

Открытые инициативы по обучению предпринимательству: характеристика российского поля

Павел Сорокин

Доцент, старший научный сотрудник, psorokin@hse.ru

Александр Повалко

Профессор, apovalko@hse.ru

Юлия Вятская

Эксперт, стажер-исследователь, yumatyunenکو@hse.ru

Центр развития навыков и профессионального образования, Институт образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20

Аннотация

Неформальный сектор обучения предпринимательским навыкам — бесплатные открытые образовательные проекты, реализуемые в России на национальном уровне, — выступает частью более масштабного тренда на переформатирование образования и общей динамики научно-технологического развития. На основе поиска по открытым интернет-источникам обнаружено 45 открытых инициатив по бизнес-образованию. Сохраняется большой потенциал по совершенствованию рассматриваемого сектора,

включая направления актуализации и отражение новых тенденций. Особая роль в решении этих задач принадлежит университетам. Речь идет о формировании и внедрении системы оценки результатов обучения, мониторинге эффективности подобных инициатив. Предстоит расширить спектр адресных образовательных предложений (например, для безработных, молодых матерей, лиц старшего возраста) и адаптировать их содержание к специфике соответствующих целевых групп.

Ключевые слова: предпринимательство; обучение предпринимательству; неформальное образование; открытые инициативы; «распаковка» образования; экосистема обучения предпринимательству

Цитирование: Sorokin P., Povalko A., Vyatskaya Yu. (2021) Informal Entrepreneurship Education: Overview of the Russian Field. *Foresight and STI Governance*, 15(4), 22–31. DOI: 10.17323/2500-2597.2021.4.22.31

Informal Entrepreneurship Education: Overview of the Russian Field

Pavel Sorokin

Associate Professor and Senior Research Fellow, psorokin@hse.ru

Alexander Povalko

Professor, apovalko@hse.ru

Yulia Vyatskaya

Expert and Research Assistant, yumatyunenko@hse.ru

Institute of Education, National Research University Higher School of Economics, 20, Myasnitskaya str.,
Moscow 10100, Russian Federation

Abstract

This article analyzes the informal sector of entrepreneurial education — free “open” educational projects at the federal level in the context of broader trends in the development of education and society, including education’s ‘unbundling’. The search for information was carried out using the Internet, as a result 45 initiatives were discovered. The results show that the sector of entrepreneurship education is broad, but there are a large number of areas for improvement, in which universities can play an important

role. In particular, this concerns elaborating and implementing a system for evaluating educational results, organizing monitoring of the effectiveness of such initiatives, including the analysis of success stories. In addition, a separate task is to expand the set of targeted programs for specific audiences (for example, unemployed), as well as to improve the content of such initiatives more deeply according to the specifics of the relevant target groups (for example, young mothers or older people).

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurship education; non-formal education; open initiatives; ‘unbundling’ education; ecosystem of entrepreneurship education

Citation: Sorokin P., Povalko A., Vyatskaya Y. (2021) Informal Entrepreneurship Education: Overview of the Russian Field. *Foresight and STI Governance*, 15(4), 22–31. DOI: 10.17323/2500-2597.2021.4.22.31

Высшее образование находится в процессе масштабного «переформатирования» (*unbundling*) [McCowan, 2017]. Наряду с традиционными «длинными» образовательными продуктами (программы бакалавриата, магистратуры и т. п.) все большее значение приобретают новые форматы обучения, такие как массовые открытые онлайн-курсы (МООК) или очные интенсивы [Ivancheva et al., 2020]. Подобные инициативы образуют ранее не существовавшую систему «микростепеней», являющуюся ключевым фактором развития рынка труда [Кулик, 2018]. Переформатирование образования вписано во всеохватный тренд научно-технологического развития, включая возникновение Индустрии 4.0, ускорение цифровизации экономики и прочих ключевых сфер жизни общества. Подобная трансформация сопряжена с проблематикой развития образовательных экосистем. Общепризнанного их определения пока не сложилось, однако эксперты сходятся во мнении, что речь идет о системах формального и дополнительного обучения, основанных на новейших технологиях и учитывающих географический и инфраструктурный контекст. Образовательный процесс находится под влиянием широкого круга стейкхолдеров, представляющих государство, бизнес, некоммерческий сектор и др., которые выдвигают разные требования к качеству образования и критерии оценки его результатов [Bandyopadhyay et al., 2021]. Формирование экосистем отражает существенное усложнение данной сферы в последние годы, в том числе в вузовском сегменте, традиционно рассматриваемом как ее центральный элемент [Brush, 2014]. Испытывая растущее конкурентное давление со стороны неформального сектора, университеты проводят существенную институциональную реорганизацию, усложняют и дифференцируют структуру образовательных продуктов.

Несмотря на их положительный потенциал, описанные тенденции разворачиваются на фоне усиливающегося «парадокса производительности» [Acemoglu et al., 2014; Ortagus et al., 2018; Polak, 2017; Krohn, 2019]: при бурном технологическом развитии и расширении охвата образованием глобальные темпы экономического роста в последние десятилетия снижаются (вплоть до отрицательных значений, вызванных пандемией COVID-19). Возрастает значение образования как драйвера обновления технологий и бизнес-процессов на глобальном и национальном уровнях, в особенности связанного с предпринимательством, которое предполагает создание новых организаций, структур и институтов. Неслучайно вклад образования в развитие предпринимательства (в том числе инновационного) рассматривается как одна из приоритетных задач политики в России и других странах [Кузьминов и др., 2019; Acs et al., 2014, 2016; Bhat, Khan, 2014].

Однако, несмотря на динамичное развитие, сегмент предпринимательского обучения остается малоизученным как в России, так и за рубежом [Nabi et al., 2017; Сорокин и др., 2020]. Существующие авторитетные мониторинги, как правило, ограничиваются лишь его фор-

мальным охватом, а углубленный анализ содержания и оценка результативности инициатив по формированию предпринимательских компетенций отсутствуют [Sieger et al., 2018; Bosma et al., 2020]. Между тем эксперты Всемирного экономического форума (ВЭФ) [Wilson et al., 2009] отмечают важность такого неформального обучения на базе некоммерческих организаций (НКО), в рамках корпоративных программ и иных форм непрерывного образования. Интерес к инновационному обучению демонстрируют разные стейкхолдеры, начиная с семей учащихся, бизнеса и заканчивая государственным сектором. В российской образовательной политике среди предлагаемых мер поддержки предпринимательства часто упоминаются проекты по развитию соответствующих навыков, адресованные широкому кругу лиц, и подчеркивается вклад неформального сектора в этот процесс¹. В ходе такого обучения могут возникать и развиваться новые форматы ведения бизнеса, способные изменить ландшафт образовательных экосистем, прежде всего в сфере высшего образования. В то же время меры стимулирования предпринимательского обучения в государственном и частном секторах остаются бессистемными. Это касается и открытых инициатив, рассчитанных не только на студентов или работников отдельных организаций, но и на более широкие круги. В последние годы запущен ряд подобных программ под эгидой Российской венчурной компании (РВК), Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ), Торгово-промышленной палаты (ТПП), адресованных максимально широкой аудитории, хотя они составляют лишь часть активно растущего поля. Даже институционально аффилированные программы вузов остаются в той или иной степени открытыми для всех желающих.

В статье предпринята попытка компенсировать недостаточную изученность национальной экосистемы предпринимательского образования. Особое внимание уделено наименее освещенному в литературе, но стратегически важному компоненту — бесплатным открытым инициативам неформального обучения, ориентированным на широкий круг участников.

Обзор литературы

Изучение мирового опыта открытых проектов в рассматриваемом направлении представляет интерес с точки зрения формирования аналогичных национальных систем. В нашем случае оно также стало основой для разработки методологии исследования, включая определение критериев отбора и анализа единиц наблюдения.

Эксперты ВЭФ и ОЭСР в 2009 г. провели одно из наиболее комплексных исследований открытых образовательных программ по предпринимательству в мире [Wilson et al., 2009]. Изучались их охват, инициаторы, прямые и косвенные показатели результативности. Выборки формировались путем поиска в интернете и других открытых источниках с прицелом на ведущие вузы, научные организации и крупные компании. К ключевым инициаторам отнесены: государство, бизнес, НКО

¹ https://admtymen.ru/files/upload/OIV/D_ipipp/5_Популяризация.pdf, дата обращения 19.11.2020.

и университеты, развивающие предпринимательское образование преимущественно среди молодежи с ориентацией на технологическую сферу. Таким образом решается проблема социальной интеграции, что косвенно подтверждает результативность обучения социальную предпринимательству.

В Индии и США неформальные инициативы по развитию предпринимательских компетенций часто осуществляются при поддержке НКО. Приоритет отдается женщинам, молодежи и безработным, а критерием эффективности служат показатели охвата [Manimala, Thomas, 2017]. В Казахстане ключевым инициатором открытых проектов предпринимательского образования выступает государство [Бисенгалиева, Смагулова, 2019].

Российские наработки в сфере открытого бизнес-образования представлены ограниченным числом работ с фокусом на молодых людях, заинтересованных в подобных компетенциях. Отмечается особая роль институтов развития, профильных министерств, научных организаций, вузов и крупного бизнеса. Наиболее ощутимую поддержку национальному предпринимательству оказывают Агентство стратегических инициатив (АСИ), бизнес-ассоциации, ведущие компании [Freinkman, Yakovlev, 2014].

Анализ образовательных проектов, запущенных при поддержке государства и отраженных в документации ведомств и вузов, констатировал нехватку инициатив по усилению технологического предпринимательства [Головина и др., 2017]. К сходным выводам приходят другие исследователи в отношении государственных программ, рассчитанных на широкую аудиторию [Руденко, 2019; Стромов и др., 2019; Соколов, 2017]. Региональный кейс рынка бизнес-образования в Татарстане выявил низкую эффективность бесплатных государственных проектов и их несогласованность с иными мерами поддержки [Akhmetshin, Palyakin, 2020]. Основная причина — неудовлетворительное качество подготовки бизнес-тренеров и содержания курсов.

Отечественные исследования в рассматриваемом направлении имеют выраженную вузовскую ориентацию: описываются инициативы, нацеленные на студентов, отмечается их высокая неоднородность [Рубин, 2016; Чепуренко, 2017]. В силу инфраструктурных и институциональных ограничений потенциал российских вузов в развитии предпринимательства реализуется недостаточно, несмотря на заметный рост спроса [Чепуренко и др., 2019; Зобнина и др., 2019].

В секторе дополнительного профессионального образования российские исследователи отмечают низкий уровень вовлеченности в программы, несмотря на доказанную положительную связь подготовки с экономической динамикой в регионах [Духон и др., 2018]. При разнообразии рынка МООК на платформах Coursera, «Лекториум» и других сохраняется проблема низкой эффективности подобных курсов [Орлова, 2017]. Впрочем, в выборку цитируемой работы вошли лишь

платные программы, рассчитанные на ограниченную аудиторию. Публикаций, описывающих образовательный ландшафт после старта национальных проектов в 2018 г., которые могли существенно изменить ситуацию, найти не удалось.

Проведенный обзор подтверждает новизну принятого исследования национальной экосистемы обучения через призму неформального бесплатного образования на примере России. Как было показано, это поле редко становится предметом эмпирических исследований не только в нашей стране, но и за ее пределами, несмотря на высокий спрос на соответствующие услуги в современном контексте. Преимущественно описательный характер работы обусловлен ее целью — представить основные характеристики российского рынка обучения предпринимательству в неформальном секторе через анализ открытых источников. Углубленное изучение отдельных инициатив, оценка их качества и эффективности, выявление причинно-следственных связей между конкретными факторами и их результативность заслуживают отдельного рассмотрения.

Методология исследования

Поиск открытых программ осуществлялся в период с декабря 2020 г. по февраль 2021 г. В фокусе внимания находились официальные стратегические документы и сайты ведущих игроков рассматриваемого рынка, в особенности институтов развития: Департамента инвестиционной политики Минэкономразвития России, АСИ, РВК, АНО «Россия — страна возможностей», АО «Корпорация МСП», АО «Деловая Среда», ПАО «Сбербанк России». Дополнительный поиск в интернете по ключевым словам позволил учесть зарубежный исследовательский опыт [Yan, Guan, 2019]². Базовым критерием отбора проектов являлось их нахождение в открытом доступе. Из анализа исключались такие категории, как: формальные программы высшего образования (встроенные в систему бакалавриата, магистратуры); предметы, включенные в учебный план школ; платное бизнес-образование и корпоративное обучение. Не учитывались и разовые краткосрочные инициативы (например, вебинары по предпринимательству), в отличие от направленных на конкретные социально-демографические или профессиональные группы (женщины, самозанятые, лица старшего возраста и т. п.). Выбранные для исследования примеры носят открытый характер в силу их бесплатности и отсутствия требований к аффилиации с той или иной организацией.

Другим критерием формирования выборки служило наличие образовательной составляющей, а именно: признание обучающего характера инициативы самими организаторами, наличие контента в описании (в виде методических пособий либо специальных обучающих мероприятий — лекций, семинаров). Учитывались лишь

² При поиске использовались следующие ключевые слова и сочетания: образование по предпринимательству, курсы в сфере предпринимательства, образовательные курсы по предпринимательству, поддержка предпринимательства, программы по предпринимательству, обучение предпринимательству, государственная программа по поддержке предпринимательства, частная поддержка предпринимательства, социальное предпринимательство, молодежное предпринимательство, инновационное и технологическое предпринимательство, женское предпринимательство.

Табл. 1. Критерии изучения отобранных инициатив (N = 45)

Критерий	Описание	Литература
Формат инициатив	Различение очного и онлайн-форматов	[Hua, Ren, 2020]
Условия доступа к инициативам и система оценивания результатов обучения	Оценивалось наличие либо отсутствие системы контроля «на входе» и системы оценивания «на выходе»	[Nabi et al., 2017]
Целевая аудитория проекта	Например, новички или действующие предприниматели, различные социально-демографические группы	[Wilson et al., 2009]
Инициаторы проекта	Государственный, частный проект, проект по инициативе вуза и др.	[Manimala, Thomas, 2017]
Содержательная ориентация обучения	Объекты — социальный, рутинный, инновационный/технологический бизнес. Последний является наиболее обсуждаемым направлением в мировой литературе, поскольку именно от этого сектора ожидается наиболее высокая отдача. Социальное предпринимательство также все чаще становится предметом особых мер поддержки, в том числе и в России.	[Sun, Li, 2020; Golovina et al., 2017; Fomina, Chahine, 2019]
Относительная успешность	Условное ранжирование образовательных инициатив по степени успешности	Авторская разработка

Источник: составлено авторами.

относительно продолжительные образовательные программы. Всего в выборку вошло 45 программ и курсов. Критерии их оценки представлены в табл. 1.

Прямая оценка эффективности образовательных программ на основе открытых данных крайне затруднительна. Она возможна только при условии осознания того, каким образом учебные процессы трансформируются в реальные бизнес-проекты. Следует сосредоточиться на показателях их успешности с опорой на сведения об охвате, положительных примерах, косвенных индикаторах и провести первичное ранжирование по рассматриваемым параметрам. Например, результативность может быть признана удовлетворительной при наличии достаточно высокого охвата (с учетом характеристик целевых аудиторий) и историй успеха.

Основное ограничение нашей методологии состоит в том, что она позволяет работать только с открытыми данными. К ним относятся описание образовательных проектов, сведения об охвате и содержании курсов и программ, доступные для предварительного ознакомления всем желающим. В задачи настоящего исследования не входил углубленный анализ кейсов, поскольку описание базовых параметров поля рассматриваемых инициатив в неформальном секторе в России имеет самостоятельное значение.

Эмпирический анализ открытых образовательных инициатив

Формат

Выявлено 28 российских организаций, предлагающих бесплатные образовательные услуги по развитию предпринимательских навыков. Основная масса программ существует в онлайн-формате (40), и лишь немногие носят очный (3) или смешанный характер (2). Подобное превалирование дистанционной формы соответствует мировому тренду [Kumar et al., 2019]. Так, выделяется пять университетских онлайн-курсов на базе Coursera, по два — на платформах «Открытое образование» и «Универсариум», а также самого вуза (НИУ ВШЭ).

В небольшой группе из четырех программ предложен более сложный набор педагогических методик по сравнению с традиционными онлайн-курсами, например менторская поддержка, интерактивный подбор структуры обучения и удаленное общение с наставником.

Интерактивный характер обучения с технологичными формами взаимодействия между преподавателем и учащимися, возможностью командной работы и т. д. повышает эффективность предпринимательского образования [Sansone, 2019]. В российском контексте подобный формат встречается нечасто и недостаточно проработан в методическом плане, как минимум с точки зрения доступности информации.

Доступность программ и система оценки результатов обучения

Выявленные инициативы анализировались по критерию наличия либо отсутствия системы контроля «на входе» и «на выходе». Доступ к большинству из них полностью открыт. Речь идет не только о бесплатности для широкого круга желающих (под этот критерий подпадают все объекты выборки), но и об отсутствии системы контроля знаний или навыков «на входе». Достаточной, как правило, оказывается лишь регистрация с указанием ФИО, электронной почты и мобильного номера. Только пять из 45 программ предполагают усложненную форму регистрации.

Изучались системы промежуточной и итоговой оценки в форме тестирования, защиты проекта или бизнес-плана (табл. 2). Международные образовательные стандарты предписывают крупным онлайн-платформам, таким как Coursera, обеспечить свободный доступ к описанию базовых механизмов оценивания, включая тестирование или более сложные формы проверки знаний и компетенций. Возможность заранее ознакомиться с такой системой положительно влияет на достижения учащихся [Jitaa, 2011].

Большинство подобных «школ» не предоставляют сведений о принципах оценки результатов освоения контента. Курс «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» является исключением:

Табл. 2. Характеристики системы оценивания

Формат системы оценивания результатов обучения*	Число инициатив
Отсутствие указаний на систему оценивания (тестирование или защита бизнес-проекта)	27
Тестирование	14
Защита бизнес-проекта	4

* Согласно информации на официальных порталах инициатив.
Источник: составлено авторами.

организует промежуточное тестирование по ходу обучения и защиту проектов «на выходе». Предыдущее исследование его эффективности показало, что сочетание формального тестирования с защитой обеспечивает высокую успеваемость учащихся, причем в равной степени [Сорокин и др., 2020].

Как показывает пример МООК, упрощенная система требований «на выходе» (например, облегченный тест) позволяет снизить долю отсева по ходу обучения, поскольку повышает мотивацию учащихся окончить курс [Семенова, Рудакова, 2015]. Вместе с тем занижение требований к итоговому уровню знаний может привести к тому, что формально завершившие обучение учащиеся фактически не осваивают необходимые компетенции. Вузские проекты в большинстве случаев (11 из 12) предлагают систему тестов, что положительно отличает их от других игроков рынка, однако, возможно, ограничивает охват.

Таким образом, большинство инициатив не уделяют пристального внимания открытости системы оценивания, что можно признать серьезным ограничением, которое противоречит базовым стандартам предоставления образовательных услуг.

Целевая аудитория

В современной литературе первым параметром при анализе аудитории выступает ориентация на начинающих либо на опытных бизнесменов. Данный критерий опирается на Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor) [Bosma et al., 2020], в котором выделяются начинающие (*nascent entrepreneurship*) и активные (действующие) игроки (*new business ownership*), требующие разных по содержанию программ. Аналогичное деление встречается и в российском контексте: образовательные продукты, рассчитанные на новичков, предлагают развитие базовых предпринимательских навыков (от разработки идеи до регистрации индивидуального предпринимателя), а курсы для бизнесменов «со стажем» включают более сложные вопросы: перевод бизнеса в онлайн, расширение рыночных ниш и пр.

Как видно из табл. 3, большинство инициатив направлены на лиц, совершающих первые шаги в бизнесе, что выглядит логично с учетом задачи вовлечь в пред-

принимательство новых игроков. Каждая программа оценивалась с точки зрения ориентации на конкретные аудитории, в том числе отвечающие государственным приоритетам поддержки предпринимательства. В рамках федерального проекта «Популяризация предпринимательства» планировался запуск программ подготовки действующих бизнесменов, школьников, лиц до 30 лет (включая студентов), женщин, военнослужащих, уволенных в запас, лиц старше 45 лет, безработных, инвалидов, воспитанников детских домов³.

Создатели курсов, как правило, не конкретизируют свою социально-демографическую аудиторию (28 инициатив, или 62.2% общего числа). Лишь немногие проекты декларируют четкую ориентацию на молодежь (12, 26.7%), женщин (4, 8.9%), лиц предпенсионного возраста (1). Поддержка молодежного направления носит массовый характер — 12 инициатив, половина из них нацелены на вовлечение в инновационный сектор (ID Lab Skolkovo и др.). Этот сегмент подкрепляется результатами опросов студентов, треть которых считают предпринимательство перспективным карьерным треком [Кошарная, Корж, 2020]. В трех случаях из четырех, посвященных поддержке женского предпринимательства, подчеркивается направленность на матерей, находящихся в декретном отпуске или воспитывающих несовершеннолетних детей (например, «Мама-предприниматель»⁴), что также подтверждает значение этой траектории для наиболее социально уязвимых групп населения.

Лишь одна из федеральных инициатив рассчитана на лиц предпенсионного возраста — «Предпринимательство и практические навыки ведения бизнеса». Однако, по видимому, данный курс не предлагает глубоко проработанного специфического контента для избранной аудитории. Между тем, как показывают исследования, сами ее представители могут быть активными и успешными игроками благодаря богатому профессиональному опыту [Singh, de Noble, 2003]. Вероятно, это утверждение не вполне применимо к поколению людей, живших в социалистической системе и не получивших предпринимательского опыта в последующие 30 лет.

Для категории самозанятых не обнаружено отдельных предложений, несмотря на рост числа таких лиц и особое внимание, которое им уделяется в Национальном

Табл. 3. Соотношение инициатив по ориентации на начинающих или действующих предпринимателей (N=45)

Ориентация инициативы	Число инициатив	Доля в общем числе (%)
Начинающие предприниматели	37	82.2
Действующие предприниматели	4	8.9
Новички + действующие предприниматели	4	8.9

Источник: составлено авторами.

³ https://admtymen.ru/files/upload/OIV/D_ipipp/5_Популяризация.pdf, дата обращения 19.11.2020.

⁴ <https://mama-predprinimatel.ru/>, дата обращения 19.11.2020.

Табл. 4. Распределение инициатив по их организаторам (N=45)

Инициатор	Число инициатив	Доля в общем числе (%)
Вузы	12	27
Частный сектор	10	22
Государственно-частное партнерство + НКО	14	31
Государственный сектор	9	20

Источник: составлено авторами.

проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»⁵. Идентификация в качестве самозанятого может означать более высокую готовность открыть бизнес, хотя траектория субъекта с подобным статусом не идентична предпринимательству в его традиционном понимании как создания стартапа [Голенкова и др., 2020]. Вопрос о поддержке самозанятых (и других близких к ним категорий, например фрилансеров) актуален и слабо проработан не только в отечественном, но и в мировом контексте⁶ [Ozimek, 2019]. Адаптация образовательного контента под декларируемую целевую аудиторию, конечно, имеет место, но неизбежно носит ограниченный характер. Так, в проектах «Мама-предприниматель» и Women Digital Academy предлагается лишь анализ рынка предпринимательства, требующий минимальных временных затрат. Адресных открытых инициатив для бывших военных, безработных и самозанятых обнаружено не было, хотя все перечисленные группы в официальных документах отнесены к категории требующих особой поддержки.

Инициаторы

Инициативы компаний, принадлежащих преимущественно частным лицам (например, ООО «Пепеляев Групп»), закономерно относились к частному сектору, а если их организаторы более чем на 50% аффилированы с государством, то проект причислялся к категории частно-государственных (например, инициативы ПАО «Сбербанк»). К государственному сектору отнесены инициативы (за исключением вузовских), реализуемые исключительно из средств бюджета. В отдельную категорию выделены инициативы под эгидой вузов (преимущественно государственных). Российские НКО в рассматриваемом поле занимают периферийные позиции, тогда как в зарубежной практике они выступают едва ли не ключевыми игроками [Manimala, Thomas, 2017].

Как показано в табл. 4, инициатором большинства проектов в рассматриваемой сфере оказывается государство — самостоятельно (9) или в партнерстве с бизнесом (14). В первом случае ключевыми операторами выступают «Корпорация МСП» (Национальный проект МСП) и Министерство экономического развития РФ. К катего-

рии частных относятся лишь 10 выявленных инициатив, причем компании лидируют в обучении социальному предпринимательству (4 из всего 8 подобных инициатив в выборке).

Отдельная категория — 12 вузовских проектов, преимущественно с региональным статусом, ориентированные на традиционное, продолжительное обучение (исключены из рассмотрения). Все они свидетельствуют о высоком потенциале расширения аудитории вузовских образовательных продуктов. Таким образом, большинство открытых инициатив реализуются либо государством, либо аффилированными структурами в рамках государственно-частного партнерства или бюджетных вузов.

Акценты в образовании

Авторы исследований предпринимательства часто фокусируются на социальном [Dacin et al., 2011] и инновационно-технологическом [Szabo, Herman, 2012] измерениях. Выявленное нами поле игроков проанализировано с точки зрения социального, инновационно-технологического и рутинного направлений предпринимательской подготовки. Спрос на социальное предпринимательство предъявляют как ключевые общественные институты, так и сами потенциальные предприниматели [Московская и др., 2017]. Инновационно-технологическое направление заслуживает самостоятельного рассмотрения в силу особого потенциала ускорения роста экономики, важного в условиях упомянутого ранее «парадокса производительности» [Acs et al., 2016]. На обучение рутинному предпринимательству рассчитаны все проекты, не соответствующие первым двум категориям. Дифференциация проводилась на основе доступных сведений, включая утверждения самих организаторов проектов.

По степени распространения обучение рутинному предпринимательству вдвое превосходит другие категории (табл. 5). Это может объясняться тем, что в России игроки чаще фокусируются не на умножении прибыли, а на действиях по необходимости, что располагает скорее к рутинному, чем к инновационному поведению [Chepurensko et al., 2017].

Поддержка технологического предпринимательства также имеет внеобразовательные формы — акселерационные, инфраструктурные и т. п. Заметную роль на этом поле играет, к примеру, Бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ, занимающий первое место в рейтинге университетских акселераторов UBI Global. Наряду с акселерацией реализуется бесплатная открытая образовательная программа «Запускаем стартап за один месяц» (включена в выборку настоящего исследования).

Подготовка социальных предпринимателей остается сравнительно редким предложением и прерогативой частных игроков. Вместе с тем данное направление может быть востребовано и как потенциальный источник

⁵ https://corpmsp.ru/about/deyatelnost/natsionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy/, дата обращения 19.11.2020.

⁶ <https://www.upwork.com/i/freelancing-in-america/>, дата обращения 18.06.2021.

Табл. 5. Распределение инициатив с точки зрения содержательного акцента (N=45)

Тип предпринимательства	Число инициатив	Доля в общем числе (%)
Социальное	8	17.8
Инновационно-технологическое	7	15.5
Рутинное	30	66.7

Источник: составлено авторами.

прибыли. Так, проект «Социальное предпринимательство: от идеи до прибыли» декларирует своей целью научить, «как монетизировать социально значимый бизнес»⁷. Таким образом, на российском поле открытых инициатив представлены все содержательные векторы обучения предпринимательству в разных масштабах.

Успешность открытых программ: попытка ранжирования

Относительная результативность рассматриваемых образовательных программ оценивалась с учетом актуальных дискуссий на основе широкого спектра доступных источников: данные об охвате, истории успеха, число компаний, созданных выпускниками программ, объемы привлеченного капитала и т. п. Почти во всех случаях предоставления данных об охвате (25 инициатив) их можно считать состоявшимися проектами. Однако при охвате менее 30 человек и присутствии на рынке не более года инициативы причислялись к группе «отстающих». Исходя из степени относительной успешности, выделены три группы. Лидерами признаны программы, предоставляющие сведения не только об относительно высоком охвате, но и об историях успеха или любых других косвенных показателях эффективности (9 проектов). «Средняки» обеспечивают открытый доступ либо к данным об относительно высоких охватах, либо к другим косвенным показателям успешности по отдельности (17). «Отстающие» характеризуются отсутствием открытой информации об охвате (либо низким его уровнем), историях успеха и любых других косвенных подтверждениях состоятельности (19). Рассмотрим основные характеристики каждой группы.

«Лидеры». В данную группу вошли такие проекты, как «Корпорация МСП», «Азбука предпринимателя» и «Школа предпринимательства». Охваты двух последних составили 64 544 и 70 801 человек соответственно. Программа «Мама-предприниматель», несмотря на более скромную аудиторию (3938 человек), делится историями успеха участниц. Представители группы характеризуются рядом общих признаков.

- **Партнерство с государством.** Все девять инициатив состоят в прямой или косвенной коллаборации с государством, и лишь одна («Инновационная экономика и технологическое предпринимательство») реализуется на базе вуза.

- **Преимущественная аффилированность с зарубежными партнерами.** Из девяти инициатив пять (11% от общего числа) участвуют в проекте «БизнесКласс»⁸ и указывают в качестве партнера российское представительство компании Google. В какой мере Google вовлечена в создание и реализацию курсов, установить не удалось. В описании курса «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», организатором и провайдером которого выступает исключительно российская сторона, также отмечается коллаборация с зарубежными экспертами.

- **Реализация преимущественно в онлайн.** Из девяти инициатив шесть осуществляются только в онлайн-формате. Исключением служат проекты «Корпорации МСП» с обширным географическим ареалом (все 85 российских регионов).

- **Ориентация на рутинное предпринимательство.** Из девяти инициатив восемь нацелены только на рутинное предпринимательство.

- **Широкая аудитория.** Все программы данной категории (за исключением двух) не предполагают работу с конкретными группами.

«Средняки». Группа охватывает инициативы, информационная открытость которых ограничивается только сведениями об охвате либо о других критериях успешности проекта, но не их одновременным представлением. Общее число входящих в нее программ — 17. Из них по 14 известны сведения об охвате на федеральном уровне, по двум — число охваченных регионов и по одной — данные об объеме привлеченных инвестиций на стартапы учащихся (1.3 млрд руб.). Представителей группы объединяет несколько общих черт.

- **Партнерство с государством.** Как и в случае с «лидерами», здесь в основном имеет место аффилированность с государством. Из 17 инициатив две государственные, пять — частно-государственных, девять принадлежат соответствующим вузам и только одна — частному провайдеру.

- **Высокая доля вузовских инициатив.** Из 17 девять проектов реализуются университетами, исключительно в онлайн-формате.

- **Широкий профиль.** Ориентированы на обучение не только рутинному (девять из 17), но и социальному (2), а также технологическому (6) бизнесу.

- **Определенность аудитории.** Свыше половины из 17 инициатив (девять) четко эксплицируют своих адресатов: две рассчитаны на женщин, семь — на молодежь. В отличие от «лидеров», для данной категории более характерна сегментация аудитории.

«Отстающие». Проекты данной группы не предоставляют открытую информацию по какому-либо из показателей результативности, будь то охват или другие параметры, либо имеющиеся данные явно свидетельствуют о низкой производительности и востребованности проектов (три инициативы с охватом менее 30 человек каждая). Их основные свойства.

⁷ <https://бизнесюгры.рф/support/informatsiya-dlya-subektov-kreativnykh-industriy/obrazovatelnye-onlayn-meropriyatiya/>, дата обращения 18.06.2021.

⁸ <https://business-class.pro/>, дата обращения 18.06.2021.

- *Низкая степень аффилированности с государством.* Из 19 программ семь принадлежат частным компаниям (в исходной выборке таких всего 10). Отсутствие государственной поддержки может объяснять трудности в продвижении проектов.
- *Низкая вовлеченность образовательных организаций.* Лишь две инициативы созданы на базе вузов (напомним, всего в рассматриваемой выборке таких проектов 12). Зачастую проекты-аутсайдеры запускаются организациями, основная деятельность которых не связана с образованием. Отсутствие опыта и компетенций в образовательной деятельности негативно влияет на содержательную сторону программ или курсов.
- *Непрозрачность системы контроля знаний.* Из 19 программ 16 не упоминают о механизме контроля за усвоением знаний учащимися.
- *Приоритет социального предпринимательства.* Из 19 инициатив шесть ориентированы на социальный тип предпринимательства (в исходной выборке таких 8 из 45).

Заключение

В статье проведена первичная оценка современного поля открытых инициатив обучения предпринимательству в России с применением концепции реформирования образования и с учетом актуальных трендов научно-технологического развития.

Неформальный сектор представляет важную, но недостаточно изученную область динамично развивающейся национальной экосистемы предпринимательского образования, отвоевывающую все большую долю у традиционного формального сегмента. В ходе исследования выявлено 12 кейсов разработки университетами нетрадиционных продуктов, связанных с обучением предпринимательству, имеющих гибкую структуру и адресованных широкой аудитории. При этом вузы не доминируют на рассматриваемом рынке. Инициативы новых игроков, включая частный сектор, НКО, государственные институты развития, выступают скорее не дополнением, а альтернативой традиционным «длиным» программам профессиональной подготовки. Подобное размывание монополии вузов позволит эффективнее решать задачи

ускоренного обновления образовательных технологий и бизнес-процессов.

Обучение предпринимательству вносит особый вклад в социально-экономическое развитие страны. Однако формальная система образования не поспевает за динамикой его распространения. Прежде всего, это касается вузов с их громоздкой системой длительных бюрократических согласований. Ответом на такую неповоротливость традиционной высшей школы и стали предложения со стороны новых провайдеров образовательных услуг, включая крупные компании (Сбербанк) и институты развития (РВК, ФРИИ).

Необходимо развивать сотрудничество университетов с государственными и частными партнерами в неформальном секторе обучения предпринимательству. Вузы могут выступать операторами при запуске и развитии подобных проектов, в частности, в роли центров компетенций при формировании контента и системы оценки результатов. Среди возможных рекомендаций по совершенствованию открытых инициатив предпринимательского образования в России можно выделить:

1. Внедрение системы оценки образовательных результатов в процессе и по итогам обучения, в должной мере обеспеченное материально-технической базой и наличием у преподавательского состава необходимых компетенций для реализации передовых педагогических практик.
2. Мониторинг эффективности образования, включая истории успеха, например, в форме трекинга профессиональных траекторий выпускников.
3. Расширение адресных программ для конкретных аудиторий, в том числе включенных в Национальный проект МСП (например, безработных), а также более тщательная их адаптация к специфике соответствующих групп (например, молодых матерей или лиц старшего возраста).
4. Увеличение номенклатуры открытых инициатив по технологическому и инновационному предпринимательству, обладающих наибольшим потенциалом развития экономики, но все еще недостаточно представленных в российском контексте.

Статья подготовлена при поддержке гранта Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 075-15-2020-928.

Библиография

- Бисенгалиева А.А., Смагулова Н.Т. (2019) Анализ состояния предпринимательского образования в современных условиях. *Проблемы современной науки и образования*, 4(137), 29–32.
- Голенкова З.Т., Голиусова Ю.В., Горина Т.И. (2020) Социологический портрет самозанятых в современной России. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 20(4), 821–836. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2020-20-4-821-836>
- Головина Т., Меркулов П., Полянин А. (2017) Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России. *Экономическая политика*, 12(5), 42–61. DOI: 10.18288/1994-5124-2017-5-03
- Духон А.Б., Зиньковский К.В., Образцова О.И., Чепуренко А.Ю. (2018) Влияние программ предпринимательского образования на развитие малого бизнеса в России: опыт эмпирического анализа в региональном контексте. *Вопросы образования*, 2, 139–172. DOI: 10.17323/1814-9545-2018-2-139-172
- Зобнина М., Коротков А., Рожков А. (2019) Структура, вызовы и возможности развития предпринимательского образования в российских университетах. *Форсайт*, 13(4), 69–81. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.4.69.81
- Кошарная Г.Б., Корж Н.В. (2020) Социальное самочувствие студенческой молодежи (региональный аспект). *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 20(4), 905–918. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-905-918
- Кузьминов Я.И., Сорокин П.С., Фрумин И.Д. (2019) Общие и специальные навыки как компоненты человеческого капитала: новые вызовы для теории и практики образования. *Форсайт*, 13(2), 19–41. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.2.19.41
- Кулик Е.Ю. (ред.) (2018) *eLearning Stakeholders and Researchers Summit 2018: Материалы международной конференции*. М.: НИУ ВШЭ.

- Московская А.А., Берендяев А.А., Москвина А.Ю. (2017) Между социальным и экономическим благом: конфликт проектов легитимации социального предпринимательства в России. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 6, 31–51. DOI: 10.14515/monitoring.2017.6.02.
- Орлова Е.Ю. (2017) Использование возможностей массовых открытых онлайн-курсов для обучения студентов технических вузов основам предпринимательства. *Экономика и качество систем связи*, 1(3), 94–98.
- Рубин Ю.Б. (2016) Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата. *Высшее образование в России*, 1, 7–20.
- Руденко Л.Г. (2019) Формирование системы поддержки развития малого молодежного предпринимательства. *Вестник университета*, 3, 197–113. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-3-107-113>
- Семенова Т.В., Рудакова Л.М. (2015) Барьеры при прохождении массовых открытых онлайн-курсов. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 3, 36–48. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2015.3.04>
- Соколов В.В. (2017) Молодежное предпринимательство в системе приоритетов государственной молодежной политики: состояние и механизмы поддержки. *Среднерусский вестник общественных наук*, 12(4), 48–55.
- Сорокин П.С., Черненко С.Е., Повалко А.Б. (2020) Обучение предпринимательству в вузах России и мира: зачем, как и с какими результатами?, М.: НИУ ВШЭ. <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/380038633.pdf>, дата обращения 17.06.2021.
- Стромов В.Ю., Сысоев П.В., Завьялов В.В. (2019) Кластерный подход к развитию молодежного предпринимательства в классическом вузе. *Высшее образование в России*, 28(7), 102–109. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-7-102-109>
- Фрейнкман Л.М., Яковлев А.А. (2014) Агентство стратегических инициатив как институт развития нового типа. *Вопросы экономики*, 6, 18–39. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2014-6-18-39>
- Чепуренко А.Ю. (2017) Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки. *Вопросы образования*, 3, 250–276. DOI: 10.17323/1814-9545-2017-3-250-276.
- Чепуренко А., Кристалова М., Бюровых М. (2019) Историко-институциональные аспекты роли университетов в развитии предпринимательства. *Форсайт*, 13(4), 48–59. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.4.48.59.
- Acemoglu D., Autor D., Dorn D., Hanson G., Price B. (2014) Return of the Solow Paradox? IT, Productivity, and Employment in US Manufacturing. *American Economic Review*, 104 (5), 394–399. DOI: 10.1257/aer.104.5.394.
- Acs Z.J., Audretsch D.B., Lehmann E.E., Licht G. (2016) National systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(4), 527–535. DOI: 10.1007/s11187-016-9705-1.
- Acs Z.J., Autio E., Szerb L. (2014) National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43, 476–494. DOI: 10.1016/j.respol.2013.08.016.
- Akhmetshin R.M., Palyakin R.B. (2021) Challenges of Entrepreneurship Education in the Republic of Tatarstan. In: *Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective, Engineering Economics Week 2020* (eds. S. Ashmarina, V. Mantulenko, M. Vochozka), *Lecture Notes in Networks and Systems*, vol. 139, Heidelberg, London, New York: Springer, pp. 633–639. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53277-2_75
- Bandyopadhyay S., Bardhan A., Dey P., Bhattacharyya S. (2021) *Bridging the Education Divide Using Social Technologies*, Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-33-6738-8_3
- Bhat S., Khan R. (2014) Entrepreneurship Education Ecosystem: An Assessment Study of J&K State. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(4), 1–8. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2426797, дата обращения 06.08.2021.
- Bosma N., Hill S., Ionescu-Somers A., Kelley D., Levie J., Tarnawa A. (2020) *Global Entrepreneurship Monitor 2019–2020 Global Report*, London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Brush C.G. (2014) Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem. In: *Innovative pathways for university entrepreneurship in the 21st century* (eds. S. Hoskinson, D.F. Kuratko), Bingley: Emerald Group Publishing Limited, pp. 25–39.
- Chepurensko A., Popovskaya E., Obraztsova O. (2017) Cross-regional Variations in the Motivation of Early-Stage Entrepreneurial Activity in Russia: Determining Factors. In: *Entrepreneurship in Transition Economies* (eds. A. Sauka, A. Chepurensko), Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer, pp. 315–342.
- Dacin M.T., Dacin P.A., Tracey P. (2011) Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0620>
- Fomina Y., Chahine T. (2019) Responsible People Palgrave Studies in Governance, Leadership and Responsibility. In: *Social Entrepreneurship Factors of Success and Failure in the Omsk Region of Russia* (eds. F. Farache, G. Grigore, A. Stancu, D. McQueen), London: Palgrave Macmillan, pp. 89–111. https://doi.org/10.1007/978-3-030-10740-6_5
- Hua S., Ren Z. (2020) “Online+Offline” Course Teaching Based on Case Teaching Method: A Case Study of Entrepreneurship Education Course. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(10), 69–85.
- Ivancheva M.P., Swartz R., Morris N.P., Walji S., Swinnerton B.J., Coop T., Czerniewicz L. (2020) Conflicting logics of online higher education. *British Journal of Sociology of Education*, 41(5), 608–625. <https://doi.org/10.1080/01425692.2020.1784707>
- Jimaa S. (2011) The impact of assessment on students learning. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 28, 718–721. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.133>
- Krohn G.A. (2019) A Note on “Puzzles, Paradoxes, and Regularities: Cyclical and Structural Productivity in the United States (1950–2005)”. *Review of Radical Political Economics*, 51(1), 158–163. <https://doi.org/10.1177%2F0486613417720774>
- Kumar P., Kumar A., Palvia S., Verma S. (2019) Online business education research: Systematic analysis and a conceptual model. *The International Journal of Management Education*, 17(1), 26–35. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.002>
- Manimala M.J., Thomas P. (2017) *Entrepreneurship Education: Innovations and Best Practices*, Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-3319-3_1
- McCowan T. (2017) Higher education, unbundling, and the end of the university as we know it. *Oxford Review of Education*, 43(6), 733–748. <https://doi.org/10.1080/03054985.2017.1343712>
- Nabi G., Liñán F., Fayolle A., Krueger N., Walmsley A. (2017) The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Ortagus J.C., Kramer D.A., Umbricht M.R. (2018) Exploring the IT Productivity Paradox in Higher Education: The Influence of IT Funding on Institutional Productivity. *Journal of Higher Education*, 89(2), 129–152.
- Polak P. (2017) The productivity paradox: A meta-analysis. *Information Economics and Policy*, 38, 38–54.
- Sansone G., Battaglia D., Landoni P., Paolucci E. (2019) Academic spinoffs: The role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 369–399. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00601-9>
- Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T., Braun I. (2018) *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*, St. Gallen, Bern: KMU-HSG/IMU.
- Singh G., DeNoble A. (2003) Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 207–226. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.t01-1-00001>
- Sun D., Li S., Xu X. (2020) Analysis of reform and development strategies of China's Internet innovation and entrepreneurship education. *Entrepreneurship Education*, 3(1), 77–93. <https://doi.org/10.1007/s41959-020-00024-6>
- Szabo Z.K., Herman E. (2012) Innovative entrepreneurship for economic development in EU. *Procedia Economics and Finance*, 3, 268–275. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00151-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00151-7)
- Wilson K.E., Vyakarnam S., Volkman C., Mariotti S., Rabuzzi D. (2009) *Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century*, Geneva: World Economic Forum.
- Yan Y., Guan J. (2019) Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial rate and innovation: The moderating role of internet attention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 625–650. DOI: 10.1007/s11365-018-0493-8.