project made inside it, but business accelerator is only assisting and mentoring. Also start-up studio participates in the new company's activity until the project becomes self-sustaining, while business-accelerator programs last three to six months and the duration doesn't depend on the state of the project involved in the program.

The article defines the distinctive features of start-up studios. By using them 43 organizations were found in Internet. Information about the organizations was analyzed and the most popular self name was determined - "start-up studio". The generalized business model of start-up studio is defined as well as appearance timeline, geographical distribution, implemented educational programmes and the average amount of created companies per year are found out.

The article is aimed at complete description of the recently emerged phenomenon of start-up studios, as well as determination of its potential impact on the appearance of entrepreneurship standard and on the development of entrepreneurship education. At the end of the article areas for further study of this phenomenon were designated.

Введение

Современное понимание инновационного развития России предполагает генерирование научно-исследовательским и образовательным комплексами страны новых знаний, научно-исследовательских результатов, современных образовательных программ, новых компетенций и их эффективное использование в системе общественного производства для достижения социально-экономических целей страны, включая рост благосостояния и социальной защищенности членов российского общества. Наблюдаемая в этой связи возрастающая роль системы образования обусловлена ростом потребности в специалистах, обладающих необходимым уровнем профессиональных компетенций, позволяющих им использовать новые знания и научно-исследовательские результаты для повышения производительности производства и тем самым реализовывать процесс инновационного развития экономики страны.

В современном российском обществе постоянные изменения условий и факторов инновационной активности делают весьма подвижными содержание понятия «компетенции, необходимые для эффективной работы в инновационной сфере». Однако в российской системе высшего образования принято полагать, что определенный набор теоретических и практических курсов, поддержка со стороны элементов инновационной инфраструктуры, научные исследования в области предпринимательства, а участие в многочисленных мероприятиях, способствующих формированию сетевого предпринимательского пространства, приведет к формированию у студентов существующих бакалаврских и магистерских программ по предпринимательству компетенций, необходимых и достаточных для создания собственного устойчивого

инновационного бизнеса [1]. На практике обнаруживается нехватка некоторых важных звеньев, необходимых для «доводки» делового и организационного потенциала бизнес-энтузиастов с высшим профильным образованием до уровня, позволяющего обеспечить трех летнюю выживаемость хотя бы для половины создаваемых выпускниками предприятий [2].

Один из возможных подходов к решению проблемы подготовки кадров, способных создавать новые бизнесы и обеспечивать их долгосрочную выживаемость демонстрируют образовательные программы, реализованные стартап-студиями. Прежде чем рассматривать особенности образовательного процесса, реализованного в некоторых стартап-студиях, рассмотрим модель их работы, проведем небольшой обзор тенденций развития данного феномена и его нынешнего состояния.

Модель работы стартап-студий

Цель функционирования стартап-студий заключается в создании на регулярной основе новых компаний. Отличительной особенностью данных организаций является роль со-основателя, занимаемая по отношению к проекту, в который вкладываются ресурсы стартап-студии в обмен на долю в создаваемой в рамках проекта компании. Роль со-основателя заключается в том, что сотрудники студии, в составе одного из опытных предпринимателей и нескольких профильных специалистов (юрист, бухгалтер, программист и другие), входят в команду проекта и работают над ним в режиме полной или частичной занятости, ведя работу параллельно над несколькими проектами. Роль основателя в данной модели играет привлеченный специалист или внешний по отношению к студии предприниматель, предложивший идею проекта для реализации внутри студии. Ключевым отличием студии от наиболее близкой по модели работы организации - бизнес акселератора является то, что ее сотрудники, вошедшие в команду нового проекта, работают над ним не 3-6 месяцев, как принято в бизнес акселераторах, а до тех пор, пока

проект не закроют по причине отсутствия положительных коммерческих перспектив или пока он не станет бизнесом, вышедшим на самоокупаемость. В данном случае под бизнес акселератором понимается как само учреждение, так и организованные им программы длительностью от 3 до 6 месяцев интенсивного развития компаний, находящихся на ранней стадии, путем предоставления финансовой и экспертной поддержки, а также менторства и обучения в обмен на долю в развиваемой компании.

В роли основателей и руководителей стартап-студий чаще всего выступают опытные предприниматели. Знакомство с новейшими практиками создания и последующей продажи новых компаний позволяет им генерировать идеи новых бизнесов, вероятность успешной реализации которых в среднем заметно выше, чем у идей, предложенных начинающими предпринимателями. Для большинства стартап-студий реализация идей, выдвинутых их сотрудниками, осуществляется в дополнение или в конкуренции с идеями внешних предпринимателей. Однако, существуют исключения. Например, немецкая стартап-студия Rocket Internet [3] не привлекает сторонних предпринимателей со своими идеями проектов и не реализует свои собственные идеи. Она специализируется на копировании успешных бизнес моделей с американского и азиатского рынков на европейский. Большая часть стартап-студий реализует по несколько проектов параллельно и лишь 4 из 43 рассмотренных студий реализуют проекты последовательно, при этом каждая из них занимается исключительно реализацией идей своих руководителей, например, американская студия Cursivelabs [4].

Обзор тенденций развития и нынешнего состояния феномена стартап-студий

В настоящее время в мире действует примерно от 50 до 100 стартап-студий. На данный момент модель стартап-студий менее популярна в мире, чем модель бизнес акселераторов, количество которых колеблется от 300 до 400 [5], которые также как и

студии начали возникать около 20 лет назад. Тем не менее, накопленный опыт работы стартап-студий дает достаточное количество материала для обобщений.

Для проведения предварительного анализа был проведен поиск организаций по открытой информации в сети интернет по следующим критериям:

1) создание самостоятельных компаний является единственным или одним из основных видов деятельности организации;

2) на официальном сайте организации перечислены созданные ею компании (в рамках исследования не рассматривались организации, основанные в 2015 году);

В результате было найдено 43 организации, подпадающие под данные критерии. Данные организации причисляют себя к самым различным организационным формам. Наиболее популярными являются "startup studio" (10 из 43), "company builder" (8 из 43), "venture studio" (2 из 43), "startup builder" (2 из 43) и еще около 10 названий форм, каждое из которых использует всего одна организация из списка найденных. Среди них встречаются такие как "startup laboratory", " professional co-founder", "institutional co-founder", " creator of new businesses", " startup factory", " company factory" и другие. Еще 11 организаций из числа найденных не причисляют себя ни к одному из видов или организационных форм. В рамках данного исследования все найденные организации будут именоваться с помощью самого распространенного названия организационной формы - стартап-студия ("startup studio") или студия.

Анализ данных, представленных на сайтах найденных стартап-студий, показал, что организации подобного типа начали активно появляться около 10 лет назад (Рис. 1) и за это время возникли во многих развитых и развивающихся странах мира (некоторые стартап-студии имеют до 3 офисов в различных странах) (Рис. 2).

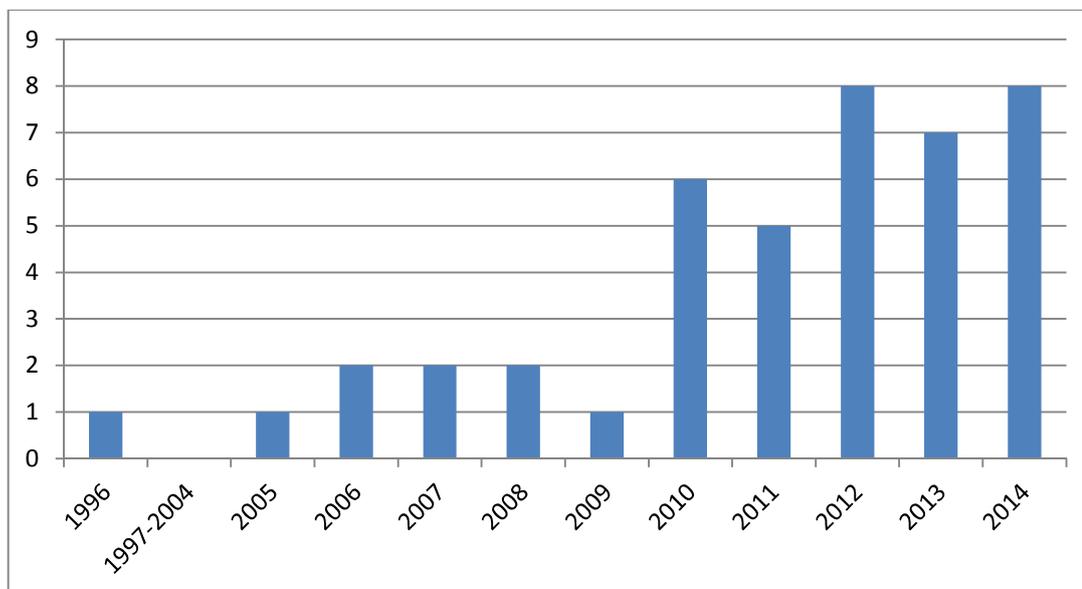


Рис.1. Распределение стартап-студий по годам основания.

По вертикальной оси отложено количество стартап-студий, по горизонтальной оси отложены года основания. Каждый столбец отражает количество стартап-студий созданных в году, указанном под ним на горизонтальной оси.

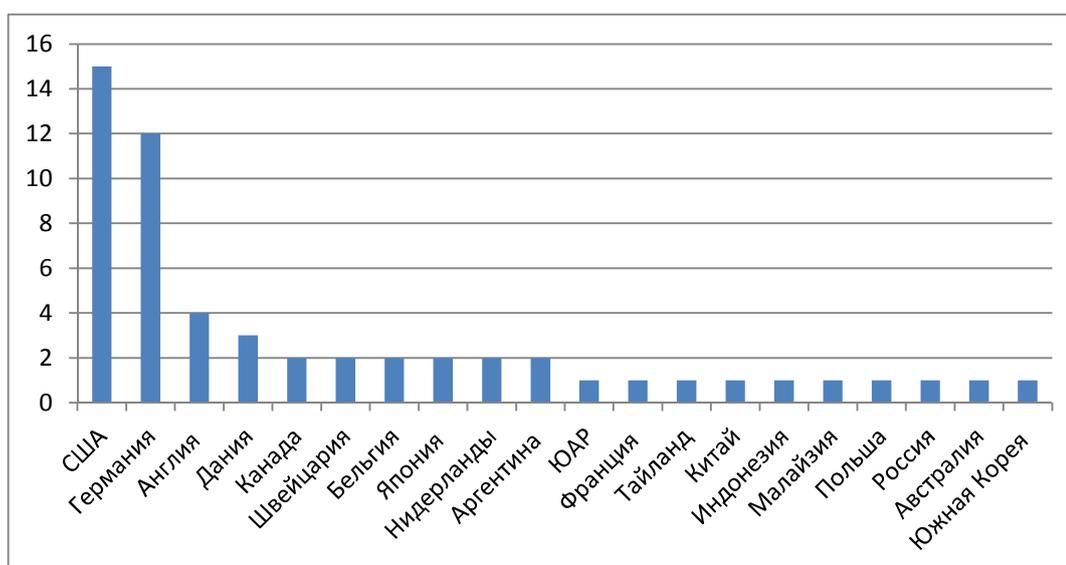


Рис.2. Распределение стартап-студий по странам мира.

По вертикальной оси отложено количество стартап-студий, по горизонтальной оси расположены страны, в которых находятся офисы стартап-студий. Каждый столбец отражает количество стартап-студий, офис которых расположен в стране, обозначенной под столбцом.

Также для каждой найденной студии была рассчитана средняя скорость создания компаний в год, путем деления количества созданных компаний на количество полных лет существования организации (Рис.3). Данный показатель не позволяет напрямую сравнивать скорость работы стартап-студий с другими организациями, но он позволяет понять характерные для них параметры работы. Из диаграммы видно, что в большинстве случаев найденные стартап-студии создают от 0.4 до 4 компаний в год. По сфере деятельности, подавляющее большинство студий создают компании исключительно в сфере интернет сервисов. Лишь небольшое число найденных стартап-студий иногда создают компании в сфере потребительских товаров, энергетики, робототехники и других сферах, однако приоритетным направлением для них остаются интернет сервисы.

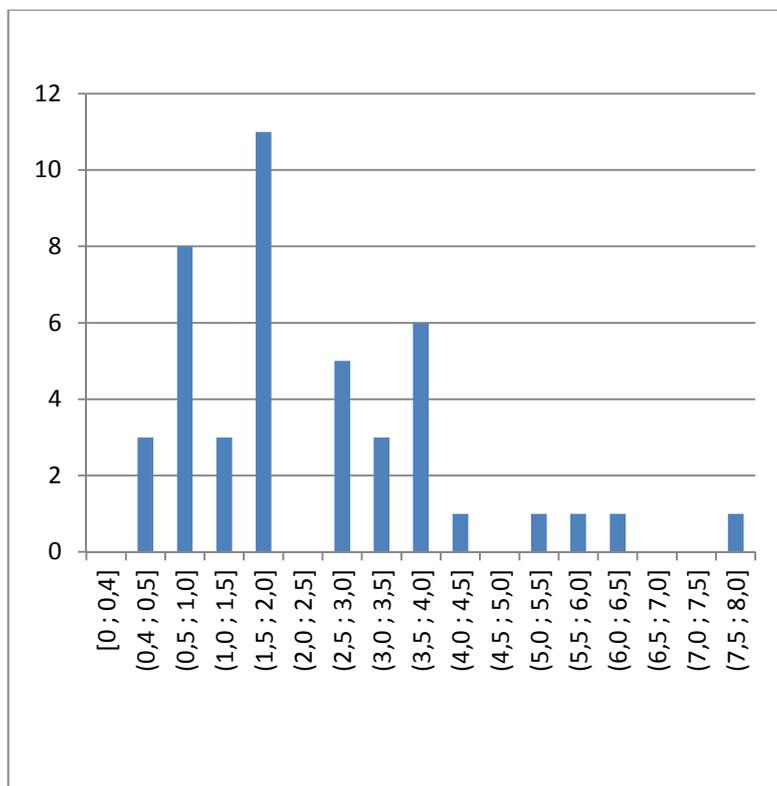


Рис.3. Распределение стартап-студий по среднегодовой скорости создания новых компаний.

По вертикальной оси отложено количество стартап-студий. По горизонтальной оси отложены диапазоны значений среднегодовой скорости создания новых компаний в стартап-студии. Каждый столбец обозначает количество стартап-студий, ежегодно в среднем создающих такое количество новых компаний, которое лежит в диапазоне, указанном под столбцом.

Представленная выше модель работы стартап-студий предполагает наличие постоянной потребности в новых предпринимательских кадрах способных сначала в паре с опытным предпринимателем из студии создать новую компанию, довести ее до состояния самоокупаемости, и затем взять на себя руководство ею целиком. Подавляющее большинство студий занимаются поиском подобных специалистов, однако существуют студии, реализующие их целенаправленную подготовку.

Предпринимательское образование в стартап-студиях

Рассмотрим подробнее стартап-студий, реализующие не только поиск, но и целенаправленную подготовку предпринимательских кадров: Holland Startup [6], Hanse Ventures [7], SeedStars [8]. Образовательные программы, реализованные данными студиями сильно отличаются друг от друга, поэтому они будут рассмотрены по отдельности.

В течение 5 месяцев с апреля по август Holland startup дает возможность студентам последнего курса, пожелавшим пройти обучение в студии, подготовиться к нему: закончить обучение в университете, прослушать несколько вводных лекций о предпринимательстве, познакомиться с другими соискателями, найти среди них партнера по бизнесу, обсудить идею проекта с ним и с предпринимателями из студии и прийти к концу августа к решению о том, какую именно идею оба недавних выпускника хотят реализовывать вместе. С сентября по ноябрь включительно студенты должны посвящать проекту все свое время, и для этого им ежемесячно выплачивается стипендия в размере 1000 евро, а также предоставляется руководитель в лице опытного предпринимателя из студии, который параллельно руководит 3-4 проектами. Каждую среду в течение трех месяцев все участники программы встречаются друг с другом за обедом, организованным студией, и рассказывают о своих достижениях. С декабря по февраль включительно участники программы работают над улучшением ключевых метрик своего стартапа. Также за это время они должны получить обратную связь от потенциальных клиентов и подтвердить наличие спроса. В течение этих трех месяцев студенты не получают денежное вознаграждение, но имеют возможность претендовать на инвестиции от студии в размере 10 000 евро. После завершения 6 месяцев интенсивной работы над проектом основатели стартапа становятся его совладельцами вместе со студией. Стартап к этому моменту уже должен выйти на самоокупаемость, в противном случае его основатели либо пытаются привлечь инвестиции, либо подают свой проект для участия в одном из бизнес акселераторов.

Второй пример реализован швейцарской стартап-студией SeedStars. Она имеет несколько подразделений, одно из которых носит название Seedstars Academy и реализует образовательную программу. Данная программа длится 3 месяца, ее стоимость начинается от 3000 долларов США и в эту стоимость входит все, что необходимо иностранцу для проживания в стране, включая затраты на разработку прототипа продукта. Большую часть времени (90%) студенты работают над своим стартапом при постоянной поддержке и руководстве опытных предпринимателей, а оставшееся время тратят на получение теоретических знаний в процессе общения с людьми, работающими в самой студии. Работа над стартапом состоит из 3 частей: сбор обратной связи от потенциальных клиентов для уточнения спроса, разработка программной части продукта, а также выстраивание и управление бизнес-процессами внутри стартапа. После окончания обучения студенты могут продолжить развивать свой проект самостоятельно или продолжить работу внутри стартап-студии SeedStars. Стартап-студия не претендует на роль совладельца стартапа, созданного в ходе образовательной программы, однако большинство ее выпускников, 67 продолжают работу над проектом в студии, в обмен на долю в своем проекте.

Стартап-студия Hanse Ventures реализует образовательную программу под названием "start-up trainee programme", которая фактически является стажировкой. Данная программа предназначена для тех, кому интересно предпринимательство, но кто не имеет опыта работы в этой сфере и хочет с ней познакомиться. В течение 6 месяцев стажер имеет возможность работать за зарплату на различных позициях самой студии, а также портфельных компаний. За каждым стажером закреплены два ментора: один из более опытных стажеров, или сотрудник студии уже завершивший стажировку, а также один из двух основателей студии. По истечении 6 месяцев студия и стажер принимают решение о том, насколько они заинтересованы продолжать сотрудничество, и если интерес взаимный, то стажер имеет возможность как продолжить работать в роли сотрудника студии, так и начать создавать собственный стартап внутри студии.

Анализ примеров предпринимательского образования в стартап-студиях.

К сожалению, количество примеров подобных образовательных программ сильно ограничено, однако они имеют несколько ярко выраженных общих характеристик. Они состоят в том, что львиную долю времени участники данных программ тратят на работу и лишь небольшую часть на общение с менторами и посещение образовательных мероприятий, проводимых самой студией. В связи с этим данные программы гораздо больше похожи на стажировки, нежели образовательные программы. Третья из рассмотренных программ фактически и является стажировкой, так как не связана с реализацией собственного проекта участника программы. Второй характерной особенностью данной программы является то, что у каждого участника данных программ обязательно есть руководитель, наставник или ментор в лице опытного предпринимателя. К сожалению, ни один из сайтов трех рассмотренных студий не содержит подробную информацию о характере и содержании взаимодействия участников программы с опытными предпринимателями, которые являются их руководителями, поэтому сложно что-либо сказать о том, насколько эти программы похожи по содержанию.

Рассмотрение первых двух образовательных программ позволяет предположить, на чем основан столь сильный образовательный эффект, который дает возможность выпускать специалистов, в высокой степени владеющих предпринимательской компетенцией. Во-первых, в обеих программах недавних выпускников университетов погружают в плотную социальную среду людей, занимающихся предпринимательской деятельностью. В дополнение к этому за счет наличия собственного проекта у учеников возникает сильная заинтересованность в получении знаний и навыков, носителями которых является большинство представителей данной среды. В результате, это приводит к тому, что люди самостоятельно и с искренним интересом "впитывают" все знания и навыки, которые им необходимы для создания собственного успешного бизнеса. Во-вторых, опытный предприниматель, выполняющий роль руководителя проекта, но не желающий оставаться

в этой роли после выхода проекта на самоокупаемость, тоже сильно заинтересован в успехе своих подопечных. В первую очередь это связано с тем, что он сам является совладельцем создаваемого бизнеса. В результате, он помогает участникам программы максимально быстро, полноценно и без грубых ошибок овладеть новым для них видом деятельности. В-третьих, социальный капитал, который копится в процессе обучения в стартап-студии, заметно облегчает начинающим предпринимателям задачу поиска необходимой поддержки, опыта и ресурсов, что дополнительно повышает их шансы на успешную реализацию своих проектов. Образовательные программы по предпринимательству, реализуемые в российских университетах, практически не обладают ни одной из трех представленных выше характеристик, что вероятно и является причиной их столь низкой эффективности.

Потенциальные сферы применения опыта и модели работы стартап-студий.

Феномен стартап-студий, создающих новые компании и обучающих новых предпринимателей на регулярной основе, свидетельствуют о развитии тренда по стандартизации предпринимательской деятельности. Результаты работы стартап-студий, а также само наличие краткосрочных образовательных программ, свидетельствуют о том, что в данной деятельности, появляется все больше и больше стандартных эффективно работающих механизмов и инструментов, работе с которыми можно обучить почти любого выпускника университета не больше чем за полгода. Рассмотренная выше модель работы стартап-студий и их образовательных программ могут стать дополнительным ориентиром в процессе разработки ФГОС по направлению "Предпринимательство", работа над которым ведется в России уже более года [9], а также при выборе пути дальнейшего развития предпринимательского образования в России в целом.

Еще одним способом применения модели стартап-студий в рамках развития инновационной экономики России может стать запуск стартап-студий на базе

университетов, с целью создания внутри них источника предпринимательских компетенций. Как показывает анализ распределения государственных средств на развитие инновационного предпринимательства в адрес ведущих университетов, приоритетным направлением является исследовательское, а не предпринимательское [10]. В связи с этим подавляющее число научных сотрудников университетов остаются учеными и преподавателями, не имеющими необходимых знаний и навыков для коммерциализации накопленного научного потенциала. Запуск стартап-студий на базе университетов может восполнить недостаток предпринимательских компетенций у научных сотрудников и тем самым позволит сильно повысить результативность хозяйственных обществ, создаваемых на основании 217 ФЗ. Успешный опыт подобного сотрудничества демонстрирует стартап-студия, работающая на базе инженерной школы Университета Техаса в Остине (США) [11]. Работающие в данной студии опытные технологические предприниматели реализуют по модели стартап-студии проекты совместно с профессорами университета по коммерциализации их разработок и изобретений.

Заключение

Молодость тренда стартап-студий не позволяет уверенно говорить о его будущем заметном влиянии на национальную экономику. Однако, пример немецкой стартап-студии Rocket Internet, которая за 8 лет работы создала 36 компаний, в которых работает более 30 тыс. человек в более чем 100 странах мира, дает повод для дальнейшего и более пристального изучения данного феномена. Точно также рано говорить о заметном влиянии образовательных программ, реализуемых стартап-студиями, на предпринимательское образование, в целом, и в России, в частности. Однако, данный феномен можно считать устойчиво развивающимся и перспективным с точки зрения распространения по миру и влияния на развитие инновационных экономик в различных регионах мира. На данный момент в нашей стране существует одна студия Fastlane Venture [12], которая доказывает возможность реализации данной модели с учетом всех особенностей национальной

экономики. Однако, возможность тиражирования и широкого распространения данной модели в нашей стране, возможность сотрудничества с российскими университетами, перспективы влияния данного феномена на формирование стандарта предпринимательской деятельности и предпринимательского образования, а также ряд других важных аспектов требуют дальнейшего глубокого изучения данных организаций и их образовательных программ.

Цитируемые труды

- [1] Паникарова С.В., Иванова А.В., Рубин Ю.Б., Матвиенко Д.Ю. Шишкин Д.Г., Полбицын С.Н., Международная конференция "Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству" (сборник тезисов докладов) Лучшие практики обучения предпринимательству: возможности использования в России, Москва, 2014.
- [2] О. Р. Верховская, М. В. Дорохина, «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2012. Национальный отчет.» Высшая школа менеджмента Санкт–Петербургского государственного университета, Санкт–Петербург, 2013.
- [3] «Rocket internet,» [В Интернете]. Available: <https://www.rocket-internet.com/>.
- [4] «Cursive labs,» [В Интернете]. Available: <http://www.cursivelabs.com/>.
- [5] [В Интернете]. Available: <https://worldbusinessincubation.wordpress.com/2014/03/12/startup-accelerators-the-history-and-definition/>.
- [6] «Holland Startup,» [В Интернете]. Available: <http://hollandstartup.com/>.
- [7] «Hanse Ventures,» [В Интернете]. Available: <http://www.hanseventures.com/en>.
- [8] «SeedStars,» [В Интернете]. Available: <http://www.seedstars.com/>.
- [9] «ФГОС "Предпринимательство",» [В Интернете]. Available: <http://ruaee.ru/projects/Standard/>.
- [10] Н. П. Иващенко, А. А. Энговатова, «Современные инструменты инновационной политики государства в отношении российских вузов,» *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*, № Выпуск № 12, pp. 46-53, 2012.
- [11] The University of Texas at Austin, Startup studio. [В Интернете]. Available: <http://www.engr.utexas.edu/innovation>.
- [12] «Fastlane Venture,» [В Интернете]. Available: <http://www.fastlaneventures.ru/>.

**Особенности формирования стандартов обучения бизнесу и
предпринимательству**

Коломиец Т.Д.,

доцент кафедры Теории и практики конкуренции

МФПУ «Синергия»

Аннотация

В докладе сформулированы предложения по формированию стандартов обучения бизнесу и предпринимательству. В начальной школе предложено формирование представлений обучающихся в игровой форме о различных видах предпринимательской деятельности. В средней школе, при формировании специального образования предлагается рассмотрение ведения бизнеса в соответствии со специализацией. В бакалавриате предлагается ознакомление с политэкономическими основами бизнеса, предпринимательским и конкурентным правом. В магистратуре предлагается концентрация внимания на изучении кейсов практикующих предпринимателей и создании проектов учащихся.

Ключевые слова: бизнес, предприниматель, предпринимательство, обучение.

Признание необходимости введения предпринимательской компоненты на всех уровнях образования - важное достижение академического сообщества. Для молодого поколения россиян формирование системы образования, основанной на совокупности базовых знаний и достижениях науки о бизнесе, предпринимательстве, - прорыв вперед. Существующие у молодежи представления о бизнесе и предпринимательстве носят утилитарный характер. Приобретение систематизированных, теоретически обоснованных представлений в этой сфере будет способствовать испытанию каждым молодым человеком своих способностей, реализации творчества, фантазий и талантов. Знания в области

бизнеса и предпринимательства содействуют молодежи в выборе профессиональной и жизненной позиции, помогают правильной ориентации в социуме, осознанию экономических принципов и взаимосвязей, определяющих гармонию каждого с окружающей средой.

Знания о бизнесе и предпринимательстве соответствуют целям существующих государственных стандартов образования. Они способствуют более эффективному достижению целей, сформулированных в федеральных государственных стандартах образования:

- «развитие личности школьника, его творческих способностей, интереса к учению, формирование желания и умения учиться;
- воспитание нравственных и эстетических чувств, эмоционально-ценностного позитивного отношения к себе и окружающему миру;
- освоение системы знаний, умений и навыков, опыта осуществления разнообразных видов деятельности;
- охрана и укрепление физического и психического здоровья детей;
- сохранение и поддержка индивидуальности ребенка.

Приоритетом начального общего образования является формирование общеучебных умений и навыков, уровень освоения которых в значительной мере предопределяет успешность всего последующего обучения».⁷

Обучение бизнесу и предпринимательству должно быть комплексным. В начальной школе достаточно дать общие представления о предпринимателях, видах предпринимательской деятельности и провести деловую игру.

В средней школе, желательно, раскрыть сущность понятий бизнес, субъекты бизнеса, типы бизнеса, многообразие видов предпринимательского бизнеса. В системе

⁷ http://www.school316.spb.ru/page/study_work/Gosudarstvennie-obrazovatelnie-standarti

среднего специального образования обязательным модулем должно быть включено формирование представлений о специфике ведения бизнеса по профилю образования.

Бакалавриат должен предоставить учащимся возможность изучить политэкономические основы бизнеса и предпринимательское и конкурентное право.

Обучение в магистратуре должно включать расширенные модули предпринимательских компетенций и предпринимательского поведения в различных ситуациях. Обучение должно опираться на систему реальных кейсов.

Вся система обучения должна иметь единую систему понятий. Развивать различные аспекты бизнеса и предпринимательства на разных уровнях обучения. **Формирование стандартов преподавания предпринимательства нуждается в теоретической платформе, объясняющей место и роль этого феномена в экономике. Результат человеческой деятельности, практика носят индивидуализированный характер. Каждый по-своему объясняет, чем занимается, что главное, что второстепенное. Поэтому мы встречаем большой набор определений предпринимательства, разноразличных вариантов предпринимательских компетенций.**

Исходной платформой современного подхода, на наш взгляд, может стать учебник «Политэкономические основы бизнеса», над созданием которого может поработать коллектив, созданный из заинтересованных участников настоящего форума.

Рассматривая единую систему производственных отношений, образующую всю экономику: собственность, производство, распределение, обмен и потребление, - мы можем помочь учащимся понять и единство мира, и особенность проявления бизнеса, как обмена. И особенность предпринимательской деятельности, как способа удовлетворения потребностей покупателей с помощью производства разнообразных товаров и услуг. И конкурентное поведение как борьбу за перераспределение произведенного продукта.

Обосновав существование разных ресурсов в создании бизнеса, мы сможем продемонстрировать причины существования 8 типов бизнеса: предпринимательского,

потребительского, наемно-трудового, государственного, международного, социального, глобального. Причем накопление каждым индивидуумом опыта, знаний порождает новый собственный ресурс человека и становится причиной существования самопредпринимательства как типа бизнеса.

Такой подход позволяет выделить пять элементов системы бизнеса: идею, ресурсы, субъекты, процесс, схема. А также инструменты бизнеса: коммуникации и организационно-правовые формы.

Бизнес может быть рассмотрен как услуга по предоставлению ограниченного ресурса. Предпринимательство как деятельность по ликвидации разрыва между спросом и предложением. Этот мировоззренческий подход позволяет достаточно просто обучить желающих.

Список литературы:

1. Коломиец Т.Д., Епишкин Д.С. Бизнес: ресурсная концепция ТДК. М.: Экономика, 2015
2. Рубин Ю.Б. Предпринимательство: учебник. – 13 –е изд. – М.: Московский финансово – промышленный университет «Синергия», 2014
3. Государственные образовательные стандарты
http://www.school316.spb.ru/page/study_work/Gosudarstvennie-obrazovatelnie-standarti

АКТУАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Леонтьева Л.С.,

д.э.н., проф.,

профессор кафедры предпринимательства и логистики
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»;

Ильин А.Б.,

к.э.н., доц.,

доцент кафедры предпринимательства и логистики
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Аннотация

В статье представлен накопленный опыт авторов по формированию предпринимательских компетенций посредством информационных инструментов и унифицированных направлений в результате объединения вузов как в части традиционного теоретического обучения, так и с использованием специализированного программного обеспечения и собственных методических рекомендаций.

76

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательские компетенции, система высшего образования, Интернет-ресурсы, информационные инструменты.

Введение

Учитывая возросшие потребности рынка труда и организацию процессов самозанятости за счет активизации предпринимательской деятельности молодых специалистов, возникает необходимость многоступенчатой системы формирования предпринимательских компетенций в вузах за счет использования навыков и заинтересованности студентов в работе с Интернет-средой. В этой связи авторами

предложены информационные инструменты, которые они используют при ведении предпринимательских дисциплин.

Информационные инструменты по формированию предпринимательских компетенций в вузах

Все информационные инструменты по степени актуализации можно разделить на следующие уровни:

– *информационно-ознакомительные инструменты* – позволяют получить первичные систематизированные знания об основах предпринимательства (базовые компетенции) – словари, справочки, учебники и практикумы в электронном формате. Как следствие, они могут находиться в состоянии постоянной актуализации, осуществляемой как самими авторами-консультантами, так и по мере обучения, в том числе самими студентами (личный Интернет-портал авторов с возможностью общения со студентами в блоге, социальных сетях (ВКонтакте, Twitter, Instagram));

– *информационно-накопительные инструменты* – направлены на формирование компетенций по созданию индивидуальных баз данных, необходимых для будущей предпринимательской деятельности. Имеется ввиду заинтересованность студента в организации собственного дела и, как следствие, сопровождение его авторами-консультантами на этапе стартапа, в том числе, через информационно-ознакомительные инструменты (Интернет-портал автора-консультанта);

– *информационно-сетевые инструменты* – позволяют сформировать компетенции в сфере деловых коммуникаций и созданию эффективной предпринимательской среды. Автор-консультант через YouTube-канал закладывает предпринимательские компетенции посредством лекций, тренингов для слушателей, в том числе с привлечением внешних совместителей, собственных записей каких-либо мастер-классов, полезных семинаров из сети Интернет. Помимо этого, проведение самих лекций и практических занятий может

сопровождаться автором-консультантом онлайн-фотографиями студентов (рис. 1) с хештегом (#название дисциплины, #название вуза);



♥ 31 отметок "Нравится"
andrey.ilyin Восьмая видеолекция по основам предпринимательства на тему "Риски предпринимательской деятельности" для первокурсников МЭСИ. Вышел в народ, как говорится. Время работать!
#МЭСИ #основыпредпринимательства

78

Рис. 1. Применение хештега #основы_предпринимательства

– *информационно-проектные инструменты* – позволяют развивать сетевое взаимодействие с другими вузами, институциональными структурами внутри вуза (бизнес-инкубаторы, малые инновационные предприятия) [2], сторонними хозяйствующими субъектами по принципу «взаимозачета».

Перечисленные инструменты по формированию предпринимательских компетенций среди слушателей лишают излишней бюрократичности, часто присущей отношениям «тьютор – слушатель», а также приводят к заинтересованности молодых специалистов к организации предпринимательской деятельности.

Опыт взаимодействия вузов по формированию предпринимательских компетенций

В результате присоединения Московского государственного университета экономики, статистики и информатики к Российскому экономическому университету им. Г.В. Плеханова на кафедре предпринимательства и логистики сложилось тесное взаимодействие по вопросу унифицированного формирования предпринимательских компетенций для студентов.

Направления:

1. *«Начинающий предприниматель»*. Помимо теоретических, «словесных» практических занятий сегодня важно, чтобы студент попробовал себя в роли начинающего предпринимателя. В этой связи семинары проходят в Виртуальной корпорации, Бизнес-инкубаторе, малых инновационных предприятиях при вузе.

2. Очень важна *работа слушателя в специализированных программных продуктах*:

1. обучение применению стандартной функциональности системы Microsoft Dynamics AX 4.0 по управлению отношениями с поставщиками в части организации и обработки заказов на покупку. Модуль «Расчеты с поставщиками» используется для управления покупками и кредиторской задолженностью через индивидуальные счета каждого поставщика. Этот модуль содержит средства, которые используются в закупочной деятельности фирмы: карточки поставщиков, журнал заказов на покупку разных типов, журнал платежей, а также отчеты, документы, регистры операций и учетные документы, связанные с закупками;
2. Project Expert – программа для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов. С помощью аналитической системы Project Expert слушатель может «прокрутить» запланированные инвестиционные решения, а так же предоставить потенциальным кредиторам и инвесторам соответствующую финансовую отчетность и обосновать эффективность участия в планируемом проекте;

3. IBM SPSS Statistics – полнофункциональная система, предназначенная для решения бизнес- и исследовательских задач при помощи анализа данных. Используя IBM SPSS Statistics, можно эффективно анализировать данные, наглядно представлять результаты в виде таблиц и диаграмм, а также распространять и внедрять полученные результаты. Так, вводное занятие по предпринимательской дисциплине можно построить следующим образом: раздайте студентам анкеты и выявите среди них долю лиц, наиболее знакомых с предпринимательской деятельностью (вопросы – «Есть ли среди Ваших родственников лица, зарегистрированные в качестве ИП (индивидуального предпринимателя)?»; «Есть ли среди Ваших родственников лица, являющиеся руководителем какого-либо бизнеса (ООО (обществом с ограниченной ответственностью) или АО (акционерного общества))?»). Затем соберите анкеты, обработайте их и озвучьте студентам общие результаты. Тем самым, Вы сможете продемонстрировать студентам специализированное программное обеспечение IBM SPSS Statistics, наглядно показать, как создается массив данных и обрабатываются данные. Если у Вас в потоке несколько групп, на одном из лекционных занятий Вы можете продемонстрировать в графическом исполнении сводные данные со всех групп [3].

3. *«Тренды современного предпринимательства»*. При работе с новыми слушателями часто приходится сталкиваться с тем, что они не знакомы с рядом терминов: вендинг, краудсорсинг, краудфандинг, коворкинг и даже франчайзинг. В этой связи необходимо разъяснять студентам трендовые понятия. Развивая интересный вопрос краудфандинга, Вы можете использовать на семинарах краудфандиговые платформы <https://www.kickstarter.com> и ее российский аналог <http://boomstarter.ru>. Можно использовать для демонстрации представленные на сайтах видеоролики либо порассуждать о перспективах того или иного проекта, взвесить все «за» и «против» финансирования.

4. Использование *традиционных методов обучения*: контрольные вопросы, кейсы, тесты, бизнес-планы (бизнес-идеи по опыту защищенных бизнес-планов студентами первого курса Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (ныне – Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова) в 2014/2015 учебном году: кафе, кофейня, хостел, гостиница, ресторан, автомойка, фитнес-центр, вендинговые аппараты, магазин шаговой доступности, кондитерская, звукозаписывающая студия, анти-кафе, шоколад с индивидуальным оформлением, рекламное агентство, свадебное агентство, спа-салон, курсы ораторского искусства, специализированный магазин для домашних животных, мини-пекарня, косметологический центр, танцевальная школа, парк развлечений, конно-спортивный клуб, Интернет-сервис поиска недвижимости, грузоперевозки, продажа обуви, частный детский сад, производство и установка индивидуальных шкафчиков для школ, изготовление сувенирной продукции, компьютерный клуб, автосервис, Интернет-магазины, производство молочной продукции на базе собственного приусадебного хозяйства, творческая мастерская, салон креативного оформления музыкальных инструментов, умные кейсы на смартфоны, магазин спортивных товаров и многие другие).

5. Интересным представляется *метод «кроссенс»* – интеллектуальная игра, в которой участникам дается несколько слов или изображений (обычно 6 или 9, размещенные в таблице 3x2 или 3x3 соответственно) и нужно придумать, как можно объединить любые два соседние либо все. Усложненная задача: придумать новый товар, услугу (рис. 2). Упражнение выполняется в микрогруппах по 2-3 человека или индивидуально, время работы 10-12 мин. Потом участники делятся предложенными решениями. Когда принцип данной игры понят, участникам предлагается придумать и нарисовать собственный кроссенс (10-15 мин), который потом дается для решения другой подгруппе. Важный момент: при придумывании кроссенса недостаточно только изобразить любые предметы, после чего предложить другим участникам подумать, как они могут быть связаны;

обязательно нужно иметь собственный вариант решения. Потом участники озвучивают варианты решений: тот, который удалось найти решавшим каждый кроссенс, и тот, который подразумевался его создателями [5].



Рис. 2. Метод «кроссенс» [5]

6. *Пресс-конференция.* Предварительно попросите студентов заготовить вопросы, на которые они хотели бы получить ответ в рамках дисциплины по предпринимательству (возможно, что-то необходимо разъяснить повторно, на что-то в ходе обучения студенты не получили ответа, либо у них возникли практические вопросы в ходе выполнения заданий в рамках семинаров). Перед занятием студенты могут положить Вам на стол записки с вопросами либо можно им предоставить возможность задавать вопросы с места [3].

Заключение

Заниматься бизнесом, все равно, что заниматься наукой: голова работает 24 часа в сутки. Предпринимательство – это искусство, наука, философия, несмотря на то, что предпринимателей нет в классификаторе профессии. Пока в России ведется работа по «профессиональному стандарту предпринимателя». Тоже самое касается и обучения предпринимательству. Принято считать, что только 3-4% думают о предпринимательской

карьере со школьной скамьи. В колледжах и вузах профессиональные предпринимательские компетенции раскрываются не полностью. Именно поэтому мы считаем, что преподавать предпринимательские дисциплины необходимо с точки зрения предпринимателя. Если человек не пропускает через себя то, что он преподает, то безусловно ему нечего сказать аудитории [4].

Первое, что мы делаем – помогаем структурировать огромное многообразие материалов по предпринимательству, в доступной форме стараемся изложить слушателям базис предпринимательства, который необходимо знать каждому гражданину вне зависимости от того, является он предпринимателем или нет.

Во-вторых, войдя в учебную аудиторию, мы ставим задачу – заложить глубокие знания и профессиональные предпринимательские компетенции наших слушателей, а именно:

1. Согласно классификации Блума (пересмотренная Андерсоном и Кратволем) слушатели должны получить следующие глубокие знания:

- знание (теоретический материал);
- понимание (способность воспроизвести, контроль, домашние задания, контрольные работы);
- применение (практические занятия);
- анализ (курсовая работа, ВКР);
- оценку;
- синтез (применение бизнес-плана на своем рабочем месте).

2. Согласно шкале Глории Джери слушатели должны стать компетентными согласно следующим показателям:

- ознакомление (бытовой уровень);
- осмысление (содержательный уровень);
- сознательное усилие (найти формулу);

- сознательное действие (по этой формуле слушатель способен посчитать);
- компетентность (умение применить);
- бессознательная компетентность (принятие управленческих решений на практике).

В этой связи желаемый результат по формированию профессиональных предпринимательских компетенций в рамках дисциплины «Основы предпринимательства» оказывается на пересечении синтеза и компетентности, когда разработанный слушателем бизнес-план оказывается примененным на практике.

Практический и педагогический опыт авторов показывает достижение желаемого результата у ряда слушателей. Так, студенты первого курса МЭСИ (ныне – РЭУ им. Г.В. Плеханова) после окончания курса «Основы предпринимательства» открыли фитнес-центр, занялись грузоперевозками и вендинговым бизнесом [3].

Список литературы:

1. Инновации. Бизнес. Образование: региональный аспект [Текст]: монография / Н.В. Тихомирова, Л.С. Леонтьева, В.Г. Минашкин, А.Б. Ильин, Д.А. Шпилев. – М.: МЭСИ, 2011. – 110 с.
2. Коммерциализация интеллектуального продукта высшей школы как фактор развития инновационного потенциала региона: монография / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – Ярославль: Аверс Плюс, 2013. – 100 с.
3. Основы предпринимательства [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата / А.Б. Ильин, Л.С. Леонтьева. – М.: КНОРУС, 2015. – 378 с.
4. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство [Текст]: учебник / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ Синергия, 2014. – 864 с.
5. Учебные материалы цикла обучающих семинаров для преподавателей предпринимательства «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству» /

Национальная ассоциация обучения предпринимательству [Электронный ресурс].

– Режим доступа: http://www.ruace.ru/projects/Training_for_Educators/