

DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-108-115

Ценностный подход к онлайн-обучению предпринимательству по программам колледжа и бакалавриата в России

А. И. Коваленко^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* alkovalenko@synergy.ru

Аннотация. В статье раскрыты особенности преподавания курсов по предпринимательству в соответствии с нормативно-правовым и методологическим обеспечением российской образовательной системы, где предпринимательство не признается отдельным направлением профессиональной деятельности. Автор предлагает возможное объяснение этой ситуации, ориентируясь на принципы моделирования программ профессионального образования. В статье он раскрывает отличие управления и предпринимательства, а также программ обучения по «Менеджменту» и «Предпринимательству». Автор рекомендует утвердить «Предпринимательство» в качестве самостоятельного направления профессиональной подготовки. Ключевой подход к поведению преподавателя в образовательном процессе раскрывается в статье с использованием концепции ценности, используемой в предпринимательстве. Подход преподавателя к обучению на основании ценности заключается в том, чтобы предоставить обучающемуся в опыте обучения больше ценности, чем стоимость обучения для обучающегося. Такая концепция противоположна тактике бизнеса по сокращению издержек. В статье раскрываются ключевые отличия данных подходов: масштаб прироста ценности, горизонт планирования. Отдельно в статье раскрывает проблематика трансформации образования, связанная с развитием цифровой среды. Произошло снижение ценности знаний и повышение ценности умений и навыков. Отсюда вывод, что для реализации отдельных программ обучения предпринимательству в образовательном процессе нужно больше внимания уделять практическим занятиям, а все лекционные материалы оставлять на самостоятельную подготовку учащегося по открытым источникам и рекомендованной литературе. Автор делится собственным опытом преподавания курсов предпринимательства по программам бакалавриата и колледжа в РФ. Отдельные практические советы по организации и проведению онлайн-занятий, помогут преподавателям, сталкивающимся с теми же типами задач, то есть, например, преподавателям, реализующим обучение через онлайн-средства, в соответствии с нормативно-правовым и методологическим обеспечением российской образовательной системы.

Ключевые слова: обучение предпринимательству, онлайн-обучение, ценностный подход, профессиональное образование

Для цитирования: Коваленко А. И. Ценностный подход к онлайн-обучению предпринимательству по программам колледжа и бакалавриата в России // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 1. С. 108–115. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-108-115

A value-based approach to online entrepreneurship education in college and undergraduate programs in Russia

A. Kovalenko^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* alkovalenko@synergy.ru

Abstract. The article reveals the features of teaching courses on entrepreneurship, in accordance with the regulatory and methodological support of the Russian educational system, where entrepreneurship is not recognized as a separate area of professional activity. The author offers a possible explanation for this situation, focusing on the principles of modeling vocational education programs. The article reveals the difference between management and entrepreneurship, as well as training programs for "Management" and "Entrepreneurship". The author recommends to approve "Entrepreneurship" as a separate and independent direction of professional training. The key approach to teacher behavior in the educational process is revealed in the article using the concept of value used in entrepreneurship. The teacher's value-based learning approach is to provide the learner with more value in the learning experience than the cost of the learning to the learner. This concept is the opposite of cost-cutting business tactics. Separately, the article reveals the problems of education transformation associated with the development of the digital environment. There is a decrease in the value of knowledge and an increase in the value of skills and abilities. For the implementation of entrepreneurship teaching programs in the educational process, more attention should be paid to practical exercises. Author shares his own experience in teaching entrepreneurship courses for bachelor and college programs in the Russian Federation. Separate practical tips for organizing and conducting online classes will help teachers, who face the same types of tasks, that is, for example, teachers, who implement disciplines through online means in accordance with the regulatory and methodological support of the Russian educational system.

Keywords: entrepreneurship education, online education, value-based approach, Russian professional education system

For citation: Kovalenko A. A value-based approach to online entrepreneurship education in college and undergraduate programs in Russia. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.1, pp.108-115 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-108-115

Введение

С обучением предпринимательству в России сложился известный парадокс [1–3].

Предпринимателей определяют как людей, которые работают за нефиксированную ставку и которых объединяет необходимость брать на себя риск [4].

Предпринимательская деятельность является источником любой хозяйственной деятельности, создающей ценность, а пред-

принимательство – инициативой по созданию бизнеса, предлагающего рынку труда рабочие места [5].

Поэтому в паре «работодатель – профессиональный работник» предприниматель часто выступает со стороны работодателя, а не профессионального работника [6].

При этом занятие предпринимательством предполагает наличие определенных знаний, умений, навыков, компетенции и готовности [7, 8]. Занятию предпринимательской деятельности можно обучить

в рамках программ профессионального образования. С этой целью приказом № 1580 от 25 декабря 2020 г. Министерство науки и высшего образования РФ создало на базе Университета «Синергия» федеральную инновационную площадку, реализующую федеральный инновационный образовательный проект «Модель инновационной системы непрерывного предпринимательского образования в образовательной организации высшего образования Российской Федерации». Целями проекта является раскрытие содержания знаний и умений, необходимых для реализации функций, присущих предпринимательству как виду профессиональной деятельности, на основе достигнутых результатов обучения предпринимательству.

Ориентируясь на принципы моделирования программ профессионального образования, можно утверждать, что нет того лица, который бы принял результат такого профессионального обучения в качестве работодателя, потому что для предпринимателей не существует работодателей, который ждут их выпуска и готовы принять их на работу [1–3]. У предпринимателей по сути не должно быть проблем с трудоустройством, потому что они создают бизнесы – организационно-правовые формы собственной хозяйственной деятельности.

Получается, что при реализации программ предпринимательского обучения мы готовим квалифицированного специалиста – профессионального предпринимателя, при том что он не будет занимать рабочее место, он будет создавать новые рабочие места.

Можно сказать, что предпринимательство является мета-профессией, то есть профессией, порождающей компетенции и рабочие места для других профессий.

Сегодня в Российской Федерации предпринимательство не является направлением профессиональной подготовки, в отличие, например, от менеджмента, считающегося отдельным направлением профессиональной деятельности.

Одна из первых вещей, которую узнают учащиеся по программам предпринимательского обучения в университете «Синергия», – это отличие предпринимательства от менеджмента. Можно сказать, что те, кто обучает предпринимателей, обучает работодателей для менеджеров. Автор статьи обычно проводит аналогию с двумя гонками: «Париж–Дакар» и «Леман». Гонка «Париж–Дакар» представляет собой длинную поездку с известным конечным пунктом, но неизвестным маршрутом. Гонка «Леман» – это накручивание одного и того же трека 24 часа. Предприниматель создает бизнес модель (прокладывает маршрут) и передает ее в оперативное управление менеджеру (на самый быстрый круг).

Для педагогов предпринимательства очевидна разница между предпринимательством и управлением как практикой, а также между теорией предпринимательства и теорией менеджмента [5, 9]. Тем не менее в настоящее время в РФ профессиональное обучение предпринимательству не имеет самостоятельного направления подготовки и происходит в рамках программ «Менеджмента» для бакалавриата и «Коммерции» для колледжа. Автору статьи как педагогу предпринимательства бывает очень сложно объяснить учащимся, почему такое важное направление деятельности не имеет собственного направления профессиональной подготовки. (Выше была изложена одна из возможных причин, почему это произошло.)

С учетом серьезных различий программ обучения по «Менеджменту» и по «Предпринимательству» рекомендуется утвердить «Предпринимательство» в качестве отдельного и самостоятельного направления профессиональной подготовки.

Ценность и издержки

Важно понимать, что когда речь идет об образовательных услугах, то есть доверительном благе, возможны два способа ведения образовательного бизнеса. Один из них

основан на снижении затрат, а другой – на предоставлении большей ценности.

Прежде всего нужно раскрыть понятие «ценности», которое активно используется в обучении предпринимательству. Проблема в том, что английский термин «value» можно переводить и как «ценность», и как «стоимость».

Всем педагогам предпринимательства известно, что концепция ценности лежит в основе идеи бизнеса, предпринимательской деятельности, а также является ключевым двигателем проектирования бизнес-процессов и бизнес-моделей [5].

Идея заключается в том, что бизнес, в том числе образовательный, существует для того, чтобы создавать и предоставлять клиенту ценность. Доставка ценности до клиента, естественно, проявляется в формировании у клиента желания отблагодарить или заплатить. Чем больше ценности до клиента было доставлено и им получено, тем больше у него возникает желание платить (WTP – will to pay). Соответственно, желание платить отражается в спросе, то есть в цене товара, продукта, сервиса.

В отношении доверительных благ концепция ценности противоположна идее, связанной со снижением издержек. Ценностно-ориентированный подход к обучению, как и к предпринимательству, больше ориентирован на возможности, чем на существующие ресурсы.

Подход преподавателя к обучению на основании ценности заключается в том, чтобы предоставить обучающемуся в опыте обучения больше ценности, чем стоимость обучения для обучающегося. Такая концепция противоположна тактике бизнеса по сокращению издержек.

Концепция формирования прибыли бизнеса за счет сокращения издержек предусматривает, что цена задана, оплачена клиентом, и дальше организация пытается сэкономить на предоставлении клиенту соответствующих услуг. Например, использовать более дешевые ресурсы, в том числе человеческие.

Важно понимать отличия в отношении в самой философии, в самой структуре организации курсов и в подходе к обучению. Эти два подхода имеют несколько ключевых отличий, например, масштаб прироста ценности, горизонт планирования.

При реализации подхода, сфокусированном на снижении издержек, важно понимать, что прирост ценности для вуза ограничен. Масштаб прироста ценности для вуза в таком подходе имеет пределы. Вуз не может сокращать издержки образовательного процесса до бесконечности. То есть потенциал данного подхода ограничивается именно ценой образовательных услуг, приобретенных клиентом. Максимальная ценность, которую может себе перераспределить вуз, будет, если оказывать образовательные услуги при нулевых предельных издержках, тогда вся цена переходит полностью в ценность образовательной услуги для вуза, то есть в получаемое вузом вознаграждение.

С другой стороны, с точки зрения ценностного подхода, ключевым моментом является нахождение разных способов освоения ценности вузом. То есть, вуз может предложить обучающемуся несколько разных форм выражения благодарности или оплаты, возмещения той ценности образования, которую обучающийся ощущает или будет чувствовать в будущем как освоенную. При этом потенциал переданной обучающемуся ценности безграничен. Обучающийся может очень высоко оценивать тот опыт обучения, который он получил в этом вузе, и чувствовать, что он никогда не сможет справедливо отблагодарить вуз за это. Таким образом, ценностно-ориентированный подход имеет долгосрочный горизонт планирования по сравнению с краткосрочным периодом планирования в подходе, сфокусированном на издержках.

Подход, связанный со снижением себестоимости образовательных услуг, в реализации вузами приводит к снижению заработной платы преподавателей. Вузы ориентируются на приглашение на работу преподавателей,

согласных на маленькую заработную плату. Такие преподаватели, в свою очередь, соотносят получаемое вознаграждение со своим вкладом в процесс обучения. И учащиеся встречаются в аудитории с преподавателем, который экономит силы, закрыт эмоционально, не готов делиться знаниями и материалами. В этом смысле средняя заработная плата профессорско-преподавательского состава является важным индикатором конкурентоспособности образовательной деятельности вуза [10–12].

Проблемы обучения в цифровую эпоху

Развитие информационно-телекоммуникационных технологий создало цифровую среду, которая сделала любую информацию и любое знание доступным учащемуся на расстоянии одного клика, одного запроса в поисковике [13]. Ценность знаний снизилась, повысилась ценность умения получать знания. Снизилась ценность преподавателя как носителя знаний, но повысилась ценность преподавателя как методолога, способного обучить что и как делать. Значение имеет только то знание, которое необходимо для решения задачи. Поэтому любое теоретическое знание преподавателю необходимо связывать с решением практических задач, чтобы оно приобрело значение для обучающихся.

У обучающихся есть интернет, в котором имеются все знания мира. Поэтому в качестве обобщающего паттерна можно утверждать, что «чему бы мы не обучали в цифровую эпоху, мы тренируем у обучающихся способность быстро находить информацию и умение правильно ее применять».

Следовательно, для реализации отдельных программ обучения предпринимательству в образовательном процессе нужно больше внимания уделять практическим занятиям, а все лекционные материалы оставлять на самостоятельную подготовку учащихся по открытым источникам и рекомендо-

ванной литературе [14]. Учебные, лекционные материалы, как правило, сильно не меняются в зависимости от групп.

Отдельно надо отметить, что нигде преподаватель не выгорает так сильно, как на повторении лекции, на необходимости еще раз рассказать то, что он лишь недавно рассказывал другим студентам. Это значит, что одной и той же группе можно показать запись лекции, а не заставлять лектора читать каждой группе одну и ту же лекцию. Раньше для этих целей использовали огромные залы аудиторий, в которые на лекции сводились все группы потока, а сегодня на помощь приходит интернет.

В настоящее время глобальная сеть переполнена открытыми онлайн-курсами, а также отдельными лекциями и семинарами. По любой дидактической единице можно найти несколько роликов на YouTube. По форме сегодня учебные материалы могут выражаться в наборе ссылок.

Активное онлайн-взаимодействие с преподавателем обучающемуся необходимо именно в процессе решения им конкретной задачи [15]. Строго говоря, сегодня многие лекции проходят в форме постановки задачи и разбора примера ее решения.

Заключение¹

«Чем больше вы двигаетесь, тем лучше» – это правило для аудиторного занятия успешно работает и в онлайн-мероприятии. Несмотря на то что вы общаетесь с обучающимися через камеру и монитор, для инициирования обратной связи нужно активно шевелиться, двигаться, иногда даже махать руками.

Какая бы ни была форма проведения занятия (в том числе лекция), необходимо задавать вопросы учащимся и инициировать их обратную связь. По мнению автора статьи, это оптимально делать каждые 15–20 минут.

¹ В заключении изложены практические советы исходя из опыта онлайн-обучения автора статьи.

Обычно в презентации к лекции у него каждый пятый слайд презентации – это задание с вариантами ответов или без. Это не вопросы, которые дают учащимся заработать баллы, это пункты проверки знаний.

Онлайн-взаимодействие на семинаре или ситуационном практикуме происходит так же, как на любом вебинаре: преподаватель задает вопросы устно – просит написать ответ в чате – читает чат и комментирует ответы.

Если допустить возможность ответов студентов вслух, тогда каждый наперебой будет что-то говорить, а если перед преподавателем 20 экранов, он не успевает уследить за всеми. В чате все ответы моментально записываются, и сразу понятно, кто и что отвечает и в какую секунду вебинара.

Главные опасения онлайн-обучения: у студентов есть интернет и секретный общий чат. Чтобы избежать списывания пра-

вильных ответов, преподаватель задает вопросы с примерами. И примеры не могут быть одинаковыми.

Без активной работы с чатом не может обойтись ни одно семинарское занятие, ни один ситуационный практикум.

Нужно дать понять учащимся, что включенная камера – это признак уважения и доверия. Следует всегда просить включить камеру, для того чтобы преподаватель смог посмотреть в их честные глаза. Однако автор статьи столкнулся с тем, что обязательное условие о включенной камере на экзамене приводит к большому количеству автоматических направлений на пересдачу.

При включенном у учащегося микрофоне могут возникать фоновые шумы, автоматическое включение микрофона может привести к появлению эхо и других посторонних шумов. Поэтому надо просить учащихся писать в чат с выключенным микрофоном.

Список литературы

1. Рубин Ю. Б. Высшее предпринимательское образование в России: диагностика проблемы // Высшее образование в России. 2015. № 11. С. 5–17.
2. Коваленко А. И. Современное состояние системы обучения предпринимательству в России (по итогам ежегодной конференции РАОП) // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 2 (68) – 3 (69). С. 73–82.
3. Коваленко А. И. О ключевых задачах проектирования системы обучения предпринимательству: идеи и сюжеты III конференции РАОП // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 6 (54). С. 63–80.
4. Passaro R., Quinto I., Thomas A. The impact of higher education on entrepreneurial intention and human capital // Journal of Intellectual Capital. 2018. Vol. 19. No. 1. P. 135–156. DOI: 10.1108/JIC-04-2017-0056.
5. Drucker P. F. Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. – Perennial Library edition. New York: Harper & Row, 1986. – 288 p.
6. Коваленко А. И., Зарецких С. А. Дискуссия о профессионально-ориентированном подходе к предпринимательству // Современная конкуренция. 2012. Т. 6. № 3 (33). С. 3–8.
7. Рубин Ю. Б. Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата // Высшее образование в России. 2016. № 1. С. 7–21.
8. Lee Y., Kreiser P., Wrede A. H., Kogelen S. Examining the role of university education in influencing the development of student's entrepreneurship capabilities // Annals of entrepreneurship education and pedagogy – 2018. P. 134–161. DOI: 10.4337/9781788114950.00016.
9. Kirkwood Jodyanne J. Motivational Factors in a Push–Pull Theory of Entrepreneurship // Gender in Management. 2009. Vol. 24. No. 5. P. 346–364. DOI: 10.1108/17542410910968805.
10. Musselin C. New forms of competition in higher education // Socio-Economic Review. 2018. No. 16 (3). P. 657–683. DOI: 10.1093/ser/mwy033.
11. Васильев А. И. Конкурентоспособность вуза в свете теории конкуренции и норм российского законодательства // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 6 (66). С. 122–134.
12. Рубин Ю. Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности российского образования // Высшее образование в России. 2007. № 1. С. 26–43.
13. Kaplan A. M., Haenlein M. Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the Cookie Monster // Business Horizons. 2016. Vol. 59. No. 4. P. 441–450. DOI: 10.1016/j.bushor.2016.03.008.

14. Heidi M. Neck, Patricia G. Greene, Candida G. Brush. Practice-based entrepreneurship education using actionable theory // *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* – 2014. P. 3–20. DOI: 10.4337/9781783471454.00008.
15. Nabi G., Liñán F., Fayolle A., Krueger N., Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda // *Academy of Management Learning & Education*. 2017. Vol. 16. No. 2. P. 277–299. DOI: 10.5465/amle.2015.0026.

Сведения об авторе

Коваленко А. И., ORCID 0000-0003-3131-6107, канд. экон. наук, доцент, кафедра теории и практики конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, alkovalenko@synergy.ru

Поддержка исследований

Статья подготовлена в рамках Федерального инновационного образовательного проекта «Модель инновационной системы непрерывного предпринимательского образования в образовательной организации высшего образования Российской Федерации» федеральной инновационной площадки на базе Университета «Синергия».

Статья поступила 11.01.2021, рассмотрена 22.01.2021, принята 05.02.2021

References

1. Rubin Yu. B. Entrepreneurship education in Russia: diagnosis of the problem. *Vysshee obrazovanie v Rossii*=Higher Education in Russia, 2015, no.11, pp.5-17 (in Russian).
2. Kovalenko A. The current state of Russian entrepreneurship education. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2018, vol.12, no.2(68)-3(69), pp.73-82 (in Russian).
3. Kovalenko A. The design challenges for Russian entrepreneurship education system. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2015, vol.9, no.6(54), pp.63-80 (in Russian).
4. Passaro R., Quinto I., Thomas A. The impact of higher education on entrepreneurial intention and human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2018, vol.19, no.1, pp.135-156. DOI: 10.1108/JIC-04-2017-0056.
5. Drucker P. F. *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Perennial Library edition. New York, Harper & Row, 1986, 288 p.
6. Kovalenko A. I., Zaretskyh S. A. Discussion of professional-oriented approach to entrepreneurship. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2012, vol.6, no.3(33), pp.3-8 (in Russian).
7. Rubin Yu. Creation of graduate's entrepreneurial competencies within the educational area of baccalaureate. *Vysshee obrazovanie v Rossii*=Higher Education in Russia, 2016, no.1, pp.7-21 (in Russian).
8. Lee Y., Kreiser P., Wrede A.H., Kogelen S. Examining the role of university education in influencing the development of student's entrepreneurship capabilities. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* - 2018, pp.134-161. DOI: 10.4337/9781788114950.00016.
9. Kirkwood Jodyanne J. Motivational Factors in a Push–Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management*, 2009, vol.24, no.5, pp.346-364. DOI: 10.1108/17542410910968805.
10. Musselin C. New forms of competition in higher education. *Socio-Economic Review*, 2018, no.16(3), pp.657-683. DOI: 10.1093/ser/mwy033.
11. Vasilev A. I. Competitiveness of the university in the light of competition theory and Russian legislation. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2017, vol.11, no.6(66), pp.122-134 (in Russian).
12. Rubin Yu. B. *Teoriya konkurentsii i zadachi povysheniya konkurentosposobnosti rossiiskogo obrazovaniya* [Theory of competition and the tasks of increasing the competitiveness of Russian education]. *Vysshee obrazovanie v Rossii*=Higher Education in Russia, 2007, no.1, pp.26-43.
13. Kaplan A. M., Haenlein M. Higher education and the digital revolution: About MOOCs, SPOCs, social media, and the Cookie Monster. *Business Horizons*, 2016, vol.59, no.4, pp.441-450. DOI: 10.1016/j.bushor.2016.03.008.
14. Heidi M. Neck, Patricia G. Greene, Candida G. Brush. Practice-based entrepreneurship education using actionable theory. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* - 2014, pp.3-20. DOI: 10.4337/9781783471454.00008.
15. Nabi G., Liñán F., Fayolle A., Krueger N., Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 2017, no.16(2), pp.277-299. DOI: 10.5465/amle.2015.0026.

About the author

Alexander I. Kovalenko, ORCID 0000-0003-3131-6107, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Theory and Practice of Competition Department, Synergy University, Moscow, Russian, alkovalenko@synergy.ru

Acknowledgements

The article was prepared within the framework of the Federal innovative educational project “Model of an innovative system of continuous entrepreneurial education in the educational organization of higher education in the Russian Federation” on the federal innovation platform, based in the Synergy University.

Received 11.01.2021, reviewed 22.01.2021, accepted 05.02.2021