

6. Звонников В. И. Оценка компетентности менеджеров / В. И. Звонников, М. Б. Чельшкова // Высшее образование сегодня. 2013. № 4. С. 14–19.

7. Малыгин А. А. Современная теория тестов как теоретическая основа современных подходов к оцениванию результатов обучения / А. А. Малыгин, С. В. Щаницина // Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки». 2012. Том 3. Вып. 4. С. 324–327.

8. Чельшкова М. Б. Аттестация выпускников вузов в рамках компетентностного подхода // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2012. № 6. С. 270–273.

В. А. Копнов

КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И ОБРАЗОВАНИЕ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ЗАПРОСАМ РЫНКА

Современный этап развития социально-экономической системы России характеризуется положительной динамикой в сфере малого предпринимательства. Так, по итогам 2012 г. по сравнению с 2011 г. в целом по стране наблюдался рост основных показателей развития малого предпринимательства: количества малых предприятий, среднесписочной численности занятых на малых предприятиях, оборота малых предприятий и инвестиций в основной капитал [3]. На 1 января 2013 г. количество зарегистрированных малых предприятий в целом по России увеличилось по сравнению с 1 января 2012 г. на 8,7 %. Среднесписочная численность занятых на малых предприятиях выросла всего на 0,6 %, а удельный вес работников малых предприятий в общей среднесписочной численности занятых достиг уровня 22,6 %. Объем оборота малых предприятий вырос на 3,8 % (с поправкой на индекс потребительских цен оборот, напротив, уменьшился на 2,4 %), рост инвестиций в основной капитал на малых предприятиях составил 20,9 % (с поправкой на индекс потребительских цен инвестиции в основной капитал выросли на 13,7 %). Итоги деятельности малых предприятий в 2012 г. в региональном разрезе можно рассматривать как позитивные. В 69 регионах увеличилось количество зарегистрированных малых предприятий в расчете на 100 000 жителей [3].

Одновременно с наметившейся положительной динамикой в развитии малого предпринимательства в России с начала 2000-х гг. четко прослеживается тенденция умирания малых и средних городов России. Практически каждый третий город с населением меньше 500 000 чел. рискует

превратиться в маленький поселок, своего рода «черную дыру», в которую как будто «проваливается» население, и где свертываются производства. На первый взгляд, такая ситуация может быть обусловлена сложившейся демографической ситуацией в нашей стране – естественной миграцией и явно выраженным старением населения. Аналогичные процессы можно наблюдать в развитых странах Европы и США. Однако эти процессы там не имеют такой угрожающей динамики, как в РФ. По данным Минрегионразвития, за последние 20 лет с карты страны оказались «стертыми» 23 000 населенных пункта – более чем по 1000 ежегодно [1]. Причины стремительного исчезновения российских городов кроются в отсутствии механизмов реализации стратегии развития российских городов. «Красивые» планы развития есть у каждого города и региона, однако в большинстве случаев они остаются только на бумаге. Лишь немногие населенные пункты действительно демонстрируют новые идеи по развитию производства и формирование новой социальной культуры воспроизводства населения [2].

Достаточна ли зафиксированная в последние годы предпринимательская активность населения для преодоления стагнации городов и регионов? Как отражается она на общем состоянии рынка труда?

Обзор состояния рынка труда в большинстве регионов показывает, что на настоящий момент, несмотря на возрастание предпринимательской активности, он не способен вобрать в себя имеющиеся на местах человеческие ресурсы в силу отсутствия необходимого количества рабочих мест. На многих промышленных предприятиях в настоящее время задействуются в смену всего лишь 18–20 чел. Технологические инновации, внедряемые на предприятиях и позволяющие им развиваться, также не увеличивают количества вакансий, так как реализуются в основном за счет автоматизации производственных процессов.

Надежды на крупных инвесторов, заинтересованных в создании новых производств одновременно с возникновением новых малых предприятий, вряд ли могут оправдаться. Опыт показывает, что подобные крупные производства на местах, представленные, как правило, приезжими временными управляющими, не заинтересованы инвестировать в развитие местного сообщества. Являясь важным элементом предпринимательской экосистемы, такие предприятия, тем не менее, не становятся активными субъектами бриджинговых социальных коммуникаций, поэтому не способны «вдохнуть жизнь» в социум.

В существующих условиях необходима новая экономика, способная обеспечить жизнеспособность малых городов и дотационных регионов. Такая экономика может создать условия для вовлечения в трудовую деятельность безграничного количества человеческих ресурсов. Произойти это может только за счет смещения акцента на сферу услуг и создание предприятий малого и среднего бизнеса с возможностью реализации небольших бизнес-проектов и работы на малых деньгах и малой прибыли.

Так, многие населенные пункты могли бы взять на себя функции агрокомплексов подобно тому, как это происходит в странах Европы: Германия известна своими марками пива, а Швейцария – сырами. Поддержка создания местных агропромышленных брендов неизбежно приведет к активизации социально-экономических процессов.

В качестве примеров успешного превращения умирающих российских городов в развивающиеся муниципальные образования приведем города Мышкин и Череповец. В первом по инициативе руководства народного музея началось движение в области геобрендинга, в результате чего город превратился в «Мекку» культурного туризма – за несколько лет там появились небольшие гостиничные комплексы, дома творчества для художников и писателей. Экскурсионные агентства включили посещение Мышкина в перечень своих услуг. Стартовал же проект с создания легенды об уникальности городка, расположенного в живописной местности, и организации продаж сувениров, изготовленных руками местных жителей. Череповец, известный ранее как город металлургов, сегодня по праву считается одним из самых динамично развивающихся городов Вологодской области и Северо-Западного региона России. Здесь сделана ставка на развитие культуры и образования, профилактической медицины. Улучшения в жизни населения связываются, в первую очередь, с созданием собственной стратегии поддержки малого предпринимательства и открытием инвестиционного агентства с целью реализации социально значимых проектов.

Условия, инициирующие развитие малого предпринимательства, создают конкуренцию человеческого капитала, что приводит при определенном уровне его накопления к положительным синергетическим эффектам в общественном развитии. Очевидно, что сегодня в российском обществе существует явный запрос на развитие предпринимательской активности. Более того, помня ст. 34 Конституции РФ, мы можем лишь подтвердить, что каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности.

Важнейшим компонентом предпринимательской экосистемы является система образования [7]. Сегодня во многих вузах активно поддерживаются предпринимательские идеи. У некоторых студентов, преподавателей, ученых уже имеется предпринимательский опыт. В настоящее время существует большое разнообразие источников финансирования бизнес-проектов, однако отсутствует экосистема. Все ее потенциальные элементы функционируют фрагментарно и несогласованно. Как показывают результаты зарубежных исследований, к одним из наиболее важных элементов предпринимательской экосистемы следует отнести предпринимательское сообщество и культуру – что, главным образом, отсутствует в российских университетах.

Обобщая вышесказанное, следует отметить, что предпринимательская (в том числе инновационная) экосистема университета предполагает интеграцию ее элементов (системы образования, научных исследований, развитой инфраструктуры, предпринимательского сообщества, культуры и политики), непрерывно взаимодействующих между собой и окружающей их средой таким образом, что эта совокупность сохраняется неопределенно долгое время и обеспечивает непрерывное развитие предпринимательства. При этом все элементы экосистемы находятся в постоянной взаимосвязи, и если один из ее элементов является слабым, то это сказывается на всей экосистеме. Управление предпринимательской экосистемой университета должно основываться на понимании ее свойств, к которым следует отнести *целостность, стратегическую направленность, сложность, синергичность и самоорганизованность*. Данные свойства должны быть отражены в определении понятия «предпринимательская экосистема», поскольку характеризуют его сущность. В связи с этим можно уточнить данное понятие следующим образом: *предпринимательская экосистема университета – это целостная сложная самоорганизующаяся система, возникающая на основе интеграции ее элементов, обеспечивающая достижение синергического эффекта от их объединения и имеющая стратегическую направленность*.

В настоящее время в российских вузах обучение предпринимательству реализуется, главным образом, через краткосрочные программы дополнительного образования. Также эти курсы доступны студентам всех программ обучения, имеющим интерес к предпринимательству. Есть определенные попытки включить в программы МВА (*Master of business Administration*) предпринимательские дисциплины. Наиболее системным может считаться появление в рамках существующих направлений ФГОС ВПО

«Менеджмент», «Экономика», «Инноватика», «Бизнес-информатика» таких профилей, как «Управление малым бизнесом», «Инновационное предпринимательство», «Электронный бизнес» и других подобных образовательных программ.

Анализ мирового опыта образования показывает, что сегодня наряду с включением предпринимательских дисциплин в традиционные программы обучения экономике и менеджменту активно реализуются специализированные программы по предпринимательству. Такие специализированные программы направлены на подготовку предпринимателей, способных эффективно управлять своим бизнесом и развивать его в условиях глобализации и динамично изменяющейся внешней среды. Зарубежные вузы реализуют как комплексную линейку программ от бакалавриата (основные и дополнительные модули) до докторантуры, так и отдельные программы по предпринимательству для всех желающих. Мировой опыт в области образования доказывает высокую значимость развития образовательных программ по предпринимательству для эффективного функционирования сектора малого и среднего бизнеса и развития инновационной экономики. Успешным результатом такого подхода по праву может рассматриваться динамика роста предпринимательской активности в США, где ежегодно создается почти 1 миллион новых предприятий и 85 % новых рабочих мест приходится на малый бизнес [7].

Российское общество неоднозначно относится к созданию предпринимательского образования. В ходе большого числа дискуссий по теме обучения предпринимательству выявился общественный стереотип: предпринимателями рождаются, а не становятся, и, значит, потенциальных предпринимателей достаточно обучить некоторым аспектам проектного менеджмента, бизнес-планирования и т. п. Как ни странно, данное утверждение часто произносится представителями венчурных фондов, которые сами являются успешными предпринимателями и смогли уже выделить часть накопленного капитала для поиска новых перспективных предпринимательских идей.

По нашему мнению, для многих начинающих предпринимателей вполне достаточно краткосрочных курсов обучения. Однако динамика роста малого бизнеса в России показывает, что существующего количества людей недостаточно, чтобы создать критическую массу и инициировать предпринимательскую активность для преодоления инертности в социуме и отрицательных тенденций в экономике РФ.

Результаты исследования проблем вовлечения населения Свердловской области в малый бизнес показывают, что желание заняться предпринимательской деятельностью зависит от возраста гражданина [5]. Стремление к созданию своего бизнеса у граждан в возрасте от 16 до 23 лет выше, чем у граждан других возрастных категорий. При этом, чем старше человек, тем меньше он хочет стать предпринимателем. Кроме того, следует отметить, что граждане возрастной категории от 16 до 23 лет (в отличие от граждан других возрастных категорий) среди основных проблем вовлечения в малый бизнес указывают отсутствие профессиональных навыков и знаний, а также невозможность развития определенных личностных качеств (прежде всего готовности идти на риск, уверенности в себе, а также изобретательности и творческого подхода). Это говорит о том, что в настоящее время у молодежи существует потребность в развитии своих предпринимательских профессиональных и личностных компетенций, которая не удовлетворяется университетами. Создание образовательных программ по предпринимательству для бакалавриата и магистратуры, использование новых образовательных форматов и методов обучения позволили бы сформировать сообщество высококвалифицированных социально ответственных предпринимателей. Предприниматели нового типа развивали бы предпринимательскую среду, повышали уровень предпринимательской культуры, выступая драйвером развития предпринимательской экосистемы как на уровне университетов в частности, так и на уровне региона и страны в целом.

С целью доказательства того, что предпринимательству можно обучить гораздо большее количество людей, достаточно раскрыть понятие «предпринимательство». Вслед за М. Моррисом будем определять предпринимательство как процесс создания ценностей благодаря нетрадиционному набору ресурсов, позволяющему воспользоваться благоприятной возможностью [7]. Рассматривая это определение подробно, сделаем акцент на ключевом слове – «процесс». Отсюда следует, что если предпринимательство – это процесс, то мы можем разложить его на составляющие, осознать сущность, формализовать и обучить этому других людей.

Следующий вопрос, который необходимо рассмотреть, связан с ключевыми компетенциями будущего предпринимателя и тем, что должно быть заложено в основу образования. Существующие близкие по проблематике программы на 1–2-х курсах предлагают изучение блоков гуманитарных, социальных, экономических и естественнонаучных дисциплин.

А дисциплины профессиональной направленности начинают изучаться, как правило, на старших курсах. Причем если изучаются такие популярные дисциплины, как «Стратегический менеджмент» или «Управление изменениями в организации», то в основе курса лежит предположение, что организация уже существует и ей надо лишь помочь выйти на новую траекторию развития. В этом случае даже вкупе с предыдущими, преимущественно теоретическими, курсами студенты не обретают практических навыков, необходимых для самостоятельного создания и ведения бизнеса. Например, исследование мнений студентов Уральского государственного университета (который сегодня входит в состав Уральского федерального университета – УрФУ), показало, что на первом курсе горят желанием создать свой собственный бизнес до 90 % респондентов, а к 4–5-му курсу количество таких студентов снижается в разы [4].

Также результаты экспериментов показали, что применение инновационных педагогических методик при формировании предпринимательских компетенций стимулирует развитие инновационного мышления, существенно повышает энергопотенциал и креативность студентов, способствует изучению специальных дисциплин и вовлечению в создание малых бизнес-проектов. Также участники экспериментов отметили осознанное стремление к проектированию траектории профессионального и личного роста, посредством которой, по их мнению, можно стать гармонично развитой личностью [6].

Результаты исследований позволили сконструировать компетентностную модель предпринимателя. Основные модули компетенций в их взаимосвязи приведены на рисунке.



Взаимосвязь модулей предпринимательских компетенций

Ниже перечислены некоторые основные компетенции предпринимателя, необходимые ему для генерации бизнеса и социальных инициатив:

- умение распознать перспективу;
- умение оценить перспективу;
- творческий подход;
- умение привлекать ресурсы;
- «партизанские» навыки;
- навыки минимизации и управления риском;
- умение планировать при минимальном объеме информации;
- новаторство и навыки выработки практических идей;
- навыки построения социальных сетей и управления ими;
- умение держаться цели и адаптироваться к меняющимся условиям;
- умение взаимодействовать.

Формирование вышеперечисленных компетенций должно начинаться в самом начале обучения, еще на 1-м курсе. Прежде всего, акцент должен быть поставлен на развитии эмоционального интеллекта. В качестве дисциплин, формирующих требуемые компетенции, назовем следующие:

- Введение в предпринимательство;
- Распознавание возможностей;
- Развитие креативности;
- Коммерческое право и предпринимательство;
- Консультирование по создаваемым предприятиям;
- Экономика предпринимательства и инноваций;
- Предпринимательский маркетинг;
- Социальное предпринимательство;
- Дилеммы и споры в предпринимательстве;
- Развитие семейных и малых предприятий;
- Корпоративное предпринимательство;
- Разработка новой продукции;
- Стратегии партизанского маркетинга для малых предприятий;
- Предпринимательский практикум;
- Предпринимательство и новые технологии.

Результаты исследований в области предпринимательского образования позволяют утверждать, что запросы рынка труда существенно превышают возможности университетов по подготовке предпринимателей. Только специализированная, практико-ориентированная предпринимательская среда

университета способна инициировать развитие предпринимательской экосистемы региона, которая, в свою очередь, создаст условия для динамичного развития и повышения конкурентоспособности российских городов и регионов в условиях знаниевой экономики постиндустриального общества.

Библиографический список

1. *В России умирают города* [Электронный ресурс] // Трудовая Россия. 2012. № 18 (386). Режим доступа: <http://tr.rkrp-rpk.ru/get.php?4339>.

2. *Глазычев В. Л.* Город, где хочется жить / В. Л. Глазычев // Harvard Business Review – Россия. 2011. № 5. С. 87–91.

3. *Динамика развития* малого предпринимательства в регионах России в 2012 году: ежеквартальный информационно-аналитический доклад (апрель 2013 г.) / Нац. ин-т систем. исслед. пробл. предпринимательства. Москва, 2013. 35 с.

4. *Иванова А. В.* Студенческое предпринимательство в Уральском государственном университете: условия развития и потенциал / А. В. Иванова // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 3 (67). С. 21–27.

5. *Мониторинг* динамики показателей развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области [Электронный ресурс] / Изучение проблем малого и среднего бизнеса в Свердловской области: аналитический отчет (Екатеринбург, 2011 г.). Режим доступа: http://uralonline.ru/analiz_i_monitoring.

6. *Технологии* качества жизни [Электронный ресурс]: блог Виталия Копнова // Live Journal. Режим доступа: <http://kopnov.livejournal.com/>.

7. *Morris M. H.* Corporate Entrepreneurship and Innovation / M. H. Morris, D. F. Kuratko, J. G. Covin. Mason: South-Western, 2011. 471 p.

М. Ю. Куприков

СЕТЕВАЯ КАФЕДРА КАК СИСТЕМНЫЙ ИНТЕГРАТОР КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ

Принципиальным отличием кадрового потенциала России XXI в. является востребованность на мировом рынке. Такие процессы, как вхождение в ВТО и участие в международных проектах, определили новые требования к компетентностной модели специалиста наукоемкого машиностроения, но, к сожалению, не отменили старые. Мир без границ стал реальностью.