

стрирует положительные результаты: повышается лояльность студентов и удовлетворенность курсом.

Список использованных источников

1. Поколение Z: 16 особенностей людей, о которых вы ничего не знали [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/pokolenie-z/>. – Дата доступа: 19.02.2020.

УДК 330.190.2

Е. В. Ялунер

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия, yaluner@yandex.ru*

РОЛЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЩЕСТВЕ

Вопросы формирования предпринимательской культуры в обществе являются залогом эффективного социально-экономического развития в стране. Рассматриваются актуальность проблемы и возможности применения вузами инновационных методов для решения данной задачи.

Ключевые слова: *предпринимательская культура, институциональные основы поддержки предпринимательства, академическое предпринимательство, инновационные методы образования*

E. Yaluner

*St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia,
St. Petersburg, Russia, yaluner@yandex.ru*

ROLE OF UNIVERSITIES IN THE FORMATION OF ENTREPRENEURIAL CULTURE IN SOCIETY

The issues of forming an entrepreneurial culture in society are the key to effective social and economic development in the country. The urgency of the problem and the possibility of universities using innovative methods to solve this problem are considered.

Keywords: *entrepreneurial culture, institutional foundations of entrepreneurship support, academic entrepreneurship, innovative methods of education*

В настоящее время программы развития предпринимательства и малого бизнеса зачастую направлены на формирование у молодых людей не соответствующего действительности, искаженного представления о том, что предпринимателем может стать любой человек и, не имея достаточного опыта работы, создать свой бизнес с нуля. Результатом становится кредитная зависимость или разорение созданного бизнеса, потеря веры в собственные силы и, что является самым неэффективным для государства, потеря средств в виде инвестиций и субсидий на осуществление наспех созданных бизнес-планов. В связи с этим одним из факторов формирования устойчивого среднего слоя предпринимателей в стране является четкая, грамотно составленная и планомерно проводимая работа по постепенному вовлечению молодых людей, еще подростков, в трудовую и предпринимательскую деятельность.

Только в этом случае у них появится понимание значения и стоимости труда, будут освоены принципы работы в коллективе (проектная и командная работа), причем не в форме «деловой игры» или «проектного офиса» (как стало очень модным в настоящее время в вузах и, соответственно, как 20 лет назад с созданием бизнес-инкубаторов) извратило само понятие проектной работы, основанной на запросах реального рынка. Иными словами, понимание бизнес-процессов подростками будет происходить в соответствии с условиями реальной жизни, что, несомненно, в разы снизит количество созданных бизнесов, но даст возможность продлить жизненный цикл существующих. Такая работа является частью формирования в обществе «предпринимательской культуры», без которой невозможно не только конкурентоспособность нашего бизнеса на мировом рынке, но и ведение бизнеса внутри страны. Одними лозунгами по «пропаганде» и «обучению» сформировать предпринимательскую культуру вряд ли удастся. В обществе должны быть приняты понятные и прозрачные модели поведения, такое понятие, как «деловая репутация», должно наполниться реальным смыслом, что должно в свою очередь развить социальную ответственность предпринимателя, его добросовестное поведение в отношении с клиентами, контрагентами, государством. Отметим, что именно социальное предпринимательство в последнее время интенсивно развивается, что представляет интерес как для потенциальных потребителей, так и для потенциальных предпринимателей [1]. Возможно, российским вузам стоит уделять более пристальное внимание данному направлению, применяя возможности обучения с подключением экспертного сообщества, общественных организаций, союза профессиональной аккредитации.

К сожалению, в настоящее время институциональные основы государственной инфраструктуры поддержки предпринимательства, куда включены и вузы, способствуют данным процессам слабо. Зачастую предприниматели думают о сиюминутной выгоде, живут одним днем, не принимают культуру ведения бизнеса, без чего невозможно выстроить долгосрочные стратегии развития. Это происходит потому, что, с одной стороны, недостаточно обеспечена защита прав предпринимателей, а с другой, в вузах обучение основам предпринимательства сводится к формальному ознакомлению студентов с теоретическим курсом по данному предмету. В результате так и остается нерешенной задача вузов как по выявлению талантливых и перспективных молодых людей, способных сгенерировать новую идею, дать толчок развитию экономики и общества, так и по подготовке специалистов, обученных командной работе по обеспечению функционирования бизнеса отдельного предпринимателя.

Согласно проведенным исследованиям, только 5 % населения имеют склонность к предпринимательству. Какие же методики следует применять вузу для раскрытия предпринимательского потенциала, каким образом способствовать созданию среднего слоя, являющегося основой стабильной экономики страны? Что значит академическое предпринимательство – база для создания новых стартапов или подготовка квалифицированных специалистов для поддержки предпринимательских проектов? Сегодня уже ясно, что просто научить студента составлять бизнес-план и проводить грамотные финансовые расчеты своего проекта недостаточно для создания своего бизнеса. Вопросы о роли и месте вуза в формировании предпринимательской культуры в обществе в настоящее время все чаще являются предметом дискуссий предпринимательского и бизнес-сообществ.

Несомненно, что основная роль будет отводиться применению инновационных моделей и технологий образования. От эффективности их использования будет зависеть, в силах ли университет осуществлять генерацию идей и генерацию знаний. Важно, чтобы студенты

учились не по стандартному плану, а самостоятельно выбирали свои траектории, становились ответственными за этот выбор, ориентируясь на ценностные и культурные компетенции, накопленные в стране в настоящее время.

Таким образом, задачей вузов является отбор 5 % потенциальных предпринимателей, способных генерировать идеи, погрузив их в особую познавательную среду, подготовка как людей, обладающих критическим мышлением, широкими знаниями и желанием решать сложные проблемы. Именно такие люди в будущем станут лидерами в разных областях, включая предпринимательскую деятельность.

Применительно к университетам просматриваются три уровня такой подготовки предпринимателей. Первый – создание в вузе общей среды (на факультетах, образовательных направлениях и т. д.), мотивирующей интерес студентов к предпринимательству как таковому и их выбор этого вида деятельности как будущей профессии.

Второй – создание совместно с партнерскими бизнес-компаниями специальной среды для формирования у студентов собственных предпринимательских навыков. Речь в данном случае идет не о простых деловых играх или создании проектных офисов, оторванных от реальной практики, а о включении студентов в реальные бизнес-процессы, что даст возможность изучить и осознать все риски внешней и внутренней среды. Такая практика погруженного обучения в свою очередь поможет молодым людям более осознанно подходить к изучению теоретических курсов.

Третий – создание университетской экосистемы с масштабной предпринимательской инфраструктурой, включающей в себя условия для построения реальных стартапов. Но для всего этого должна измениться система управления вузами [2].

Список использованных источников

1. *Гашко, Д. В.* Социальное благополучие предпринимателя как фактор развития благополучия страны / Д. В. Гашко, И. Ю. Левитина // Актуальные проблемы бизнес-образования : XVIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 апр. 2019 г. : сб. ст. / редкол.: П. И. Бригадин [и др.] – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2019. – С. 127–129.

2. *Ялунер, Е. В.* Вопросы поиска новых форм подготовки предпринимателей в условиях трансформации бизнес-среды / Е. В. Ялунер // Актуальные проблемы бизнес-образования : XVIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 апр. 2019 г. : сб. ст. / редкол.: П. И. Бригадин [и др.] – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2019. – С. 274–277.

УДК 378.147-027.63

А. О. Ярошевич

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, bsu@writeme.com

ЭВРИСТИЧЕСКОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

Обосновывается актуальность применения эвристических методов в бизнес-образовании. Приводится методика организации эвристического обучения при подготовке специалиста в сфере бизнеса.

Ключевые слова: эвристика, эвристическое обучение, инновации, эвристические проекты, личностно-ориентированное обучение