



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Е.Ю. Ливенцова, И.Ю. Малкова,
К.И. Буякова, О.Г. Масленникова**

**Социально-предпринимательская
компетентность: содержание, практика
формирования в образовании**

Учебное пособие

Томск
Издательство Томского государственного университета
2023

УДК 378.1
ББК 74.04(2Рос)
Л55

**Ливенцова Е.Ю., Малкова И.Ю., Буякова К.И.,
Л55 Масленникова О.Г.** Социально-предпринимательская
компетентность: содержание, практика формирования в
образовании : учеб. пособие. – Томск : Издательство
Томского государственного университета, 2023. – 92 с.
ISBN 978-5-907722-32-3

В учебном пособии рассматриваются теоретико-методологические и методические системы знаний о социальном предпринимательстве и компетентности социально-предпринимательской деятельности как основы для развития и повышения качества образования в условиях открытого образовательного пространства вуза.

Пособие соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 39.03.03 «Организация работы с молодежью». Пособие рекомендовано в рамках изучения таких дисциплин как «Социальное предпринимательство», «Технологии вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность», «Социальные технологии работы с молодежью». Пособие может быть использовано в рамках курсов повышения квалификации психолого-педагогических кадров,

УДК 378.1
ББК 74.04(2Рос)

Рецензенты:

доктор педагогических наук, доцент *Е.Е. Сартакова*;
кандидат педагогических наук, доцент *О.В. Цигулева*;
кандидат философских наук, доцент *Е.Г. Сырямкина*

© Томский государственный университет, 2023
© Ливенцова Е.Ю., Малкова И.Ю.,
Буякова К.И., Масленникова О.Г., 2023
ISBN 978-5-907722-32-3

Оглавление

Предисловие	5
1. Социально-предпринимательская компетентность: теоретические основы формирования	6
1.1. Государственная политика в сфере социального предпринимательства	6
Литература	12
1.2. Социально-предпринимательская деятельность: предпосылки развития в образовательных практиках	13
Литература	17
1.3. Субъектные характеристики социального предпринимательства	18
Литература	23
1.4. Содержание социально-предпринимательской компетентности как образовательного результата	24
Литература	33
1.5. Организационно-педагогические условия формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся	35
Литература	40
Вопросы и задания	40
2. Методические основы формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся	42
2.1. Создание в образовательном пространстве современного университета субъекта, отвечающего за поэтапное формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся	42
Литература	51

2.2. Программа педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся: опыт реализации	52
Литература	64
2.3. Диагностика сформированности социально-предпринимательской компетентности	65
Вопросы и задания	71
Литература	72
3. Образовательный потенциал технологии «Социальный акселератор» для развития социально-предпринимательской компетентности обучающихся	73
<i>Приложение</i>	<i>83</i>

Предисловие

Данное пособие адресовано студентам, обучающимся по направлению «Организация работы с молодежью», слушателям программ повышения квалификации, направленных на развитие современных взглядов и личностно-профессионального становления субъектов образования в условиях открытого образовательного пространства высших учебных заведений. Изучение материалов, представленных в пособии и в рекомендованных литературных источниках, а также самостоятельный библиографический поиск повысит эффективность и продуктивность образовательных практик и рефлексии к собственным стратегиям профессионального развития.

В пособии отражены тенденции развития современного мирового педагогического знания по вопросам сущностного содержания и возможностей социально-предпринимательской деятельности в образовании, ее влияния на развитие качества образования, его результатов.

Итогом изучения содержания учебного пособия может стать возможность качественно нового подхода к проблеме компетентностного обучения современного специалиста с опорой на теорию и методологию формирования социально-предпринимательской компетентности как образовательного результата, определяющего качество развития личностных, профессиональных и метакомпетенций студентов. Обобщенные знания о прогрессивном значении социально-предпринимательской деятельности молодежи, ее влиянии на становление зрелой личности могут оказаться важным звеном в реализации социальной миссии современного вуза, развития его образовательного пространства.

1. Социально-предпринимательская компетентность: теоретические основы формирования

1.1. Государственная политика в сфере социального предпринимательства

В октябре 2014 г. проект закона о социальном предпринимательстве был внесен в Государственную думу. В соответствии с этим документом в правовое поле предполагалось ввести понятие «социальное предпринимательство», под которым подразумевается «социально ориентированная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на достижение общественно полезных целей, решение социальных проблем, в том числе оказание поддержки лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации» [1].

В июне 2016 г. Дмитрий Медведев утвердил подготовленную Министерством экономического развития РФ совместно с Агентством стратегических инициатив дорожную карту «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», которая реализуется как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях до 2018 г. Соответствующее распоряжение было опубликовано на сайте Правительства РФ 21 июня 2016 г. [2].

В число мероприятий «Дорожной карты» по развитию механизмов поддержки негосударственных организаций, предоставляющих услуги в социальной сфере, был включен п. 8. Введение в федеральное законодательство понятия «социальное предпринимательство» (на декабрь 2016 г.). В августе 2016 г. Минэкономики вынесло на

общественное обсуждение законопроекта о социальном предпринимательстве, затем он прошел согласования в профильных ведомствах и был направлен на утверждение.

На сайте Агентства стратегических инициатив было представлено следующее понятие социального предпринимательства – практическая деятельность, направленная на решение социальных проблем и достижение социально полезных целей. Социальное предпринимательство стремится решить социальные проблемы инновационным методом, изобретая или комбинируя социальные и экономические ресурсы [3].

В 2019 г. Советом Федерации был одобрен Федеральный закон № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации”» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие». Так, в настоящее время под **социальным предпринимательством** понимается предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными ч. 1 ст. 24.1 настоящего Федерального закона. Социальным предприятием считается субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства [4].

Согласно ФЗ органы государственной власти и органы местного самоуправления в соответствии с установленными настоящим ФЗ и другими федеральными законами полномочиями могут оказывать поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в сфере социального предпринимательства, соответствующую одному или нескольким из следующих условий:

1) субъект малого или среднего предпринимательства обеспечивает занятость следующих категорий граждан при условии, что по

итогах предыдущего календарного года среднесписочная численность лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или нескольким таким категориям), среди работников субъекта малого или среднего предпринимательства составляет не менее пятидесяти процентов (но не менее двух лиц, относящихся к таким категориям), а доля расходов на оплату труда лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или нескольким таким категориям), в расходах на оплату труда составляет не менее двадцати пяти процентов:

- а) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- б) одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов;
- в) пенсионеры и граждане предпенсионного возраста (в течение пяти лет до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно);
- г) выпускники детских домов в возрасте до двадцати трех лет;
- д) лица, освобожденные из мест лишения свободы и имеющие неснятую или непогашенную судимость;
- е) беженцы и вынужденные переселенцы;
- ж) малоимущие граждане;
- з) лица без определенного места жительства и занятий;
- и) граждане, не указанные в подпунктах «а» – «з» настоящего пункта, признанные нуждающимися в социальном обслуживании;

2) субъект малого или среднего предпринимательства (за исключением субъекта малого или среднего предпринимательства, указанного в пункте 1 настоящей части) обеспечивает реализацию производимых гражданами из числа категорий, указанных в п. 1 настоящей части, товаров (работ, услуг). При этом доля доходов от осуществления такой деятельности по итогам предыдущего календарного года должна составлять не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календар-

ный год, направленная на осуществление такой деятельности в текущем календарном году, должна составлять не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год);

3) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа категорий, указанных в пункте 1 настоящей части, в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год), в соответствии со следующими направлениями деятельности социальных предприятий:

а) деятельность по оказанию социально-бытовых услуг, направленных на поддержание жизнедеятельности в быту;

б) деятельность по оказанию социально-медицинских услуг, направленных на поддержание и сохранение здоровья путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения для выявления отклонений в состоянии здоровья;

в) деятельность по оказанию социально-психологических услуг, предусматривающих оказание помощи в коррекции психологического состояния для адаптации в социальной среде;

г) деятельность по оказанию социально-педагогических услуг, направленных на профилактику отклонений в поведении;

д) деятельность по оказанию социально-трудовых услуг, направленных на оказание помощи в трудоустройстве и в решении иных проблем, связанных с трудовой адаптацией;

е) деятельность по оказанию услуг, предусматривающих повышение коммуникативного потенциала, реабилитацию и социальную адаптацию, услуг по социальному сопровождению;

ж) производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, программного обеспечения, а также технических средств, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации (абилитации) инвалидов;

з) деятельность по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров;

и) деятельность по оказанию услуг в сфере дополнительного образования;

к) деятельность по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур и пользования средствами транспорта, связи и информации;

4) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества, при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в

случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год), из числа следующих видов деятельности:

а) деятельность по оказанию психолого-педагогических и иных услуг, направленных на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей и поддержку материнства и детства;

б) деятельность по организации отдыха и оздоровления детей;

в) деятельность по оказанию услуг в сфере дошкольного образования и общего образования, дополнительного образования детей;

г) деятельность по оказанию психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;

д) деятельность по обучению работников и добровольцев (волонтеров) социально ориентированных некоммерческих организаций, направленному на повышение качества предоставления услуг такими организациями;

е) культурно-просветительская деятельность (в том числе деятельность частных музеев, театров, библиотек, архивов, школ-студий, творческих мастерских, ботанических и зоологических садов, домов культуры, домов народного творчества);

ж) деятельность по оказанию услуг, направленных на развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;

з) выпуск периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, включенных в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень видов периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, облагаемых при их реализации налогом на добавленную стоимость по ставке десять процентов.

2. Субъекты Российской Федерации в целях признания субъектов малого и среднего предпринимательства социальными предприятиями в соответствии с пунктами 1 и 4 части 1 настоящей статьи

вправе устанавливать категории граждан дополнительно к категориям, указанным в п. 1 ч. 1 настоящей статьи, и виды деятельности дополнительно к видам деятельности, указанным в п. 4 ч. 1 настоящей статьи. Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, признанным социальными предприятиями с учетом дополнительно установленных субъектами Российской Федерации категорий граждан и видов деятельности осуществляется за счет бюджетных ассигнований бюджетов субъектов Российской Федерации и (или) местных бюджетов.

Литература

1. Закон о социальном предпринимательстве // Портал Агентства стратегических инициатив. URL: <http://asi.ru/social/business/> (дата обращения: 13.10.2022).

2. Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере: распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 июня 2016 г. № 1144-р // Сайт Правительства Российской Федерации. URL: <http://government.ru/docs/23445/> (дата обращения: 27.10.2022).

3. Интернет-портал Агентства стратегических инициатив. URL: <http://asi.ru/> (дата обращения: 13.10.2017).

4. Федеральный закон от 26 июля 2019 года № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201907260077> (дата обращения: 27.03.2023).

5. Социальное предпринимательство – новый вектор развития социальной сферы в регионах // Материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации (Совет Федерации, 25 ноября 2020 года) // Аналитический вестник. 2021 № 2 (762). 90 с.

1.2. Социально-предпринимательская деятельность: предпосылки развития в образовательных практиках

В настоящее время в России в условиях активного развития экономики не всегда возможно столь же активно формировать социальную инфраструктуру. Государству не всегда удастся решать весь спектр социальных задач и, в данном случае, помочь может социальное предпринимательство, которое реализуется, в том числе, на принципах государственно-частного и социального партнерства.

В тоже время, современные ведущие университеты рассматриваются как общественные институты, играющие роль инновационных хабов. На современные университеты возложены функции коммерциализации исследований, расширения влияния на общественное развитие, формирование предпринимательской активности обучающихся и профессорско-преподавательского состава и другие. Однако выполнение данных функций не является для университетов исторически заложенной миссией.

Сравнительный анализ этапов развития университетов позволяет выявить тенденцию расширения и развития современным университетом социально-предпринимательской деятельности, в том числе, в регионе.

Ввиду отсутствия единых методологических подходов, позволяющих разделять этапы развития университетов, исследователями предлагается концепция трансформации университетов от модели «Университет 1:0» к модели «Университет 4:0». Так, «Университет 3:0» выступает как инновационный. К основным функциям, выполняемым университетами «1:0» и «2:0» (образование и исследования) добавляется еще одна – коммерциализация, трансфер технологий. Исследователями отмечается, что «Университет 3:0» – это такой институт, где развита предпринимательская культура, реализуется процесс выстраивания эффективных взаимоотношений с бизнес-сообществом, происходит подготовка кадров в соответствии с

ожиданиями рынка [1, с. 6]. В качестве примера приводится Кембриджский университет, в котором серьезная модернизация университета произошла вместе с осознанием, что традиционные методы финансирования не смогут позволить университету сохранять лидирующие позиции. Университет поставил задачу создания конкретной ценности для общества и запустил сотрудничество с бизнесом [2, с. 54].

В целом, историко-педагогический анализ показывает, что университеты третьего поколения имеют следующие отличительные особенности:

- коммерциализация научных разработок;
- междисциплинарный характер научных исследований;
- подготовка как ученых и специалистов, так и предпринимателей на основании «компетентностной модели» обучения;
- отсутствие прямого государственного финансирования и вмешательства государства в управление университетами;
- сетевая организационная структура и открытость университетов, включающая развитие партнерских отношений с другими университетами, научно-исследовательскими организациями, бизнесом, инвесторами – расширение механизмов образовательного взаимодействия и социального партнерства [2, с. 57].

В рамках опережающей концепции «Университет 4:0» вузам отводится роль поставщиков знаний о будущем, вменяется функция капитализации собственных знаний. Исследователями отмечается, что трансформация университетов в направлении «Университетов 4:0» окажет положительно влияние на вклад университетов в экономическое и социальное развитие общества. Это произойдет за счет проведения качественных и востребованных в обществе научных исследований, увеличения негосударственных потоков доходов, расширения партнерского образовательного взаимодействия с различными категориями заинтересованных сторон и учета их интересов. Проявляется данная трансформация, по мнению исследо-

вателей, в формировании развития стратегии университета, учитывающей новую социальную значимость университетов и предпринимательские ценности, во включении предпринимательских компетенций студентов в базовый перечень, во взаимодействии с разными группами стейкхолдеров [2, с. 80]. Функционирование университета будет осуществляться за счет интеграции «образования», «науки» и «бизнеса».

По мнению Е.В. Неборского, если в рамках концепции «Университет 3:0» заказчиком на образование выступает государственный и производственный сектора, то в рамках концепции «Университет 4:0» таковыми будут являться различные сообщества, транснациональные организации, сам индивид [1]. Автор полагает, что ввиду необратимости наступающей биоцифровой эпохи актуализируется потребность в интеграции действий университетов, государств, локальных сообществ, международных организаций (в связи с возрастанием степени взаимозависимости данных акторов).

В настоящее время, для России устойчивое становление предпринимательского «Университета 3:0» является актуальной и значимой задачей, поскольку именно такой университет, по мнению исследователей, сегодня может участвовать в социально-экономической модернизации, в создании конкретных ценностей для общества. Сравнительный анализ позволяет проследить тенденцию движения к «Университету 3:0» за счет организации университетом сети взаимовыгодных отношений с бизнесом, научно-исследовательскими институтами, зарубежными университетами, т.е. стремительным развитием образовательного взаимодействия за счет расширения социального партнерства. Это, в свою очередь, выступает ресурсом для формирования компетенций обучающихся в социально-экономической сфере, развития социального предпринимательства в регионе. Подтверждением этому служат и последние программные реформы, произошедшие в отечественной системе высшего образования: создание федеральных университетов (2006–

2011); государственная поддержка развития инновационной инфраструктуры в вузах; создание государственных фондов по поддержке инновационной деятельности (например, Сколково); развитие ведущих университетов, предусматривающих повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров «Проект 5-100» (2013–2020); реализация проекта «Развитие сети опорных университетов» (с 2015 г.); реализация проекта «Национальная технологическая инициатива» (трансформация российских университетов в формат «Университет 3:0» и, в перспективе, в направлении «Университет 4:0»); программа «Приоритет 2030» [3].

Модернизация системы высшего образования затрагивает не только ее структурно-организационную трансформацию. В основу института высшего образования закладываются новые ценности по отношению к обществу в целом. Миссия университета исторически складывалась так, что он не являлся производителем блага в экономическом смысле. Образование в средневековый период было связано с общим миром культуры и ценностей. В ходе индустриального этапа развития общества миссией университета стала подготовка специалистов для конкретных областей. На постиндустриальном этапе, характеризующимся стремительным развитием информационных технологий, миссией университета стала подготовка специалистов, способных к самостоятельному поиску знаний, проектированию. Современные университеты принимают участие во всех процессах: проведение исследований, распространение и коммерциализация их результатов, производство и развитие человеческого капитала как ресурса инновационного развития общества, оказание услуг обществу. Выполнение современными (особенно классическими) университетами задачи обеспечения инновационного развития регионов за счет принятия на себя роли координатора коммуникации между субъектами образования, бизнеса и власти понимается как осуществление социальной «третьей» миссии.

В реализации «третьей миссии» университета исследователь П. Бенневорт выделяет четыре направления. Первое, связанное с открытыми формами обучения: проведение публичных лекций, реализация концепции «образование в течение всей жизни». Второе направление связано с реализацией исследовательских проектов, подразумевающих активное построение общества знаний, и исследований, заказчиками которых являются некоммерческие организации. Третье направление связано с совместным использованием знаний – т.е. трансфер знаний через общественно финансируемые проекты, поддержка общественного диалога и работа со СМИ. Четвертое (служение) связано с доступностью для населения университетских сервисов, выполнением социальных и социально-предпринимательских проектов на благо региона [4].

Таким образом, проведенный сравнительный анализ показывает, что современные университеты выполняют «третью миссию», включающую, в том числе, развитие социально-предпринимательской активности обучающихся, социального предпринимательства в регионе. С целью реализации данной миссии университеты развивают образовательное взаимодействие за счет расширения социального партнерства. А это, в свою очередь, выступает в качестве ресурса и условия для формирования социально-предпринимательской компетентности.

Литература

1. Неборский Е.В. Реконструирование модели университета: переход к формату 4.0 // Интернет-журнал «Мир науки». 2017. Т. 5, № 4. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/26PDMN417.pdf>
2. Виссема Й.Г. Университет третьего поколения : управление университетом в переходный период : перевод с английского. М. : Олимп-Бизнес, 2016. 422 с.
3. Кузнецов Е.Б., Энговатова А.А. «Университеты 4.0»: точки роста экономики знаний в России // Инновации. 2016. № 5 (211). С. 3–9.
4. Балмасова Т.А. «Третья миссия» университета – новый вектор развития? // Высшее образование в России. 2016. № 8–9. С. 48–49.

1.3. Субъектные характеристики социального предпринимательства

Субъектные характеристики социального предпринимательства можно понять посредством изучения: а) субъективных смыслов и представлений относительно социального предпринимательства; б) их идентичности; и в) мотивов социально-предпринимательской деятельности.

Рассмотрение субъектных характеристик осуществлено посредством анализа смыслов, которые вкладывают в свою деятельность сами социальные предприниматели (данные социологического опроса) [1, 2]. Отвечая на вопросы о том, что такое социальное предпринимательство, и как бы они назвали деятельность, которой занимаются, акторы озвучивали различные варианты ответов. Из них можно увидеть различные типы смысловых координат, которые сами социальные предприниматели вкладывают в свою деятельность.

Первая ось смысловых координат касается представлений о содержании и границах деятельности социальных предпринимателей и располагается в смысловом континууме по следующим полюсам: «социальная поддержка» / «социальное преобразование». Рассмотрим подробнее их содержание.

«Социальная поддержка». Ряд информантов в своих интервью артикулировали в качестве целеполагающих оснований своей деятельности помощь и поддержку социально-незащищенных категорий населения. Приведем в пример следующие цитаты:

Информант – руководитель частного детского реабилитационного центра: *«Да, потому что наша деятельность направлена на удовлетворение потребностей социально-незащищенных слоев, которые во многом ограничены и не получают то, что должны получить здесь. Мы это стараемся восполнить, именно в плане реабилитации».*

Информант – руководитель службы такси для лежащих больных: *«У нас в городе такого нет, государство тоже никак не хочет помогать бедным инвалидам лежащим, а наша организация дает возможность людям передвигаться».*

Подобное понимание содержания социально-предпринимательской деятельности вполне совпадает с государственной трактовкой смысла социального предпринимательства как субъекта решения задач в сфере социального обслуживания и обеспечения потребностей социально-незащищенных категорий. Отдельные информанты – социальные предприниматели прямо репрезентируют свою социальную роль как помощника государства или его партнера: *«мы просто помогаем государству решать те проблемы, с которыми оно не справляется».*

Таким образом, часть социальных предпринимателей границы и содержание своей деятельности конструируют в пределах фрейма социальной поддержки или социальной заботы.

«Социальное преобразование». Другая часть социальных предпринимателей в качестве для обозначения дела, которым они занимаются, используют понятие «миссия»: *«миссия, потому что хоть кто-то что-то должен делать»*, *«это миссия, которая дана нам сверху»*, *«миссия по изменению общества».* В основе их целеполагания лежит ориентация на социальные изменения: преобразование культуры взаимодействий и социальных отношений, изменение общественного сознания людей, продвижение новых ценностей и социальных практик. Это демонстрируют характерные суждения таких социальных предпринимателей.

Информант – руководитель перерабатывающей компании: *«Миссия, потому что хоть кто-то должен что-то делать. В этом городе, в этой области, хотя это никому не нужно. Хотя, благодаря «Зеленому лучу» мы видим, что у людей меняется отношение к выбросу мусора из бытовых помещений, квартир. Многие начинают пластик сортировать, конечно, его не моют, Люди начи-*

нают осознавать, что они после себя оставляют много грязи, которая потом перейдет нашим детям, внукам, правнукам, праправнукам».

Дискурс таких социальных предпринимателей демонстрирует особенности генерируемых ими ценностей - они производят не конкретные товары и услуги, а новую социальную среду, новые ценности, смыслы и стили жизни, порождая социально-преобразующий эффект от своей деятельности.

Вторая ось смысловых координат, лежащих в основе социально-предпринимательской деятельности, проявляется в подходах относительно значимости коммерческой составляющей их деятельности и определяется следующим различием: «ориентация на благотворительность» / «ориентация на прибыль».

«Ориентация на благотворительность» проявляется в первичности мотивов благотворительности и добровольчества для реализации социально-предпринимательского проекта. В этом смысле социально-предпринимательская деятельность осуществляется исходя из принципа созидательного альтруизма:

***Руководитель организации по социально-культурной реабилитации детей:** Я просто делаю дело, которое, по моему мнению, и по мнению ещё моих 40 единомышленников – оно реально как-то меняет мир вокруг меня и меня в этом мире, я просто помогаю детям и пытаюсь строить бизнес.*

Коммерческая деятельность в этом случае служит средством, а не целью деятельности, поскольку позволяет получать достаточные финансовые ресурсы для своего существования.

«Ориентация на прибыль» характерна для части социальных предпринимателей, для которых их бизнес является способом достижения коммерческого успеха и единственным источником дохода.

***Интервьюер:** Как вы совмещаете экономический и социальный аспекты Вашего проекта?*

Информант – руководитель перерабатывающей компании:
Всегда ищу баланс. Причем баланс больше в экономическую сторону. Не готовы у нас люди работать бесплатно, а я не смогу один тянуть проект. Моя семья тоже хочет есть.

Такие социальные предприниматели актуализируют коммерческую успешность как основное условие их деятельности в качестве социальных предпринимателей.

Среди информантов были и те, кто совмещает полярные позиции, проговаривая значимость и обязательность сосуществования коммерческой и социальной компонент их деятельности.

Информант *«Проект должен был быть социальным, но не получился абсолютно социальным, оказалось, что это всё можно делать только с добавлением денег и он стал потом, как оказалось, социально-предпринимательским».*

Выявленные смысловые координаты социально-предпринимательской деятельности формируют содержание идентификационных и мотивационных характеристик социальных предпринимателей. Проведенные интервью зафиксировали вариативность спектра самоидентификаций социальных предпринимателей. Есть несколько информантов, кто прямо идентифицирует себя как социального предпринимателя:

Информант – руководитель публичной библиотеки *«Сейчас я спокойно говорю о том, что я социальный предприниматель».*

Однако специфика самоидентификации для многих информантов связана с отсутствием институционально определенного (признанного) статуса таких предпринимателей, что формирует соответствующую гетерокатегоризацию. Участники интервью, не причисляющие себя к социальным предпринимателям, в процессе самоопределения используют категории, связанные с профессиональной деятельностью (профессиональные актеры, врачи, психологи и пр.) или предпринимательством («обычный предприниматель, все предприниматели социально направлены»).

Часть информантов обозначили себя как «обычных» предпринимателей, занимающихся своим бизнесом.

Информант – руководитель перерабатывающей компании: *«Я обычный предприниматель, никакого особого рода. Я обыкновенный человек, просто делаю свое дело. Не ощущаю себя лучше или хуже кого-то».*

Обоснование выбора собственной идентичности между «обычными» и «социальными» предпринимателями осмысливается путем противопоставления обозначенной ранее ориентации на прибыль и ориентации на благотворительность.

Некоторые информанты собственную идентификацию строили на ценностях, имеющих мессианский характер. Эти ценности не всегда четко артикулированы: *«рожден для чего-то большого, доброго, созидательного, но, конечно, не понимал для чего».* Мотивация таких предпринимателей проявляется в ориентации на идеалы, а мир прибыли противопоставляется «миру мечты», среди них неоднократно встречается позитивная самокатегоризация *«мечтатели», «творцы»:* *«я больше люблю играть роль такого мечтателя, который любит реализовывать свои мечты», «создала себе параллельный мир – в нем и живу».* Содержательно из интервью становится понятно, что творцы – это те, кто меняет окружающий мир и идет ради этого на риск.

Из интервью в СМИ с социальным предпринимателем: *«Есть и ещё проект, хотя его сложно так назвать: мы решили построить новую модель деревни, своего рода мини-государство со своей экономикой, со своей инфраструктурой, со своей системой образования. Строим, в первую очередь, для себя: для единомышленников, тех, кто хочет жить на природе, есть настоящие продукты, растить счастливых свободных детей. Параллельно на базе этой модели хотим показать некий пример другого подхода к жизни на земле, ведь сейчас только ленивый не ругает деревню, то, что там происходит: нет работы, нет цели у людей, пьянство».*

Мечта для творцов служит вдохновляющим идеалом, мотивирует на деятельность.

Таким образом, можно выделить четыре базовых типа идентичности и порождаемой ею мотивации акторов, занимающихся социально-предпринимательской деятельностью. Первый тип – «социально-преобразующий предприниматель», характеризующийся доминированием «мессианской», социально-преобразующей мотивацией. Второй тип – «альтруист», демонстрирующий гуманистическую и альтруистическую мотивацию. Третий тип – «коммерсант», в основе мотивации которого лежит стремление к достижению коммерческого успеха. Четвертый тип – «творец» или в качестве его вариации «профессионал», который занимается социально-предпринимательской деятельностью исходя из мотива творческой или профессиональной самореализации.



Рис. 1. Схема разработана авторским коллективом НИ ТГУ (А.А. Барышев, С.В. Негруль, В.В. Кашпур, Е.Ю. Ливенцова)

Литература

1. Теория и практика социального предпринимательства : учебник / Г.А. Барышева, О.П. Недоспасова, Е.А. Фролова [и др.]. Томск : СТТ, 2018. 220 с.

2. Барышев А.А., Негруль С.В., Кашпур В.В. Проблема конструирования социального предпринимательства как перформативного феномена: конкуренция смыслов и ценностей в дискурсе ключевых стейкхолдеров // Вестник Томского государственного университета. 2017. С. 22–28.

1.4. Содержание социально-предпринимательской компетентности как образовательного результата

Определение содержания социально-предпринимательской компетентности основано на выполнении шагов, разработанных в практике управления компетенциями:

- рассмотрение содержания и характеристик социального предпринимательства;
- выявление актуальных личностных характеристик и способностей социальных предпринимателей;
- определение набора знаний, умений, навыков, которыми должен обладать социальный предприниматель.

Рассмотрим особенности социального предпринимательства как вида деятельности.

Явление социального предпринимательства стало выделяться как отдельный компонент современной экономики не так давно, начиная с 1980-х гг. [1]. В это время исследователями осуществляется попытка расширить понимание предпринимательской деятельности, и доказать, что те инновации, которые производятся в процессе предпринимательства, являются источником как экономической, так и социальной ценности [2]. Расширенное понимание предпринимательства как двигателя социальных преобразований привело к росту популярности социального предпринимательства как особого явления.

В настоящий момент, несмотря на отсутствие в России и в мире в целом единого подхода к определению сущности социального предпринимательства, что обусловлено широким разнообразием социальных инициатив, социальное предпринимательство является

объектом государственного регулирования и носит характер самостоятельного предмета научного изучения.

В современной литературе вопрос о сущности понятия социального предпринимательства все еще остается открытым. С целью анализа основных отличий предпринимательства от социального предпринимательства, исследователи выделяют три основных подхода к исследованию предпринимательской деятельности [2].

Первый подход, экономический, исследователи связывают с представлениями о социальном предпринимательстве в логике классической теории предпринимательства. В XVIII в. Р. Кантильон определил «предпринимательство» как деятельность, характеризующуюся рисками, способную стимулировать экономический прогресс через поиск новых путей успешной реализации своего дела [3, с. 20]. Ж.-Б. Сэй указал на значимость предприятий, при участии которых происходит распределение благ в обществе [там же, с. 21]. Классик теории предпринимательства Й. Шумпетер первым подчеркнул инновационный характер деятельности предпринимателя. Выдвинутая им концепция «созидательного разрушения» [4, с. 82–83] является прообразом современного представления о предпринимательстве как процессе социального преобразования [5, с. 86].

Позднее В. Баумоль выделяет продуктивные, непродуктивные и разрушительные формы предпринимательства. Априори подразумевается, что социальное предпринимательство выступает как продуктивное, нацеленное на создание не только товаров и услуг, но и полезных институтов, комфортных отношений, более благоприятных условий окружающей среды [6, с. 893–920].

Второй подход, персоналистский, объясняет феномен предпринимательства на основе наличия специфических психологических качеств (Personal Traits) [7, с. 212]. Актуализация данного подхода обусловлена самим материалом, с которым «первооткрыватели» социального предпринимательства имели дело, а именно отношени-

ями между людьми, формирующими человеческую личность. Систему социальных отношений, с помощью которых индивиды создают и реализуют возможность своей деятельности Дж. Барнс определил как потенциал социальной сети [8, с. 48–49], которая является уникальным условием образования.

Отсюда третий подход, социальный, связан с описанием Теории анализа социальных сетей [9, с. 440–442], Теорий социального капитала, породивших новый интерес к изучению предпринимательства, как деятельности, преобразующей социальную среду [10].

Представляется необходимым принятие множественности форм социально-экономической ценности, генерируемых предпринимателями, которые в разной степени одновременно являются предпринимателями и субъектами социального развития [2].

Исследователями выделяются следующие формы социально-экономической ценности: *ценность, генерируемая потребителем, ценность, генерируемая совместно с потребителем, распределенная ценность.*

Социально-преобразующий эффект *ценности, генерируемой потребителем*, по мнению исследователей, заключается в персонификации нового опыта потребителя. С целью иллюстрации данной ценности приводится пример социально-предпринимательской деятельности компании, занимающейся установкой контейнеров для вторичной переработки мусорных отходов. Данная практика служит действенным механизмом вовлечения населения в деятельность по защите окружающей среды.

Ценность, генерируемая совместно с потребителем, представляется как наиболее распространенный тип эффекта от социально-предпринимательской деятельности. Базовыми характеристиками такой социально-предпринимательской деятельности являются выстраивание сетей сотрудничества, активное вовлечение групп общественности в решение социальных проблем. В рамках осуществления такого рода социально-предпринимательской деятельности

меняются ролевые позиции потребителей услуг социальных предпринимателей от клиентов к полноправным партнерам. В качестве примера исследователи приводят частную публичную круглосуточную библиотеку, где посетители являются полноправными участниками производства мероприятий и контента. Социально-преобразующий эффект в данном случае проявляется в повышении уровня социальной активности людей, участвующих в подобных практиках.

Генерация распределенной ценности обеспечивается, путем участия бизнеса в решении социальных проблем, но не на принципах благотворительности, а на коммерческой основе (концепция М. Портера и М. Крамера). Распределенная ценность генерируется в процессе сотрудничества, а не конкуренции, и создает такую среду, участники которой совместно ее поддерживают и развивают, в том числе благодаря ее эффекту обеспечения индивидуальной прибыли для каждого. Используя ресурсы местных сообществ, выстраивая сети партнерства, предприниматели становятся генераторами социально-преобразующего воздействия. В качестве примера такой деятельности приводится кейс магазина натуральных продуктов, который способствует популяризации здорового образа жизни в конкретном регионе.

Ряд определений социального предпринимательства свидетельствуют *об инновационном характере деятельности социальных предпринимателей, направленной на достижение значительного социального эффекта, производство социальной ценности (блага), и, как следствие, осуществление долгосрочных позитивных общественных трансформаций.*

М. Юнус определяет социальное предпринимательство как любую инновационную инициативу, цель которой – помочь людям [11, с. 12].

Группа исследователей С. Элворд, Д. Браун и К. Леттс подчеркивают, что социальное предпринимательство находит нестандартные решения для самых актуальных социальных проблем и мобилизует идеи, ресурсы и технологии, необходимые для устойчивых социальных трансформаций [12].

Отечественные исследователи М. Баталина, А. Москвоская, Л. Та-радина, исследуя и обобщая международный опыт социального предпринимательства приходят к выводу, что в основе социального предпринимательства всегда заложен инновационный метод, характеризующийся способностью комбинировать социальные и экономические ресурсы так, чтобы создать самовоспроизводящийся механизм производства и предоставления социального блага [13].

Таким образом, одной из ключевых характеристик социального предпринимательства, отличающей его от других форм предпринимательства, является создаваемая *социальная ценность (благо)*. Из определений следует, что социальная ценность формируется социальной миссией и генерирует социальные изменения в обществе.

Проводя анализ подходов к определению социального предпринимательства, М.С. Волкова выводит его основные критерии, такие как экономический, организационный, рыночный, ресурсный, поведенческий, институциональный [14, с. 47]. Особый интерес для нас представляют три последние. Ресурсный критерий характеризуется инновационной моделью комбинации ресурсов, позволяющей генерировать доход. Институциональный подразумевает, что, реализуя собственные идеи, социальные предприниматели создают новые технологии, рабочие места, рынки, тем самым внося положительный результат в инфраструктуру общественной системы и укрепляя межсекторное взаимодействие. Поведенческий критерий, по мнению М.С. Волковой, обозначает важность направленности социально-предпринимательских проектов, которые вовлекают в процесс создания социальной ценности как можно большее количество членов сообщества, тем самым ускоряя позитивные социальные изменения и развивая социальный капитал общества. Отсюда мы можем сделать вывод, что *социальное предпринимательство обладает еще одной важной характеристикой – накопление социального капитала*. П. Бурдые определял социальный капитал как преимущество, которое получают люди, когда объединяются в группы, придавая значение социальным группам и устойчивости социальных

сетей, предполагающих продолжительные субъективно-эмоциональные обязательства, такие как чувство благодарности, уважение и т.п. [15].

Таким образом, отдельный интерес представляют *личностные характеристики и способности субъекта социального предпринимательства*.

В целом, в психолого-педагогической науке «субъектность» определяется как особое свойство человека, характеризующееся способностью сознательно осуществлять деятельность, преодолевая свои возможности для решения задач, и получать максимальные результаты. При этом в содержание деятельности субъекта включены установки, мотивы, ценности, отношения (к обществу, к местным сообществам, к окружающим людям, к самому себе).

Так, в исследованиях в области социального предпринимательства отводится особая роль социальному предпринимателю как субъекту деятельности, который способен в одиночку или с командой создавать социальную ценность, основываясь на глубоком понимании решаемой социальной проблемы и творческом подходе (в научной литературе используются формулировки: нестандартный, креативный подходы, инновационность и т.п.) по ее решению.

Как и Дж. Робинсон исследователи Дж. Мэйр и Э. Нобо подчеркивают важность личностного аспекта, а также опыта по формированию социально-предпринимательских намерений и выявления возможностей для социального предпринимательства. Интересной представляется их концепция мотивации к осуществлению социально-предпринимательской деятельности. Авторы к основным предпосылкам для мотивации социальных предпринимателей относят «опыт» и «контент». В содержание понятия «опыт» авторы включают воспитание индивидуума, участие в различного рода социальных взаимодействиях, влияние семьи и окружения. Также опыт включает личностные черты, определяющие степень чувствительности к конкретной социальной проблеме. В содержание понятия «контент» заложено представление «о зоне взаимодействия

прежнего опыта предпринимателя с социальным сектором». Именно в рамках контента предприниматели обращают внимание на социальные проблемы. Это помогает им увидеть возможность для создания социальной ценности и сформулировать миссию, связанную с ценностным предложением.

Таким образом, «открытие» потребности в создаваемой специфической ценности как цели деятельности, а также выбор способов и средств ее осуществления является функцией особого субъекта социального предпринимательства, характеризуемого в литературе как «миссия».

Обобщая, представляется возможным выделить ряд характеристик социального предпринимательства, обуславливающих содержание социально-предпринимательской компетентности и влияющих на организацию условий для ее формирования.

Во-первых, социальное предпринимательство – это инновационный тип деятельности, направленный на поиск новых возможностей решения социальной проблемы. При этом социальные предприниматели осуществляют эффективную комбинацию материальных и нематериальных ресурсов, находя таковые именно в межсекторном взаимодействии, производя при этом социально-экономические ценности. *С этой точки зрения, образовательный процесс подготовки социальных предпринимателей должен обеспечивать включение субъектов в межсекторное взаимодействие за счет развития образовательного взаимодействия в рамках социального партнерства.* Ядром инновационной деятельности является нестандартное, творческое мышление, которое не возникает у субъекта само по себе, а развивается в процессе включения субъекта в практику социально-преобразующей деятельности. Поэтому становится актуальным *организация такого образовательного процесса, в рамках которого нестандартное, творческое мышление способно актуализироваться и развиваться.*

Во-вторых, социально-предпринимательская деятельность ведет к получению особых результатов в двух основных видах:

– в виде социально-преобразующих эффектов в различных формах социально-экономической ценности (блага) что для современных университетов выступает в качестве «третьей» роли (миссии). При этом, как мы указали ранее, наиболее значимый социально-преобразующий эффект от деятельности социальных предпринимателей достигается тогда, когда мотив реализации «миссии», обусловленный наличием опыта успешного разрешения социальной проблемы или социального преобразования, осуществляется наряду с умением применять предпринимательский подход. *Отсюда, важно включать в образовательный процесс подготовки социальных предпринимателей такие формы, которые позволяют актуализировать, прежде всего, личностные мотивы осуществления социально-предпринимательской деятельности, приобрести опыт успешного разрешения социальной проблемы;*

– в виде социального капитала. *Социальный капитал выступает в этом случае как образовательный результат и ресурс, особенно важный для современного университета, так как позволяет развивать партнерское эффективное взаимодействие с социальными предпринимателями – выпускниками через создание социально-ориентированных сообществ.* В этом контексте бизнес выступает не только заказчиком на образование. Университет для представителей бизнеса, обладающих социально-предпринимательской компетентностью, становится особым социальным благом, которое необходимо поддерживать и развивать.

Анализ субъекта социального предпринимательства позволяет выделить его личностные характеристики и способности, также определяющие содержание социально-предпринимательской компетентности и условия для ее формирования.

Во-первых, *отличительной характеристикой социальных предпринимателей является наличие в прежнем жизненном опыте деятельности на благо общества, социального взаимодействия.*

Во-вторых, *социальный предприниматель успешен в коммуникации*, что позволяет ему разрешать социальные проблемы и осуществлять социальные преобразования. Это происходит в результате участия в различных практиках социального взаимодействия на основании собственных идей, желаний их развития и преобразования. Субъект социально-предпринимательской деятельности должен уметь включаться в непосредственное взаимодействие с получателями социальных благ, для которых он организует свою деятельность, стремится к расширению сети партнерских отношений, созданию и участию в социально-ориентированных сообществах.

В-третьих, *мотивом деятельности социального предпринимателя является «миссия»*, т.е. «открытие» потребности в создании специфической ценности как цели деятельности, а также выбор способов и средств ее осуществления.

В-четвертых, *социальный предприниматель обладает определенным набором приобретенных в процессе деятельности знаний, умений и навыков*, позволяющих ему находить нестандартные (инновационные) подходы к решению социальной проблемы.

Обобщая, социальное предпринимательство – это деятельность, ориентированная на предпринимательский подход к созданию и развитию социально-экономических благ и ценностей, движущим мотивом субъекта которой является ориентация на выполнение «миссии» по решению социальных проблем, реализации социальных преобразований.

Особенности социального предпринимательства как типа деятельности и содержание личностных характеристик и способностей социальных предпринимателей, представленных выше, позволяют обосновать содержание социально-предпринимательской компетентности, обуславливающей успешное выполнение социально-предпринимательской деятельности.

Социально-предпринимательская компетентность включает три компонента: мотивационно-ценностный, деятельностно-про-

ектировочный и рефлексивно-аналитический. Мотивационно-ценностный компонент ориентирован на выполнение «миссии» по решению социальных проблем, создания социально-экономических ценностей. Деятельностно-проектировочный предполагает овладение знаниями, умениями и навыками для инновационного решения социальных проблем, создания социально-экономических ценностей в процессе освоения содержания предпринимательской деятельности, включающего технологии проектирования. Овладение ими означает усвоение *знаний* о социальном предпринимательстве и его ценностях, основах бизнес-проектирования в социальной сфере, формирование *умений* разрабатывать замысел социально-предпринимательского проекта, планировать достижение двух эффектов: социального и экономического; использовать коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований; приобретение навыков владения методами взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта; бизнес-проектирование в социальной сфере; организацию коммуникации, непосредственного взаимодействия с целевыми группами, построения сетевых связей, расширения сети партнерских отношений. Рефлексивно-аналитический компонент социально-предпринимательской компетентности формируется в процессе осуществления социально-предпринимательской деятельности, а также анализа ее эффективности в соответствии с нравственными, ценностными и этическими нормами.

Полученные теоретические выводы позволяют сделать следующий шаг и перейти к выявлению организационно-педагогических условий эффективного формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете.

Литература

1. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А.А. Московская. М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2011. 284 с.

2. Негруль С.В., Кашпур В.В., Барышев А.А. Проблема конструирования социального предпринимательства как перформативного феномена: конкуренция смыслов и ценностей в дискурсе ключевых стейкхолдеров // Вестник Томского государственного университета. 2018. № 429. С. 91–99.
3. Предпринимательство в конце XX века / А.А. Дынкин [и др.]. М. : Наука, 1992. 312 с.
4. Schumpeter J.A. Capitalism, Socialism and Democracy. London : Routledge, 1994. 460 p.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М. : Прогресс, 1992. 186 с.
6. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98, № 5, pt. 1. P. 893–920.
7. McClelland D.C. The Achieving Society. Princeton : Van Nostrand Inc., 1961. 512 p.
8. Barnes J.A. Class and committees in a Norwegian Island Parish // Hum Relat. 1954. Vol. 7, is. 1. P. 39–58. URL: <http://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf>
9. Watts D.J., Strogatz S.H. Collective dynamics of «small-world» networks // Nature. 1998. Vol. 393. P. 440–442.
10. Dubini P., Aldrich H. Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process // Journal of Business Venturing. 1991. № 6. P. 305–313.
11. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма. М. : Альпина Паблишерз, 2009. 307 с.
12. Alvord S.H., Brown L.D., Letts C.W. Social Entrepreneurship and societal transformation // Journal of Applied Behavioral Science. 2004. № 40 (3). P. 260–282.
13. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. М. : Гос. ун-т. выс. шк. экон., 2008. 84 с. (Препринт WP1/2008/02).
14. Волкова М.С. Понятие социального предпринимательства и его критерии // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10, № 9. С. 39–48.
15. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. J. Richardson. New York, 1986. P. 241–258.

1.5. Организационно-педагогические условия формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся

Организационно-педагогические условия формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся последовательно определяются на основании анализа социального предпринимательства и его субъекта, представленного в предыдущей теме.

Кроме того, мы обращаемся к анализу зарубежного и отечественного опыта подготовки к социальному предпринимательству в различных образовательных практиках, в особенности, в системе высшего образования с целью конкретизации содержания организационно-педагогических условий формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете.

В настоящее время за рубежом программы обучения социальному предпринимательству преподают в 35 странах мира более 250 профессоров [1]. В отличие от отечественных университетов, в зарубежных университетах широко распространены основные и дополнительные специализации по социальному предпринимательству (*major* – профилирующая дисциплина, *minor* – дополнительная специализация, *track* – дисциплина по выбору). Наряду с обучением социальному предпринимательству в рамках образовательных программ, университеты широко реализуют программы дополнительного образования по социальному предпринимательству. В данном случае, обучающимися таких программ могут являться слушатели с различным уровнем подготовки.

С целью осуществления координации эффективного обучения социальному предпринимательству в ведущих зарубежных университетах создаются различные структуры. Среди уже успешно осуществляющих свою деятельность можно выделить: Центр социаль-

ных инноваций Высшей школы бизнеса Стэндфордского университета, Центр содействия развитию социального предпринимательства им. Фукуа Дюкского университета, Центр социального предпринимательства Сколла, Школу бизнеса им. Саида Оксфордского университета, Академию социального предпринимательства при Калифорнийском университете Лос-Анджелеса и др.

При этом важно отметить, что ведущие зарубежные университеты осуществляют тесное сотрудничество с организациями и фондами, осуществляющими поддержку социальным предпринимателям, таким как: Фонд Ашока (Ashoka Foundation) (создан в 1980 г.), Фонд Шваба (Schwab Foundation) (1998 г.), Фонд Сколла (Skoll Foundation) (1999 г.), Институт для социальных предпринимателей (The Institute for Social Entrepreneurs) (1999 г.), Международный институт устойчивого развития (The International Institute for Sustainable Development) (1990 г.). Данные фонды, в свою очередь, предоставляют не только институциональную и финансовую поддержку конкретным проектам в области социального предпринимательства, но и ставят задачу популяризации и развития социального предпринимательства через обучение [2].

Наряду с университетами обучение социальному предпринимательству за рубежом широко иницируют и другие общественные организации, ставящие перед собой такие профессиональные задачи. В данном случае, многие образовательные программы могут быть для желающих бесплатными. При этом важно отметить, что общественные организации реализуют программы чаще в партнерстве с университетами, привлекая специалистов и целевую аудиторию.

В целом, принимая во внимание огромное разнообразие предлагаемых академическими и не академическими организациями за рубежом курсов по обучению социальному предпринимательству, важно отметить, что данные программы значительно различаются по срокам, содержанию, форме и технологиям обучения.

Анализ зарубежных образовательных программ по социальному предпринимательству и реальных практик обучения позволяет

сформулировать ряд широко используемых эффективных образовательных технологий:

- технологию «обучение через действие» (learning-by-doing), предполагающую выполнение обучающимися реальных командных проектов;

- технологии, побуждающие к формированию у студентов идентичности с социальными предпринимателями и внушения им уверенности в способности приносить в общество позитивные изменения;

- технологии построения социально ориентированного бизнес-плана, приходящие на смену традиционным технологиям разбора кейсов, в основании которых лежит применение обучающимися уже имеющихся знаний и опыта;

- интерактивные технологии, направленные на формирование студентами собственных профессиональных контактов через публичные выступления, участие в интерактивных исследовательских практиках, открытых блогах и другие.

В целом, анализ зарубежных практик обучения социальному предпринимательству показывает их высокую практико-ориентированную направленность. Итогом программ всегда является представление студентами реального бизнес-плана социального предприятия перед инвесторами с целью поиска первых финансовых средств для его запуска.

Следуя во многом за зарубежными практиками обучения социальному предпринимательству, с недавнего времени активно развиваются и российские. Обращаясь, к ведущим современным университетам отметим, что на сегодняшний день, вузы по аналогии с зарубежными практиками создают специальные структуры, отвечающие за обучение социальному предпринимательству. Например, в НИУ «Высшая школа экономики» создан Центр социального предпринимательства и социальных инноваций, в Университете информационных технологий, механики и оптики г. Санкт-Петербург – Центр социального проектирования и предпринимательства и т.д.

Ведя речь об образовательных технологиях, которые используются в отечественной практике обучения социальному предпринимательству, стоит отметить их широкое разнообразие. Среди популярных можно выделить следующие:

- акселерационные технологии – интенсивные образовательные программы, включающие еженедельные мастер-классы, тренинги, практические встречи с социальными предпринимателями, позволяющие в короткий срок проработать бизнес-модель социального проекта с целью презентации инвесторам и сообществу;

- клубные технологии – неформальные встречи будущих и действующих социальных предпринимателей с партнерами, нетворкинг и презентационные сессии для проектирования изменений в области социального предпринимательства;

- технологии наставничества – закрепление за начинающими социальными предпринимателями действующих предпринимателей с целью помощи в организации бизнеса;

- технологии развития «soft skills» (мягких надпрофессиональных компетенций) социального предпринимателя – развитие навыков командообразования, критического и системного мышления, управления временем, публичного выступления и др.

- технологии «service learning» (обучение через действие/сострадание/служение) – формирование проектных и предпринимательских компетенций с помощью социально-полезной деятельности (социальные практики, стажировки в некоммерческих организациях и пр.);

- дистанционные технологии – проведение вебинаров в формате мастер-классов социальных предпринимателей с целью передачи конкретных практических инструментов для осуществления деятельности и другие [2].

Анализ практик обучения социальному предпринимательству в зарубежном и отечественном образовании (системы высшего и дополнительного профессионального образования) показывает общие характеристики его организации.

Во-первых, программы обучения социальному предпринимательству разрабатываются и реализуются совместно с сообществом социальных предпринимателей и бизнес-сообществом в целом. Поэтому университеты, осуществляющие обучение социальному предпринимательству, стремятся к сотрудничеству с различными предпринимательскими ассоциациями, частными социальными предпринимателями для развития социально-предпринимательских компетенций обучающихся.

Во-вторых, в системе высшего образования, в университетах имеется субъект (проект, центр, другая структура), координирующий процесс обучения социальному предпринимательству с применением самых разнообразных образовательных технологий.

В-третьих, существенную роль в актуализации обучения социальному предпринимательству в образовательных организациях высшего и дополнительного профессионального образования играют социальные партнеры: Ассоциации, Фонды, выполняющие координационные, экспертные функции, функции сопровождения, организации эффективного взаимодействия [3].

Выделенные нами характеристики организации обучения социальному предпринимательству в системе высшего и дополнительного профессионального образования показывают принципы открытости образовательного пространства и социального партнерства образовательных организаций и сообществ, которые представляют собой ценностное объединение субъектов, ориентированное на развитие социально-предпринимательской деятельности.

Таким образом, историко-педагогический анализ тенденции расширения и развития современным университетом социального предпринимательства в регионе, анализ содержания социального предпринимательства и социально-предпринимательской компетентности, а также анализ зарубежного и отечественного опыта обучения социальному предпринимательству в системах высшего и дополнительного образования, позволяет выявить организационно -

педагогические условия формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете.

Организационно-педагогическими условиями формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете являются:

- создание в образовательном пространстве современного университета субъекта (проекта, центра, другой структуры), отвечающего за поэтапное формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся;
- развитие данным субъектом образовательного взаимодействия за счет расширения социального партнерства;
- разработка и организация данным субъектом педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся;
- организация диагностики формирования социально-предпринимательской компетентности как процесса становления образовательных результатов.

Литература

1. Логинова Н.Ф., Самсонова С.Х. Педагогическое сопровождение социальной практики // Всерос. портал общественно-активных школ. [М.], 2005–2018. URL: <http://oash.info/library/view/208>
2. Логвинова И.Л. Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт // Современная конкуренция. 2015. Т. 9, № 5 (53). С. 84–106.
3. Ливенцова Е.Ю. Формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете (на материале Парка социогуманитарных технологий) : дис. ... канд. пед. наук. Томск. 181 с.

Вопросы и задания

1. Дайте определение социальному предпринимательству и социальному предприятию.

2. Назовите основные субъектные характеристики социального предпринимателя.

3. Приведите основные характеристики социально-предпринимательской деятельности.

4. Опишите проблемы, на решение которых направлено использование социально-предпринимательской деятельности в образовании.

5. Назовите основные результаты использования форм развития социально-предпринимательской компетентности в образовании.

6. Докажите возможность использования социально-предпринимательской деятельности в вашей образовательной практике.

7. Сформулируйте запрос на использование социально-предпринимательской деятельности в вашей образовательной практике.

8. Обоснуйте значимость социально-предпринимательской компетентности для личностного и профессионального развития студентов в рамках реализуемой Вами образовательной программы, курса и т.п.

9. Охарактеризуйте условия формирования социально-предпринимательской компетентности как образовательного результата.

10. По материалам открытых интернет-источников проанализируйте мировой и российский опыт возникновения и развития социального предпринимательства. Изучите успешные социально-предпринимательские практики. Подготовьте доклад и электронную презентацию одного успешного социально-предпринимательского проекта по следующим критериям:

- Название и суть социально-предпринимательского проекта. На решение какой социальной проблемы направлен проект?
- Кто является целевой группой/потребителем данного проекта?
- Какая работа была сделана авторами проекта для решения ключевых проблем или удовлетворения ключевых запросов и потребностей общества и целевых аудиторий?
- В какой организационно-правовой форме существует данный проект?
- Каким образом данный проект удовлетворяет запросы и потребности или решает проблемы общества и целевых аудиторий? Механизм реализации проекта.

2. Методические основы формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся

2.1. Создание в образовательном пространстве современного университета субъекта, отвечающего за поэтапное формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся

Первым организационно-педагогическим условием формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете является создание в его образовательном пространстве субъекта (структуры, центра, проекта), отвечающего за данный процесс.

В образовательном пространстве Томского государственного университета таким субъектом является Парк социогуманитарных технологий (далее Парк СГТ), созданный в 2010 г. Создание Парка СГТ было вызвано появлением нового направления в деятельности ТГУ «Социально-гуманитарные знания и технологии в модернизации экономики и социальной сферы» в программе развития университетов, в отношении которых установлена категория «Национальный исследовательский университет», а содержание деятельности Парка СГТ уточнялось под влиянием следующих процессов, происходящих в ТГУ:

– вхождения современного классического университета в «неклассическое время» в открытое образовательное пространство региона, что привело к развитию сетевых форм образовательного взаимодействия, консолидации ресурсов (в том числе инновационных) образовательных учреждений для решения задач развития образования;

– включения ТГУ в программу повышения конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров (Программа поддержки крупнейших российских вузов «Проект 5-100»), в которой предусмотрено отдельное направление, отвечающее за процессы взаимодействия университета с местными сообществами.

– движения ТГУ к модели «Университет 3.0» и выполнения социальной «третьей миссии».

Вторым организационно-педагогическим условием формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете является развитие субъектом, отвечающим за данный процесс, образовательного взаимодействия за счет расширения социального партнерства.

В педагогике образовательное взаимодействие рассматривается в качестве особого типа социального взаимодействия, процесса общения его участников с целью достижения общих целей образования.

Образовательное взаимодействие – это взаимодействие различных субъектов, выступающих в качестве участников социального партнерства, по поводу решения образовательных задач. При этом социальное партнерство понимается как совместная деятельность различных институтов или социальных групп, приводящая к позитивным, разделяемым всеми участниками данной деятельности эффектам.

Ключевыми направлениями деятельности Парка СГТ являются следующие:

1. Создание в университете творческой атмосферы для пробуждения у обучающихся инициативы, самостоятельности, активности, а также стремления выявить и решить проблемы местного сообщества.

2. Педагогическое сопровождение развития у обучающихся надпрофессиональных компетенций, необходимых для создания и

успешной реализации социогуманитарных и социально-предпринимательских проектов.

3. Организация образовательного взаимодействия обучающихся с сообществом, коммерческим и некоммерческим сектором региона в процессе инициирования и реализации социально-предпринимательских проектов за счет расширения социального партнерства.

Развитие содержания деятельности Парка СГТ осуществлялось в соответствии с ориентацией на выполнение университетом «третьей миссии», а также принципами открытости образовательного пространства университета.

В рамках первого направления, ориентированного на создание в университете творческой атмосферы для пробуждения у обучающихся инициативы, самостоятельности, активности, а также стремления выявить и решить проблемы местного сообщества (с 2012 г.) Парком СГТ ежегодно проводится конкурс идей для учащейся молодежи «Томск студенческий». Данный конкурс позволяет выявить нестандартные подходы обучающихся к решению социально-значимых проблем местного сообщества и улучшения пространства университета. За каждым участником конкурса закрепляется наставник. Как правило, это студент, имеющий успешный опыт реализации социального проекта. Совместно с наставником, участник составляет «дорожную карту» развития проектной идеи с обозначением имеющихся дефицитов (например, недостаток тех или иных компетенций для реализации проекта, или же отсутствие нужных ресурсов для реализации проекта и навыков поиска этих ресурсов). Таким образом, «дорожная карта» позволяет обучающемуся выстроить шаги по реализации проекта в конкретный период времени; отследить, какие ресурсы необходимы для реализации проекта и где в пространстве университета и местного сообщества их можно получить; понять, какие дополнительные знания и компетенции ему требуются для реализации идеи.

Проведение данного конкурса на протяжении многих лет доказало его эффективность. Участвуя, обучающиеся делают первые

шаги осознанного социального проектирования, нарабатывают первые полезные социальные связи, развивают коммуникативные и проектные навыки. Опыт показывает, что обучающиеся, успешно реализовавшие свои идеи в рамках проведения конкурса с первоначальной поддержкой наставника, в дальнейшем проявляют инициативу и продолжают осуществлять проектную деятельность самостоятельно.

В рамках второго направления, отвечающего за педагогическое сопровождение развития у обучающихся компетенций, необходимых для создания и реализации социогуманитарных и социально-предпринимательских проектов Парк СГТ проводит ряд образовательных Школ: «Школа социального проектирования», «Осенняя школа по развитию социально-предпринимательских компетенций», Школа «Студенты ТГУ – специалисты будущего» и другие.

Надпрофессиональные компетенции, по мнению Ш. Каххарова, включают систему мотивов, ценностей, личностных качеств, участвующих в формировании внутренней структуры самоорганизации действий личности, позволяющих адаптироваться под изменяющиеся требования.

Отсюда на базе Парка СГТ распространена форма проведения деловых игр и тренингов по формированию различных надпрофессиональных навыков («проектное мышление», «критическое мышление», «системное мышление», «Digital skills (компетенции в области использования цифровых технологий) и других), с целью развития «сложного» мышления обучающихся. Несмотря на растущее с каждым годом количество образовательных событий для молодежи в регионе и университете, по-прежнему наблюдается высокий спрос со стороны обучающихся на участие в образовательных событиях подобного рода, организуемыми Парком СГТ с привлечением внешних по отношению к университету специалистов из разных областей и сфер деятельности.

Развитие третьего направления (организация образовательного взаимодействия обучающихся с сообществом, коммерче-

ским и некоммерческим сектором региона в процессе инициирования и реализации социально-предпринимательских проектов за счет расширения социального партнерства) осуществляется за счет реализации следующих задач:

1) взаимодействие с образовательными организациями, Фондами, сообществами в рамках организации и проведения образовательных событий, направленных на формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся;

2) реализация совместных образовательных и социальных проектов с организациями – партнёрами и при поддержке различных грантодающих организаций;

3) организация и реализация сотрудниками и резидентами Парка СГТ образовательных, социальных и социально-предпринимательских проектов для местного сообщества.

В рамках решения первой задачи «Взаимодействие с образовательными организациями, Фондами, сообществами в рамках организации и проведения образовательных событий, направленных на формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся» Парк СГТ развивает такие площадки и реализует такие образовательные события, на которых представители местного сообщества и университетской молодежи имеют возможность выстраивать эффективное взаимодействие. Примерами таких площадок и ежегодных событий служат организованные Парком СГТ Социальная инвестиционная выставка (с 2011 г.), Выставка «Социально-преобразующие проекты молодежи – региону» (с 2013 г.), Образовательный Форум социально преобразующего действия «О моем опыте» (с 2014 г.), Деловой клуб (с 2017 г.) и другие.

Рассмотрим в качестве модельной ситуацию взаимодействия обучающихся с представителями образовательных, общественных, бизнес организаций, органов власти региона в рамках проведения ежегодной Выставки «Социально-преобразующие проекты молодежи – региону», в рамках которой молодежные команды представ-

ляют свои проекты сообществу в формате защиты постерных докладов. По завершению презентаций проектов представители местного сообщества (бизнеса, власти, некоммерческих организаций) и проектные команды имеют возможность обсудить формы дальнейшего сотрудничества:

- проведение совместной деятельности (реализация проектов-победителей происходит в рамках социально ответственной деятельности бизнес-организаций или социально-ориентированной деятельности некоммерческих организаций);

- организационное сопровождение бизнес-наставником проектной команды;

- индивидуальное экспертное консультирование команды проекта-победителя представителем коммерческой или некоммерческой организации и пр.

По итогам проведения ежегодных Выставок сотрудниками Парка СГТ обновляются презентационные материалы (карты, каталоги, буклеты и пр.), включающие описание социально-преобразующей проектной деятельности обучающихся. Материалы рассылаются партнерам Парка СГТ: представителям власти, бизнеса, некоммерческих организаций.

Указанные механизмы, в рамках реализации «третьей роли» университета позволяют продемонстрировать местному сообществу потенциал молодежных команд, реализующих общественно-значимые проекты, а также привлечь внимание представителей местного сообщества региона к программам и проектам университета, сформировать лояльное отношение.

В свою очередь, обучающие имеют возможность принять участие в образовательных программах, реализуемых вышеуказанными организациями на местах.

В рамках решения второй задачи «Реализация совместных образовательных и социальных проектов с организациями – партнёрами и при поддержке различных грантодающих организаций»

Парком СГТ реализованы следующие проекты: Социальные инвестиционные Конкурс и Выставка для учащейся молодежи Томской области «Важное дело» (2013–2017 гг.), Программа развития социально-предпринимательских компетенций молодежи «StartupSocial» (2015–2017 гг.), «Первый раз – в бизнес-класс!» (2016 г.), «Томская область – территория добровольчества» (2016 г.), Форум социально преобразующего действия «О моем опыте» (2016–2017 гг.), «Модели, эффекты, тенденции развития социального предпринимательства (на примере Томской области)» (2016–2017 гг.), Форум социального предпринимательства «Важное дело» (2018 г.) и др.

Данные проекты реализованы в партнерстве и при поддержке представителей власти региона, а также федеральных и региональных грантодающих организаций.

Примером взаимодействия Парка СГТ с социальными предпринимателями региона служит проект, реализованный в 2016 г. «Первый раз – в бизнес-класс!», целью которого являлась организация специальных тематических автобусных экскурсий «Первый раз – в бизнес-класс» с посещением организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства и действующих предприятий малого и среднего бизнеса. Реализация данного проекта позволила Парку СГТ расширить институт наставничества на базе ТГУ.

Значимым является то, что представители социально-ответственного бизнеса и социальные предприниматели региона в дальнейшем стремятся принять участие в образовательных событиях Парка СГТ и ТГУ в качестве ведущих мастер-классов, модераторов круглых столов, докладчиков в рамках Конференций и Форумов, приглашают молодежные проектные команды к участию в организуемых ими Школах и проектах. У обучающихся появляется возможность становления опыта разработки социально-предпринимательских проектов в ходе образовательного и экспертного сопровождения.

Взаимодействие Парка СГТ с некоммерческим сектором (общественными организациями региона) активно осуществляется с

2011 г. Для молодежной аудитории примеры деятельности некоммерческих организаций (далее по тексту НКО) в сферах пропаганды здорового образа жизни, природоохранной деятельности, других социальных сферах выступают в качестве мотивации на осуществление долгосрочной проектной деятельности. Поэтому представители НКО приглашаются Парком СГТ на все профильные мероприятия как эксперты, а обучающиеся имеют возможность пройти социальную стажировку в НКО на базе Центра социального проектирования и стажировок Парка СГТ ТГУ.

В рамках решения третьей задачи «Организация взаимодействия обучающихся с сообществом, коммерческим и некоммерческим сектором региона в процессе инициирования и реализации социально-предпринимательских проектов за счет расширения социального партнерства» Парк СГТ организационно обеспечивает участие резидентов – проектных команд в международных, всероссийских и региональных конкурсах, в том числе проводимых и представителями бизнеса региона с целью поддержки реализации проектов. Так, например, в 2017 г. резидентом Парка СГТ «Агентством содействия молодой семье «Эгида» был реализован социальный проект для воспитанников Центра помощи детям, оставшихся без попечения родителей, ставший победителем программы социальных инвестиций «Газпром нефти» – «Родные города».

Кроме того, Парком СГТ иницирован и проводится собственный ежегодный Конкурс социально преобразующих проектов обучающихся «Важное дело». Конкурс направлен на поддержку проектов социальной и социально предпринимательской направленности обучающихся Томской области. К экспертизе проектов Парком СГТ привлекаются представители внешних образовательных организаций, бизнеса и власти региона, которые осуществляют не только формальную оценку проектов, но и приглашаются экспертами на Выставку проектов – победителей Конкурса и имеют возможность лично дать обратную связь представителям проектных команд.

С целью систематизации и предъявления сообществу накопленного опыта деятельности сотрудников и резидентов Парком СГТ и обсуждения перспектив развития социального предпринимательства в Томской области в 2018 г. Парком СГТ при поддержке Фонда президентских грантов был организован и проведен Региональный молодежный Форум социального предпринимательства «Важное дело».

Одной из ведущих тем для обсуждения в рамках Форума стала следующая: «Потенциал образовательных учреждений для развития социально-предпринимательских компетенций обучающихся». Были отмечены первые результаты по внедрению в образовательные программы курсов по социальному проектированию, определены направления дальнейшего развития этой практики, необходимость объединения в рамках данного подхода образовательных, научных и предпринимательских ресурсов региона, развитие кооперации между социальными предпринимателями, социально-ориентированными НКО и образовательными учреждениями.

Таким образом, ТГУ является университетом современного типа, реализующим «третью миссию» служения в регионе. Поэтому формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся является для ТГУ актуальной образовательной задачей.

С целью решения данной задачи в образовательном пространстве ТГУ создана структура – Парк социогуманитарных технологий, отвечающая за развитие образовательного взаимодействия за счет расширения социального партнерства. Направления деятельности Парка СГТ представлены на рис. 2.

Успешное выполнение ТГУ первых двух организационно-педагогических условий формирования социально-предпринимательской компетентности позволяет перейти к экспериментальной проверке третьего: «Разработка и организация программы педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся».



Рис. 2. Направления деятельности Парка социогуманитарных технологий
Томского государственного университета

Литература

1. Малкова И.Ю., Ливенцова Е.Ю. Развитие социально-предпринимательской компетентности обучающихся в образовательном пространстве

классического университета // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 425. С. 187–190.

2. Малкова И.Ю., Ливенцова Е.Ю. Сетевой подход к развитию социально-предпринимательской компетентности молодежи в образовании // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2017. Вып. 9. С. 113–117.

3. Парк социогуманитарных технологий Томский государственный университет. Томск, 2018. URL: <http://parksgt.tsu.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).

4. Социально-гуманитарные молодежные проекты университетов - местному сообществу : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (25–26 октября 2012 г.) / ред. Е.Г. Сырямкина. Томск : Изд-во Том. гос. ун-та, 2013. 214 с.

2.2. Программа педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов: опыт реализации

Программа педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов успешно реализована на базе Парка социогуманитарных технологий Томского государственного университета в период с 2016 по 2021 г.

Разработка программы педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности осуществляется в условиях образовательного взаимодействия с представителями образовательных учреждений, коммерческих и некоммерческих организаций, которое направлено на:

- организацию научно-методической работы по подготовке координаторов, готовых сопровождать процесс формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся;
- определение маршрутов и этапов педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся.

Последовательно рассмотрим реализацию каждого из направлений.

Организация научно-методической работы по подготовке координаторов, готовых сопровождать процесс формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся осуществлялась посредством трех задач:

1) организация поиска новых знаний в области социального предпринимательства, а также механизмов формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся через выполнение специалистами Парка СГТ научно-исследовательских проектов, организацию научно-методических семинаров с организациями – партнерами, участие в стажировках, программах повышения квалификации;

2) организация обучения технологиям проектного управления в социальной сфере с целью подготовки координаторов, готовых сопровождать процесс формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся;

3) организация обобщения и представления опыта формирования социально-предпринимательской компетентности у обучающихся посредством выступлений координаторов на научно-практических конференциях, издания методических материалов и др.

Вторым направлением практической работы являлось определение маршрутов и этапов педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся.

Под педагогическим сопровождением мы понимаем создание условий, обуславливающих формирование социально-предпринимательской компетентности, ее ценностно-смысловых оснований. Мы исходим из положения о том, что сформированность социально-предпринимательской компетентности проявляется только в процессе осуществления самой деятельности, рефлексии ее технологических и ценностных оснований. В контексте нашего исследования педагогическое сопровождение осуществляется различными субъектами образовательного пространства.

Участниками программы стали обучающиеся различных образовательных учреждений (студенты томских образовательных организаций высшего образования, профессиональных образовательных организаций, учащиеся общеобразовательных организаций). Общее количество участников составило 120 человек.

Педагогическое сопровождение формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся осуществляется поэтапно. Этапы педагогического сопровождения определены нами на основании концепции и практики реализации образовательного проектирования, предметом которого является организация совместной деятельности, взаимодействия участников в ходе разработки и реализации проектов. Одним из результатов образовательного проектирования является становление проектных команд и сообществ, иницирующих создание социально-ориентированных проектов [1]. Рассматривая образовательное проектирование в качестве средства социально предпринимательской деятельности, мы выделили следующие этапы организации педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся:

1. Педагогическое сопровождение процесса формирования у обучающихся представлений о социальном предпринимательстве.
2. Педагогическое сопровождение становления у обучающихся опыта решения социальных проблем или выполнения социальных преобразований во взаимодействии с социальным сектором в различных социальных практиках.
3. Организация рефлексии обучающимися имеющегося опыта решения социальных проблем в ходе специально организованных образовательных событий.
4. Педагогическое и экспертное сопровождение процесса разработки обучающимися социально-предпринимательских проектов.
5. Организация рефлексии технологии разработки обучающимися социально-предпринимательских проектов.

6. Сопровождение реализации обучающимися реальных социально-предпринимательских проектов.

Для каждого этапа определены образовательные формы, обеспечивающие организацию педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся.

Наиболее распространенной формой являлись *образовательные события*, которые в педагогике рассматриваются как форма совместной познавательной деятельности и условие личностного развития человека (В.И. Слободчиков), как пространство порождения новых переживаний, открытий (Н.В. Волкова). Случаи личного участия человека в своем образовании имеет событийную природу, т.е. открывают человеку самого себя как предмет образования (Г.Н. Прокументова).

Этапы организации педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся осуществлялись последовательно. Учитывая разный опыт и меру участия обучающихся в социально-предпринимательской деятельности, были введены три маршрута.

Маршрут первый включает все этапы педагогического сопровождения. Маршрут предназначен для обучающихся, имеющих слабое представление о социально-предпринимательской деятельности, но проявляющих высокий интерес к социально-преобразующей деятельности в целом, стремящихся к получению опыта социальных преобразований.

Маршрут второй включает 3–6 этапы педагогического сопровождения. Маршрут предназначен для обучающихся, имеющих опыт выполнения социальных преобразований, участия в реализации социальных проектов, но не имеющих представления о возможном продолжении деятельности в рамках социально-предпринимательской деятельности (т.е. полученный опыт обучающимися еще не был отрефлексирован).

Третий маршрут включает 4–6 этапы педагогического сопровождения. Маршрут предназначен для обучающихся, имеющих

опыт выполнения социальных преобразований, реализации инициативных социальных проектов, желающих осуществлять социально-предпринимательскую деятельность, но не имеющих опыта разработки и реализации социально-предпринимательских проектов.

Участники выбирают маршрут на основании собеседования, включающего экспертную оценку.

Дальнейшая работа заключалась в организации прохождения обучающимися этапов своего маршрута.

На *первом этапе* организованы формы работы, которые позволили бы обучающимся *сформировать положительные представления о социально-предпринимательской деятельности*, и, в дальнейшем, повлияли бы на мотивацию обучающихся к осуществлению собственных социально-предпринимательских проектов. Мы полагаем, что на эту задачу в образовании работают образовательные события, которые строятся с целью предметного содержания и с целью рефлексии и личностного приращения (различные форматы совместных встреч обучающихся с действующими социальными предпринимателями: круглые столы, мастер-классы, деловые игры и др.).

На *втором этапе*, который посвящен педагогического сопровождению становления у обучающихся опыта решения социальных проблем или выполнения социальных преобразований, организованы формы, обеспечивающие реальное взаимодействие обучающихся с социальным сектором.

Одной из форм приобретения обучающимися опыта решения социальных проблем или выполнения социальных преобразований стала социальная практика в добровольческих и некоммерческих (общественных) организациях города и структурах университета.

В контексте гуманитарного исследования под социальной практикой мы понимаем такую форму организации деятельности, при которой обучающиеся, вступая во взаимодействие с социальной сферой, глубже познают ее, осваивают ее ценности, актуализируют собственный потенциал для выполнения социально-полезной деятельности, приобретают успешный опыт разрешения социальных

проблем, развивая при этом социальные и коммуникативные компетенции.

Таким образом, программа социальной практики включала в себя следующие основные этапы:

1. Подготовительный, в рамках которого обучающиеся, в соответствии со своими интересами, выбирали сферу социальной деятельности (развитие образования, социальной сферы, экологии, здорового образа жизни и т.д.) и некоммерческую организацию для прохождения практики. Данный этап предусматривал проведение индивидуальных консультаций и работу по определению обучающегося в выбранную им организацию.

2. Основной этап подразумевал включение обучающегося в работу выбранной им организации (обсуждение сроков и содержания работы). В процессе прохождения практики обучающиеся могли работать в качестве помощников или исполнителей, как в долгосрочных проектах, так и в разовых акциях. Обучающиеся, с согласия руководителя организации, также имели возможность провести собственное мероприятие или реализовать собственный социальный проект.

3. Заключительный этап был посвящен организации рефлексии обучающихся посредством составления итогового отчета о прохождении практики. В отчет по практике включены:

- анализ деятельности организации, форм ее работы, с помощью которых достигаются положительные результаты социально-ориентированной деятельности;
- описание функционала и проделанная работа обучающимся за время прохождения практики;
- рефлексия личных успехов, достижений, дефицитов в работе, описание приобретенных компетенций.

Экспериментальная апробация социальной практики как формы педагогического сопровождения позволила выявить ее особые возможности для развития социально-предпринимательской компе-

тентности обучающихся. Обучающиеся были включены в совместную деятельность по определению целей, ценностей, норм организации социально-ориентированной деятельности. Следовательно, социальные практики позволили освоить ценности позитивного социального преобразования, присущие социально-ориентированным некоммерческим организациям как субъектам деятельности. Обучающиеся в отчетах выделяли и дополняли их собственным содержанием. Важно (и это отмечают сами участники эксперимента), что социальная практика позволяет обучающимся «прочувствовать» целевую группу, с которой в дальнейшем им предстоит работать.

***Третий этап** посвящен организации рефлексии обучающимися имеющегося опыта решения социальных проблем, реализации социальных преобразований в ходе специально организованных образовательных событий.*

В педагогике рефлексия определяется как процесс и результат осознания участниками образования своего развития и саморазвития, а главные причины и механизмы, которые приводят к этому [2]. К функциям рефлексии относят формирование возможности осознанно проектировать деятельность, что и является главным внутренним механизмом развития социально-предпринимательской компетентности.

Поэтому на данном этапе важно было организовать участие обучающихся в таких образовательных событиях, которые предполагали наличие открытых дискуссионных площадок, стимулирующих к процессу рефлексии.

В рамках данного этапа обучающимся предлагалось участие в образовательном событии – Форуме социально-преобразующего действия учащейся молодежи «О моем опыте».

В рамках Форума обучающимся предлагалась возможность выступить с докладом и представить собственный опыт решения социальной проблемы, актуальной для общества, реализации социального проекта.

Обучающиеся в процессе подготовки и презентации результатов (продуктов) своей деятельности участвовали в рефлексии смысла, содержания и ценности социальной составляющей деятельности, получали общественную и экспертную оценки результатов социальной деятельности. Проблематизация механизмов продолжения, развития социально-ориентированной деятельности, организованная в рамках сопровождения, позволила обозначить у обучающихся дефицит предпринимательского компонента социально-предпринимательской компетентности, важного для эффективной организации деятельности. По итогам участия в образовательном событии у обучающихся возникло желание продолжить социально-одобряемую деятельность, а с другой стороны, выявилась потребность в получении новых знаний и навыков в предпринимательстве.

На *четвертом этапе педагогического и экспертного сопровождения обучающихся в процессе разработки социально-предпринимательских проектов* была организована и проведена Программа «Социальный стартап» (подробно описана в разделе 3).

Программа включала в себя проведение образовательных мероприятий (семинаров, мастер-классов, тренингов, деловых игр), посвященных разработке социально-предпринимательского проекта. Главной задачей Программы являлась разработка социально-предпринимательских проектов и систематизация знаний в области бизнес-проектирования в социальной сфере.

Выбор проектного обучения как формы педагогического сопровождения связан с тем, что проектная деятельность рассматривается как возможность порождения личных замыслов, принадлежащих самим участникам деятельности (Н.Н. Абакумова, И.Ю. Малкова) [3, с. 202]. Следовательно, в процессе разработки социально-предпринимательских проектов:

- проявляется образовательная установка на развитие проектных компетенций как профессиональных, так и надпрофессиональных;
- созданы условия для развития социально-предпринимательской компетентности;

- использованы различные механизмы социально-предпринимательской деятельности;
- организована рефлексия социально-предпринимательской деятельности.

Программа «Социальный стартап» ориентирована на осуществление данных условий.

Первой формой Программы стал групповой рефлексивный семинар с обучающимися, на котором происходило обсуждение смысла и содержания проектной деятельности, оценка совместно с обучающимися потенциала проектирования для развития их профессиональных и надпрофессиональных компетенций в области социального предпринимательства.

На следующем шаге реализации программы «Социальный стартап» были использованы различные формы обучения (семинары, мастер-классы, тренинги, деловые игры), посвященные освоению методов разработки дорожной карты проекта, бизнес-модели социального проекта, сбора команды проекта, осуществления маркетинга, фандрайзинга, продвижения проекта в сообщество, создания эффективной презентации.

С целью эффективного освоения обучающимися технологии и форм проектирования, работа завершалась выполнением конкретного задания, которое приближало обучающегося к реализации проекта (например, запуск группы проекта в социальной сети, организация и проведение первого фандрайзингового мероприятия и др.). Организаторами Программы было составлено методическое пособие, помогающее сопровождать образовательный процесс.

Особую роль в рамках реализации данной Программы играло экспертное сопровождение. В данном случае, эксперты из числа действующих социальных предпринимателей выступали как в качестве ведущих образовательных мероприятий, так и в качестве наставников проектных команд, которые сопровождали проекты в ходе реализации программы и по ее завершению.

В зарубежной литературе приводится содержание различных моделей наставничества. Наряду с такими моделями как «просветитель» и «спонсор», для нашего исследования, важны «компетентностная модель», при которой наставник связывает обучение с практическим применением знаний, и «модель развития», в основании которой находится позиция наставника как помощника в достижении личного и профессионального роста подопечного через специально организуемые формы совместной рефлексии. По нашему мнению, данные модели в наибольшей степени подходит в рамках обучения социальному предпринимательству обучающихся [4].

Образовательная часть программы включала в себя регулярные встречи с экспертами-наставниками после нескольких пройденных тем, в ходе которых предприниматель отвечал на вопросы команды и направлял действия участников.

Благодаря экспертному сопровождению обучающиеся имели возможность перенять предпринимательский опыт решения социальных проблем; повысить уверенность в себе при принятии решений в области использования предпринимательских подходов по решению социальных проблем; повысить эффективность в коммуникации благодаря расширению партнерской сети.

Экспертное сопровождение в Программе «Социальный стартap» удержало три компонента образовательного сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся:

- мотивационное (успешный опыт предпринимателей мотивировал обучающихся на успешное осуществление собственной деятельности);
- консультационное (эксперты передавали знания и опыт, давали оценку предпринятых действий обучающимися по проекту);
- организационное (у эксперта уже наработаны деловые связи и в случае необходимости он помогал команде связаться с нужным партнером или другим экспертом).

Проведение Программы «Социальный стартап» способствовало развитию у обучающихся навыков коммуникации с представителями местного сообщества. Программа основывалась на выстраивании связей между проектными командами и представителями местного сообщества для того, чтобы содействовать расширению реализации возможностей обучающихся в социально-предпринимательской деятельности: помочь привлечь целевую аудиторию, партнеров для своих проектов. Поэтому выпускникам Программы предоставлялась возможность представить свои проекты в рамках презентационной сессии или Выставки перед различными представителями местного сообщества (власти, бизнеса, НКО).

Образовательный результат итогового презентационного этапа заключался в том, что обучающиеся представили для экспертизы продукты проектной деятельности; осуществили индивидуальную саморефлексию содержания и достижений в социально-предпринимательской деятельности.

На *пятом этапе «организации рефлексии обучающихся по итогам разработки социально-предпринимательских проектов»* было реализовано образовательное событие в форме Конкурса социально-преобразующих проектов «Важное дело». По итогам Конкурса была проведена одноименная Выставка проектов обучающихся.

Принять участие в Конкурсе могли проектные команды, разработавшие социально-предпринимательские проекты, направленные на решение социальных проблем различных целевых групп. Оформляя конкурсную заявку, обучающиеся осуществляли рефлексию запланированных на предыдущем этапе педагогического сопровождения шагов по реализации собственного проекта. Образовательные семинары по заполнению заявки для команд, участвующих в Конкурсе, позволили выявить не только технические проблемы в заполнении, но и определить, какие дефициты остались у проектных команд относительно этапов разработки социально-предпринимательского проекта.

Экспертами Выставки стали представители власти, коммерческого и некоммерческого сектора региона, специалисты образовательных учреждений. Экспериментальная апробация данного формата показала, что именно по итогам участия в Выставке проектные команды стали наиболее заинтересованы в реализации собственных проектов на основании одобрения и поддержки со стороны местного социально-предпринимательского сообщества.

Содержание *шестого этапа* педагогического сопровождения развития социально-предпринимательской компетентности обучающихся заключается в *педагогическом сопровождении организации реализации обучающимися реальных социально-предпринимательских проектов*.

На шестом этапе обучающимся было предложено выбрать один из нескольких путей продолжения деятельности. Первый путь представляет реализацию инициативных социально-предпринимательских проектов, а второй – вхождение в действующие социально-предпринимательские проекты в различных позициях: координатора одного из направлений проекта для осуществления задач проекта, действий по его реализации.

Независимо от выбора пути педагогического сопровождение было организовано экспертами Парка СГТ.

Основными показателями эффективности организации шестого этапа педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся мы рассматриваем инициирование обучающимися идеи социально-предпринимательского проекта, ее разработки и реализации.

Таким образом, содержание педагогического сопровождения заключается в организации этапов, соответствующих логике формирования социально-предпринимательской компетентности, в процессе осуществления и рефлексии социально-предпринимательской деятельности.

Формами педагогического сопровождения выступили:

– образовательные события как формы совместной познавательной деятельности;

– формы организации рефлексии личностных достижений, возможностей для участия в социально-предпринимательской деятельности (индивидуальная и групповая рефлексия);

– формы, обеспечивающие становление личного опыта осуществления социально-предпринимательской деятельности, позволяющего отразить ее ценности (социальная практика) и личностную значимость данной ценности в процессе реализации социально-предпринимательского проекта (экспертное сопровождение).

На основании разного уровня включенности обучающихся в социально-предпринимательскую деятельность определены маршруты педагогического сопровождения. Первый маршрут организован для обучающихся, не имеющих представления о социальном предпринимательстве. Второй – для обучающихся, не имеющих опыта социально-предпринимательской деятельности. Третий – для желающих освоить технологию, культуру и ценности социально-предпринимательской деятельности.

Диагностика на этапах организации педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся была направлена на анализ успешности прохождения этапов и возможности перехода на следующий этап.

Литература

1. Малкова И.Ю. Проектирование в образовании : гипотеза о содержании проектной компетентности // Вестник Томского государственного университета. 2005. № 286. С. 164–168.

2. Кашлев С.С. Современные технологии педагогического процесса : пособие для педагогов. Минск : Высш. шк., 2002. 95 с.

3. Абакумова Н.Н., Малкова И.Ю. Компетентностный подход в образовании: организация и диагностика. Томск : Изд-во Том. гос. ун-та, 2007. 368 с.

4. Корниенко А.Ф. Соотношение понятий «субъект», «субъективность», «субъектность» // Человек, субъект, личность в современной психологии : материалы междунар. конф., посвящ. 80-летию А.В. Брушлинского. М., 2013. Т. 1. С. 208–210.

2.3. Диагностика сформированности социально-предпринимательской компетентности обучающихся

Диагностика сформированности социально-предпринимательской компетентности обучающихся основана на применении комплекса диагностических методов:

- экспертная оценка сформированности компетентности;
- анализ продуктов деятельности – действующих проектов обучающихся.

Рассмотрим подробнее применение каждого из методов.

Для проведения экспертной оценки нами была разработана карта социально-предпринимательской компетентности, включающая перечень образовательных результатов (знаний, умений и навыков), показатели и уровни ее сформированности (табл. 1).

Экспертная карта разрабатывалась для всех обучающихся – участников программы. Оценивание по карте проходило в два этапа, перед началом эксперимента и по его завершению, т.е. по итогам прохождения обучающимся всех этапов педагогического сопровождения.

Оценивание по карте осуществляли приглашенные эксперты. Экспертами выступали действующие предприниматели, осуществляющие деятельность в социальной сфере, руководители и специалисты социально ориентированных некоммерческих организаций, специалисты образовательных учреждений, организующие деятельность по развитию проектных и предпринимательских компетенций молодежи.

Таблица 1

Показатели оценки образовательных результатов в процессе формирования социально-предпринимательской компетентности обучающихся

Образовательные результаты (знания, умения, навыки)	Показатели оценки образовательного результата		
	Активный уровень (0-1 балл)	Стартовый уровень (2 балла)	Продуктивный уровень (3 балла)
Обучающийся должен знать			
Содержание социального предпринимательства и его ценностей	Обучающийся имеет слабое представление о содержании социального предпринимательства и его ценностях	Обучающийся знает и может представить содержание социального предпринимательства и его ценностей	Обучающийся знает и понимает, как соотносить знания о содержании социального предпринимательства и его ценностях
Основы бизнес-проектирования в социальной сфере	Обучающийся имеет слабое представление о содержании бизнес-проектирования в социальной сфере	Обучающийся имеет общее представление о бизнес-проектировании в социальной сфере	Обучающийся знает и понимает основы бизнес-проектирования в социальной сфере
Обучающийся должен уметь			
Использовать коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований	Обучающийся не способен использовать коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований	Обучающийся способен использовать коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований	Обучающийся использует коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований
Разрабатывать замысел социально-предпринимательского проекта, планируя достижение двух эффектов: социального и экономического	Обучающийся не способен разрабатывать замысел социально-предпринимательского проекта, планируя достижение двух эффектов: социального и экономического	Обучающийся способен разрабатывать замысел социально-предпринимательского проекта, планируя достижение двух эффектов: социального и экономического	Обучающийся разрабатывает замысел социально-предпринимательского проекта, планируя достижение двух эффектов: социального и экономического
Обучающийся должен владеть			
Методами взаимодействия в проектной команде при	Обучающийся не владеет методами взаимодействия в	Обучающийся владеет методами взаимодействия в	Обучающийся применяет методы взаи-

разработке и реализации социально-предпринимательского проекта	проектной команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта	проектной команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта	действия в проектной команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта
Методами взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации проекта	Обучающийся не владеет методами взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации проекта	Обучающийся владеет методами взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации проекта	Обучающийся применяет методы взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации проекта
Методами бизнес-проектирования в социальной сфере	Обучающийся не владеет методами бизнес-проектирования в социальной сфере	Обучающийся владеет методами бизнес-проектирования в социальной сфере	Обучающийся владеет методами и проявляет творческий, нестандартный подходы при осуществлении бизнес-проектирования в социальной сфере
Методами рефлексии в процессе осуществления социально-предпринимательской деятельности	Обучающийся не владеет методами рефлексии в процессе осуществления социально-пред. деятельности	Обучающийся владеет методами рефлексии в процессе осуществления социально-пред. деятельности	Обучающийся применяет методы рефлексии в процессе осуществления социально-пред. деятельности
Методами организации коммуникации, непосредственного взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность, построения сетевых связей, расширения сети партнеров	Обучающийся не владеет методами коммуникации, непосредственного взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность, построения сетевых связей, расширения сети партнеров	Обучающийся владеет методами коммуникации, непосредственного взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность, построения сетевых связей, расширения сети партнеров	Обучающийся применяет методы коммуникации, непосредственного взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность, построения сетевых связей, расширения сети партнеров
Методами анализа эффективности социально-предпринимательской дея-	Обучающийся не владеет методами анализа эффективности социально-	Обучающийся владеет методами анализа эффективно-	Обучающийся применяет методы анализа эффективности социально-предпри-

тельности в соответствии с нравственными, ценностными и этическими нормами	предпринимательской деятельности в соответствии с нравственными и этическими нормами	предпринимательской деятельности в соответствии с нравственными и этическими нормами	нимательской деятельности в соответствии с нравственными и этическими нормами
--	--	--	---

Итоговое количество баллов распределяется по уровням сформированности компетентности:

0–9 баллов – активный;

10–18 баллов – стартовый;

19–27 баллов – продуктивный.

Активный уровень отражает *интерес* обучающегося к знаниям в области бизнес-проектирования в социальной сфере, к разработке замысла социально-предпринимательского проекта, к творческой деятельности в социальной сфере, к деятельности в проектной команде, к реализации замысла социально-предпринимательского проекта, рефлексии анализу нравственных и этических норм социально-предпринимательской деятельности, но не демонстрирует конкретных знаний и умений.

Стартовый уровень показывает, что обучающийся *владеет* ценностями социально-предпринимательской деятельности, выделяет коммуникацию как ресурс осуществления социальных преобразований, владеет некоторыми методами организации коммуникации, взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность; владеет общими представлениями о бизнес-проектировании в социальной сфере, этапами разработки замысла социально-предпринимательского проекта; проявляет творчество при осуществлении бизнес-проектирования в социальной сфере; владеет методами взаимодействия в команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта, осуществляет определенные действия по реализации замысла социально-предпринимательского проекта; применяет рефлексию в процессе социально-предпринимательской деятельности, осуществляет разработку социально-предпринимательского проекта в соответствии с

нравственными и этическими нормами; участвует в реализации социально-предпринимательского проекта в качестве исполнителя.

Продуктивный уровень показывает, что обучающийся *организует деятельность* в соответствии с главными ценностями социального предпринимательства, коммуникацию при осуществлении социальных преобразований; владеет методами организации коммуникации, взаимодействия с целевыми группами, для которых организуется деятельность, участвует в построении сетевых связей, расширении сети партнерских отношений; применяет знания в области бизнес-проектирование в социальной сфере в деятельности; осуществляет разработку замысла социально-предпринимательского проекта, планируя достижение двух эффектов: социального и экономического. Обучающийся проявляет личную инициативу, творческий подход при осуществлении бизнес-проектирования в социальной сфере; проявляет культуру организации взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации социально-предпринимательского проекта; организует деятельность по реализации замысла социально-предпринимательского проекта, рефлексии в процессе социально-предпринимательской деятельности; организует социально-предпринимательскую деятельность по проекту в соответствии с нравственными и этическими нормами.

Поскольку социальное предпринимательство – это особый тип деятельности, а социально-предпринимательская компетентность включает значимый мотивационно-ценностный компонент (ориентация на выполнение «миссии» по решению социальных проблем, создания социально-экономических ценностей), то судить о сформированности данного компонента и компетентности в целом эксперты могли, оценивая продукты образовательной деятельности обучающихся – результаты реализованной проектной деятельности.

Другим качественным методом, позволяющим судить о сформированности социально-предпринимательской компетентности обучающихся, является анализ *продуктов деятельности обучающихся – действующих проектов*. Так, по итогам педагогического

сопровождения более половины обучающихся выступили руководителями собственных социально-предпринимательских проектов и выполнили ряд шагов по их реализации. Другая половина обучающихся не проявили себя в позиции организатора деятельности, но включились в реализацию действующих проектов в качестве исполнителей, осуществив компетентностную пробу.

Ранее мы определили, что социальное предпринимательство (и это его принципиальное отличие от других видов деятельности) выступает как продуктивное, нацеленное на создание не только товаров и услуг, но и полезных институтов, комфортных отношений, более благоприятных условий окружающей среды и т.д. При этом социальное предпринимательство не только приносит пользу обществу, но и создает «общие ценности», формируемые социальной «миссией». Отсюда, в содержание социально-предпринимательской компетентности, кроме деятельностно-проектировочного (знания, умения и навыки, которыми должен обладать социальный предприниматель), включены еще два компонента: мотивационно-ценностный (наличие мотивации на выполнение «миссии» по решению социальных проблем, создания социально-экономических ценностей) и рефлексивно-аналитический (рефлексия смысла и ценности осуществления социально-предпринимательской деятельности).

В связи с этим, анализ деятельности команд по реализации разработанных в ходе педагогического сопровождения проектов, экспертная оценка достижений обучающихся позволили нам особенно выделить 8 проектных команд, деятельность которых ориентирована на достижение одного из социально-преобразующих эффектов, формирующихся через создание различных форм социально-экономической ценности, приведенных нами в разделе 1.

Таким образом, обучающие, включенные в команды вышеуказанных проектов, осознают роль, смысл и ценности социально-предпринимательской деятельности, что позволяет судить о «продуктивном» уровне сформированности у них социально-предпринимательской компетентности.

Важно отметить, что в результате педагогического сопровождения среди представленных проектов четыре были юридически оформлены (два проекта в качестве индивидуального предпринимателя (ИП) и 2 в качестве общественной организации (ОО)). Это означает наличие у обучающихся – руководителей данных проектов устойчивой деятельности по выполнению социально-экономических преобразований в интересах общества. Ряд проектов по итогам педагогического сопровождения стали участниками различных всероссийских и областных конкурсов, которые позволили им реализовать проектные инициативы.

Вопросы и задания

1. Обозначьте понятия, определяющие полноту категории «педагогическое сопровождение».

2. Назовите этапы педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов.

3. Опишите основные формы и условия реализации педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов в образовательной практике вуза.

4. Сформулируйте принципиальные требования к профессиональному мастерству преподавателя высшей школы в контексте организации педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов.

5. Оцените достоинства и дефициты собственного профессионализма, обуславливающие готовность реализовывать программу педагогического сопровождения формирования социально-предпринимательской компетентности студентов.

6. Разработайте 2–3 формы организации педагогического сопровождения формирования и диагностики социально-предпринимательской компетентности студентов в собственной педагогической практике.

7. Разработайте проект организации педагогического сопровождения формирования и диагностики социально-предпринимательской компетентности студентов в рамках Вашей профессиональной или образовательной деятельности.

Литература

1. Краснорядцева О.М. Проблема психологического содержания экспертизы и диагностики инноваций в образовании // Экспертиза образовательных инноваций / под ред. Г.Н. Прокументовой. Томск, 2007. С. 39–42.
2. Ливенцова Е.Ю. Формирование социально-предпринимательской компетентности обучающихся в современном университете (на материале Парка социогуманитарных технологий) : дис. ... канд. пед. наук. Томск. 181 с.
3. Малкова И.Ю. Открытая экспертиза инновационного содержания образовательных проектов // Экспертиза образовательных инноваций / под. ред. Г.Н. Прокументовой. Томск, 2007. С. 57–69.
4. Сырякина Е.Г. Общественная составляющая экспертизы в инновационных образовательных процессах // Экспертиза образовательных инноваций / под. ред. Г.Н. Прокументовой. Томск, 2007. С. 64–70.

3. Образовательный потенциал технологии «социальный акселератор» для развития социально-предпринимательской компетентности обучающихся

В настоящее время при подготовке предпринимателей все большую популярность в университетской среде завоевывают так называемые «акселераторы». Акселератор – это образовательная технология, применяющаяся в бизнес-среде, и потому за рубежом получила название «бизнес-акселератор».

Данная технология может применяться в рамках отдельных дисциплин и курсов по социальному предпринимательству или же в качестве самостоятельного элемента (программы).

Бизнес-акселераторы стали впервые появляться в США с 2005 г. как специальные институты по поддержке стартапов, организующие программы интенсивного развития проектов. Обучение в акселераторе проходит в течение нескольких месяцев и предполагает знакомство проектных команд с различными областями предпринимательства, с инвесторами, специалистами и известными предпринимателями. Такая образовательная технология позволяет в сжатые сроки вывести бизнес-идеи на уровень получения реальной прибыли.

Если сравнивать акселераторы социального бизнеса в России и за рубежом, то следует отметить, что зарубежные акселераторы направлены в большей степени на продвижение уже оформленных социально-предпринимательских проектов, а в отечественной практике целью акселератора является проработка социального проекта, построение бизнес-модели, а также поиск актуальных механизмов финансирования.

В целом можно выделить следующие виды образовательных технологий, применяемых в обучении социальному предпринимательству в России и за рубежом:

- тренинговые технологии;
- информационные образовательные технологии (дистанционное обучение);
- классические образовательные технологии в высшем образовании (академические программы);
- акселерационные технологии.

Технология акселератора вбирает в себя характеристики всех вышеперечисленных видов образовательных технологий:

– программа акселератора предполагает интерактивное взаимодействие эксперта или предпринимателя с обучающимся, также используются и тренинговые методы, например, при формировании навыков работы в команде (интерактивные технологии);

– образовательные мероприятия акселератора направлены на развитие социально-предпринимательских навыков обучающегося (компетентностно-ориентированные технологии), где преподаватели используют личностно-ориентированный подход (индивидуально работают с каждой проектной командой);

– часть акселератора может проходить с использованием дистанционной формы обучения, а при проведении занятий используются мультимедийные средства (информационные технологии).

Отличие акселератора от тренинга или классической академической программы заключается в продолжительности, что оказывает значительное воздействие на получаемый образовательный эффект. Тренинг рассчитан на короткий период времени, что не позволяет качественно развивать социально предпринимательские компетенции, академические программы, наоборот, рассчитаны на продолжительный срок и направлены на систематическое, поэтапное погружение в тему.

С учётом специфики студенческой аудитории наиболее эффективной технологией по вовлечению в социальное предпринима-

тельство является акселератор, поскольку он не рассчитан на долгий период обучения и в то же время не предполагает коротких тренинговых встреч. Акселератор предполагает качественное содержательное наполнение, а также предоставляет возможность разрабатывать и реализовывать проекты под руководством наставника, который оказывает экспертное сопровождение. Ввиду отсутствия у студентов опыта по реализации социально-предпринимательских проектов, экспертное сопровождение является важным элементом акселерационной технологии, поскольку позволяет студенту эффективно работать над проектом по окончании обучения. Также важной составляющей акселерационной технологии является то, что, получая новые знания и навыки, студенты сразу применяют их на практике в процессе разработки проекта, что позволяет развивать и закреплять компетенции через конкретное действие.

Принимая во внимание все вышеперечисленные аргументы, именно на основе данной технологии на базе Парка социогуманитарных технологий Томского государственного университета была разработана и апробирована технология «Образовательный акселератор «StartupSocial», направленная на вовлечение студенческой молодёжи в социальное предпринимательство.

Технология включает в себя образовательный интенсив, консультационную и экспертную поддержку, а также доступ к различным ресурсам, позволяющих в ускоренном режиме развивать проекты обучающихся.

«Образовательный акселератор «StartupSocial» выстроен на основе технологии акселератора, которая предполагает:

- наличие конкретной образовательной цели;
- чётко определённые этапы реализации технологии;
- краткосрочный период обучения;
- привлечение к преподаванию действующих социальных предпринимателей;
- развитие социально предпринимательских навыков через интерактивные формы обучения;

- наличие методов промежуточного контроля обучения;
- организацию экспертного сопровождения на протяжении всего периода обучения и во время реализации проекта.

Цель акселератора – вовлечение студенческой молодёжи в социальное предпринимательство.

Задачи акселератора:

- изучение студентами основ социально-предпринимательской деятельности через обеспечение единства теории и практики;
- формирование у студентов позитивного отношения к социальному предпринимательству;
- развитие базовых социально-предпринимательских навыков;
- установление взаимодействия студентов с сообществом социальных предпринимателей, обеспечивающее более эффективную реализацию разработанных ими проектов.

Технология включает в себя 4 основных модуля: подготовительный (привлечение желающих к участию, отбор заявок на участие); введение в социальное предпринимательство; образовательный интенсив и реализация проектов, включающая экспертное сопровождение. Каждый модуль должен реализовываться в указанном порядке. Длительность обучения составляет от 6 недель до нескольких месяцев.

В реализации данной образовательной технологии используются четыре основных формы обучения: мастер-класс, деловая игра, тренинг, экспертное сопровождение.

Мастер-класс – это такая форма передачи знаний и умений, обмена опытом обучения и воспитания, центральным звеном которой является демонстрация оригинальных методов освоения определённого содержания при активной роли всех участников занятия. Мастер-класс предполагает наличие высококвалифицированного специалиста в определённой сфере деятельности, владеющего оригинальной технологией. В рамках акселератора «StartupSocial» ведущими мастер-классов выступают действующие предприниматели, специалисты в своей области деятельности.

Деловая игра – это такая форма обучения, которая направлена на воссоздание конкретного содержания профессиональной деятельности. Деловая игра предполагает моделирование, имитацию конкретных ситуаций и поиск новых способов разрешения профессиональной задачи. Преимущества данной формы обучения состоят в том, что в процессе совместной деятельности снимаются противоречия между абстрактными теоретическим материалом и конкретной практической деятельностью.

Тренинг как форма обучения представляет собой «организацию самостоятельной работы, в процессе которой участники осваивают определенный набор умений, изменяют в нужную сторону отношения к какому-либо процессу».

Тренинг направлен на формирование конкретных умений, содержательная часть которых уже освоена обучающимися до его проведения.

Экспертное сопровождение в социальном предпринимательстве – это «добровольное, безвозмездное взаимодействие опытного состоявшегося предпринимателя (эксперта) с начинающим или менее опытным предпринимателем (протеже) на индивидуальной основе, предполагающее передачу навыков, знаний и опыта наставника и осуществляемое с целью развития бизнеса или проекта наставляемого». В рамках «Образовательного акселератора» экспертное сопровождение осуществляется посредством индивидуальных консультаций.

Для более эффективного освоения образовательного материала для участников была также разработана рабочая тетрадь, которая содержит теоретическую и практическую информацию по всем образовательным семинарам и мастер-классам.

Подготовительный модуль выступает как элемент мотивации участников на участие в акселераторе.

За некоторое время до начала реализации «Образовательного акселератора» проводятся специальные тематические экскурсии для

студенческой молодёжи, в рамках которых участники имеют возможность встретиться с действующими предпринимателями, пообщаться с ними, задать интересующие вопросы. В программу экскурсий также включено посещение организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства. Например, специалисты городского центра поддержки малого и среднего бизнеса знакомят студентов с мерами поддержки молодых предпринимателей, рассказывают о существующих программах. Экскурсия помогает студентам преодолеть страх и снять некоторые барьеры, замотивировать себя на занятие предпринимательской деятельностью в целом. Поскольку риск является основной характеристикой предпринимательства, многие студенты боятся начать свой бизнес, а встречи с реальными предпринимателями помогают понять, что это действительно возможно.

Экскурсии знакомят студентов с предпринимательской деятельностью, поскольку она является одним из основных видов деятельности социального предпринимателя. После посещения экскурсии всем желающим предоставляется возможность принять участие в «Образовательном акселераторе», чтобы углубить свои знания и разработать свой социально-предпринимательский проект.

Затем студенты знакомятся с содержанием образовательной программы акселератора и подают заявки на участие в электронной форме, где им необходимо указать название проекта, его цель и дать его краткое описание. На данном этапе происходит знакомство организаторов с предлагаемым проектом, что позволяет понять, на каком уровне развития он находится и как эффективнее простроить дальнейшую работу. После того, как участники отобраны, начинаются первые очные образовательные встречи в рамках модуля «Введение в социальное предпринимательство».

Модуль «Введение в социальное предпринимательство». В содержание данного модуля входят два образовательных мероприятия: мастер-классы «Выбор идеи для социального бизнеса» и «Социальная деятельность предпринимателя».

Данный модуль направлен на введение участников в контекст социального предпринимательства. Участники знакомятся с определениями социального предпринимательства с примерами деятельности действующих социальных предпринимателей в России и за рубежом. Также участники дорабатывают свои идеи социальных и предпринимательских проектов под социально-предпринимательские.

По результатам освоения данного модуля участники окончательно определяются со сферой реализации проекта, дорабатывают идею своего социально-предпринимательского проекта. Также в процессе обучения происходит формирование четкого представления о социальном предпринимательстве в целом и осознание социальной значимости деятельности социального предпринимателя.

Образовательный интенсив. Данный модуль включает в себя 7 образовательных мероприятий. Он направлен на детальную проработку проекта и подготовку к его реализации.

В рамках образовательного интенсива студентам предлагаются разнообразные мастер-классы, деловые игры и тренинги:

- **Деловая игра «Разработка бизнес-модели. Составление бизнес-плана»** (см. прил. 1).

В рамках данной деловой игры участникам предлагаются различные кейсы по анализу рынка, алгоритмы и технологии составления бизнес-модели и бизнес-плана проекта. По результатам деловой игры обучающиеся должны быть способны описать бизнес-модель и написать бизнес-план своего собственного проекта.

- **Мастер-класс «Выбор правовой формы социального бизнеса».**

На данном мастер-классе специалистом представляются все возможные организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, описываются их недостатки и преимущества на основе конкретных примеров. По результатам данного образовательного мероприятия участники должны определить, в рамках какой правовой формы могут реализовываться их проекты.

- **Мастер-класс «Говорим о привлечении средств: фандрайзинг и краудсорсинг».**

В рамках этого образовательного мероприятия студенты знакомятся с технологиями привлечения средств на примере действующего социально-предпринимательского проекта. Ведущий мастер-класса, социальный предприниматель, делится своим собственным опытом по проведению фандрайзинговых мероприятий и написанию грантовых заявок. По завершению этого мастер-класса участникам необходимо составить ресурсную карту своего проекта и определить способы получения обозначенных ресурсов.

- **Тренинг «Эффективная команда, реализующая социальный бизнес».**

На данном тренинге сначала разбирается теоретическая информация, связанная с подбором членов команды и правильным распределением обязанностей, а затем проводится тренинг по командообразованию с дальнейшей рефлексией каждого тренингового задания. По итогам освоения темы участникам предлагается распределить или перераспределить роли в команде и назначить ответственных за тот или иной этап реализации проекта.

- **Мастер-класс «Технологии продвижения бизнес-проектов в новых медиа».**

Данный мастер-класс предполагает детальный разбор успешных кейсов по PR-продвижению бизнес-проектов, а также освоение технологий продвижения социально-предпринимательских проектов с учётом их специфики. По итогам освоения материала участники должны составить свой собственный PR-план для реализации проекта.

- **Тренинг «Секреты успешной презентации проекта».**

Этот тренинг направлен на обучение участников эффективной самопрезентации, представлению проекта потенциальным инвесторам в формате «Elevator pitch». В процессе работы каждому участнику предоставляется возможность презентовать свой проект, затем

разобрать допущенные ошибки и получить рекомендации. В результате каждая проектная команда должна подготовить презентацию своего проекта для итоговой защиты.

• Итоговая защита проектов.

Защита проектов участников выступает формой итогового контроля прохождения образовательного интенсива. Проектные команды должны представить: цель и задачи проекта, бизнес-модель проекта, ресурсную карту проекта, PR-план проекта и ожидаемые результаты. Эксперты «Образовательного акселератора» оценивают проекты участников и дают практические рекомендации по улучшению и реализации проекта.

Итоговая защита может проходить в двух форматах: экспертной кругосветки и выставки проектов. Экспертная кругосветка сначала предполагает защиту проектов в формате презентации, а затем индивидуальное общение с каждым экспертом. Выставка представляет собой презентацию проекта в виде стендового доклада, где не только эксперты, но и представители местного сообщества в свободной форме могут пообщаться с каждым представителем проекта, оценить его, задать интересующие вопросы и дать свои рекомендации.

Итоговая защита проектов участников является очень важным элементом «Образовательного акселератора», поскольку она позволяет:

- оценить эффективность образовательных мероприятий;
- получить рекомендации и практические советы по реализации проекта от экспертов из разных профессиональных областей;
- подобрать наставника из числа действующих предпринимателей.

По окончании интенсивной образовательной программы студентам предоставляется возможность реализовывать и улучшать свой проект под дальнейшим руководством и сопровождением экспертов, что и подразумевает собой **четвёртый модуль акселератора**. Наставник «Образовательного акселератора «StartupSocial» выполняет следующие функции:

- мотивационную (наставник – действующий предприниматель, который обладает опытом успешной реализации одного или нескольких предпринимательских проектов);
- консультационную (наставник обеспечивает оперативную обратную связь по действиям, совершаемым студентами в течение реализации проекта);
- организационную (наставник располагает наработанными деловыми связями, благодаря которым он может помогать подопечным налаживать контакты с партнерами, клиентами и инвесторами).

Экспертное сопровождение является неотъемлемой составляющей «Образовательного акселератора» и позволяет начинающим предпринимателям избежать ошибок на ранней стадии развития проекта, а также быстрее перейти «от идеи к действию» в процессе разработки проекта.

Общим результатом освоения акселератора является запуск реализации проекта социально-предпринимательской направленности.

Таким образом, образовательные эффекты достигаются за счет совокупности следующих аспектов: *знаниевого* (структурирование проектной командой основных этапов реализации проекта в процессе освоения образовательных мероприятий), *консультационного* (привлечение экспертов-предпринимателей, дающих внешнюю независимую оценку проекта; мониторинг деятельности проектных команд в процессе экспертного сопровождения) и *деятельностного* (обеспечение условий для перехода от планирования проекта к его реализации).

Приложение

Как известно, любой бизнес или проект начинается с бизнес-идеи. Но сама по себе она не несет большой ценности, так как большинство людей рожают десятки идей каждый день. Нужен план – как вашу идею воплотить в жизнь. Иными словами, если не иметь хорошего плана по достижению цели, вряд ли она станет чем-то большим для вас, чем просто мечтой даже через много лет.

У любого термина есть множество определений. Наиболее краткое и отражающее основной смысл понятия «бизнес-план» такое:

Бизнес-план – это документ или, по-другому, руководство, которое описывает идею проекта, бизнес-процессы и механизмы их реализации с целью достижения целей, заявленных автором документа (бизнес-плана)

Бизнес-план – вещь относительно простая. Он отвечает всего лишь на 3 вопроса: что вы хотите, как этого добиться и что для этого нужно. Структура бизнес-плана, как правило, состоит из следующих разделов:

1. Резюме

Цель данного раздела – произвести положительное впечатление на инвесторов и дать общую характеристику бизнес-плана в целом. Резюме не должно быть длинным, его оптимальный объем от 2 до 4 страниц.

Здесь должно быть только самое главное:

- краткое описание компании (наименование, история развития, учредители и их доли, успешно реализованные проекты, область деятельности);
- название проекта, его цели и краткое описание;
- продукт проекта (товар/услуга), его краткая характеристика;

- ресурсы проекта (общая стоимость проекта, потребность в дополнительных финансах и сумма собственных вложений, потребность в человеческих ресурсах);
- показатели социально-экономической и финансовой эффективности проекта по периодам (прибыльность, срок окупаемости, количество уплачиваемых налогов);
- целевые рынки сбыта и место компании на них, конкурентные преимущества продукта / услуги проекта;
- стратегия маркетинга (планируемая доля рынка через 3-5 лет, методы продвижения);
- персонал и ответственные лица (команда проекта), характеристика основных участников и их предыдущих успехов, важных для реализации предлагаемого проекта);
- условия привлечения инвестиций (процент выплат по займу, размер получаемой прибыли на инвестиционный капитал, условия выхода инвестора из проекта, приемлемые для заявителя);
- рентабельность и срок возврата инвестиций.

Резюме стоит писать в самом конце, когда основная часть бизнес-плана уже написана. Как вы заметили, резюме содержит «выжимку» из разделов вашего бизнес-плана.

2. Описание заявителя проекта

В данном разделе представляется следующая информация:

- сведения о претенденте: статус, уставный капитал, финансовое положение, когда, кем, с какой целью была / будет основана компания;
- организационно-правовая форма, структура собственности (учредители и их доли);
- структура управления, количество работников и их квалификация;
- поддержка проекта местной администрацией;

- текущие и имевшие место в прошлом финансовые обязательства (кредитная история).

3. Описание товара или услуги

Кратко опишите в этом разделе проблемы, решаемые в рамках проекта. Опишите товары и/или услуги, которые планирует реализовывать ваша компания. Для этого проведите предварительную работу, в которую войдет:

- описание основных товаров (услуг) компании и второстепенных;
- описание потребительских качеств коммерческого продукта / услуги;
- конкурентные преимущества продукта;
- защита интеллектуальной собственности, если она используется в проекте;
- фотосъемка вашей продукции;
- определение портрета вашего идеального потребителя;
- проведение анализа рынка на предмет наличия схожих товаров или услуг на вашем целевом рынке;
- планирование организации сервиса (если того требует специфика вашей компании);
- описание модели ценообразования. Сможете ли вы конкурировать с уже имеющимися компаниями вашего сегмента;
- календарный график реализации проекта с указанием этапов, сроков, достигаемых результатов, ответственных лиц и необходимых ресурсов.

4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Маркетинг – один из важнейших бизнес-процессов.

Он включает в себя анализ рыночной среды, конкурентов и вашей стратегии продвижения товара (услуги) до конечного потребителя.

Чтобы максимально точно прописать маркетинговый раздел, ответьте на вопросы:

- В каких рыночных условиях будет работать ваша компания?
- Каких конкурентов можно выделить в вашей сфере?
- Какие методы продвижения используют ваши конкуренты и сможете ли вы продвигаться лучше?
- Какие инструменты продвижения вы планируете использовать (возможно, это реклама, прямые продажи, стимулирование сбыта и др.)?
- Почему именно ваш товар (услугу) должен выбрать потребитель при прочих условиях? Каковы преимущества и недостатки Вашей продукции/услуги относительно конкурентов?
- Конечные потребители; особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект.
- Организация сбыта (описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта).
- Обоснование цены на продукцию (метод установления цены, конкурентоспособность цены, возможные скидки, надбавки).
- Есть ли сезонность у вашего бизнеса и если да, то в какое время?
- Программа по организации рекламы, примерный объем затрат.

5. Производственный план

Этот пункт бизнес-плана не обязателен для компаний, которые не планируют заниматься непосредственно производством. Данный раздел можно пропустить, если ваша компания собирается оказывать услуги или продавать товары, то есть заниматься торговлей.

Если же ваше предприятие планирует заниматься именно производством продукции, то в этом разделе вам нужно будет ответить на следующие вопросы:

- Сколько производственных мощностей вам понадобится для реализации производства (производственной линии)?

- В какой последовательности оборудование будет внедрено и подготовлено к работе?
- Требования к организации производства;
- Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка, лизинг);
- Какова предполагаемая динамика увеличения производства с течением времени?
- Как будет осуществляться доставка необходимых материалов к месту производства, и кто будет поставщиком сырья? Здесь необходимо описать вопросы логистики и охарактеризовать ваших поставщиков сырья и материалов, ориентировочные цены.
- Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами;
- Стоимость производственных основных фондов;
- Если ваше предприятие располагает какими-либо основными средствами или производственными мощностями, то как они будут состыкованы с вновь установленным оборудованием?
- Годовые затраты на выпуск продукции, переменные и постоянные затраты, себестоимость единицы продукции.
- Форма амортизации (простая, ускоренная), норма амортизационных отчислений.
- Как будет выглядеть весь производственный процесс? Здесь желательно описать программу производства и реализации продукции, технологии производства; привести наглядную схему с пояснениями (ее можно вынести в приложение к бизнес-плану).

6. Организационный план

В данном разделе необходимо отразить ваши действия по организации бизнеса, разбитые на конкретные шаги со сроками реализации каждого этапа, ответственным лицом и ожидаемыми результатами.

Лучше всего это сделать в виде таблицы (Наименование этапа /Сроки реализации /Ответственный/ Ожидаемые результаты и примечания).

Здесь напишите, что нужно сделать в первую очередь, что во вторую и т.д.

7. Финансовый план (бюджет)

В этой части бизнес-плана вы составляете подробную смету, то есть планируете свои затраты до мелочей.

Это тоже лучше всего сделать в виде таблицы. Причем у вас скорее всего будут единовременные затраты и периодические.

К единовременным затратам можно отнести покупку оборудования или помещения, рекламную вывеску и так т.д. В бухгалтерской терминологии такие долгоживущие активы предприятия называются еще основными средствами.

К периодическим затратам можно отнести расходные материалы, сырье, аренду, коммунальные платежи, заработную плату, покупку товара.

Это те расходы, которые вы несете часто, то есть периодически. В бухгалтерской терминологии такие быстро расходуемые активы предприятия называются еще оборотными средствами.

Финансовый план включает также:

- описание системы налогообложения и других условий финансовых расчетов;
- стоимость этапов проекта (основные направления вложений финансовых средств по проекту);
- предложения внешним инвесторам (возможный объем заимствований, предполагаемый процент выплат по займу);
- описание возможного залога, гарантий, поручительств при займе.

8. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть)

Здесь вы можете рассмотреть несколько вариантов развития событий относительно вашего бизнеса: от пессимистичного до оптимистичного.

Основываясь на предполагаемых финансовых показателях, обобщите весь материал бизнес-плана, взгляните на свой проект комплексно и непредвзято. Что вы видите? Понятен ли он вам? Если бы вы были *инвестором* и вам предложили вложить деньги в такое предприятие на основе данного бизнес-плана, согласились бы вы?

Если вы положительно ответили на эти вопросы, то у вас довольно большие шансы на успешный исход вашего дела.

Теперь, следуя этому плану, начинайте действовать!

Контрольные вопросы

1. Что такое бизнес-план, для каких целей он составляется?
2. Опишите типовую структуру бизнес-план.
3. Когда нужно составлять резюме бизнес-плана?
4. Что входит в предварительную работу для описания вашего товара или услуги?
5. Что такое маркетинговая стратегия?
6. В чем разница между единовременными и периодическими затратами?

Учебное издание

**Евгения Юрьевна ЛИВЕНЦОВА, Ирина Юрьевна МАЛКОВА,
Кристина Игоревна БУЯКОВА, Ольга Георгиевна МАСЛЕННИКОВА**

**Социально-предпринимательская компетентность:
содержание, практика формирования в образовании**

Учебное пособие

Компьютерная верстка А.И. Лелоюру
Дизайн обложки Л.Д. Кривцовой

Подписано к печати 14.11.2023 г. Формат 60×84¹/₁₆.
Бумага для офисной техники. Гарнитура Times.
Печ. л. 5,7. Усл. печ. л. 5,3. Тираж 50 экз. Заказ № 5662.

Отпечатано на оборудовании
Издательства Томского государственного университета
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36
Тел. 8+(382-2)–52-98-49
Сайт: <http://publish.tsu.ru>
E-mail: rio.tsu@mail.ru

ISBN 978-5-907722-32-3



9 785907 722323 >

Национальный исследовательский Томский государственный университет

В 2023 году Томский государственный университет отмечает 145-летие – он был основан 28 (16) мая 1878 г. императором Александром II как первый за Уралом Императорский Сибирский университет. Открытие Томского университета было важным цивилизационным мегапроектом Российской империи, направленным на социально-экономическое освоение азиатской части страны, развитие просвещения и культуры.

Сегодня ТГУ – один из крупнейших научно-образовательных центров России, университет входит в число лидеров российской высшей школы и во многом определяет направление дальнейшего ее развития, заостряя внимание общества на самых острых вызовах времени, ставя в фокусе своей деятельности личность человека и качество его жизни.

За 145 лет ТГУ подготовил более 160 тысяч специалистов для всех сфер экономики. В ТГУ учились и работали свыше 100 членов РАН и иностранных АН, больше 250 лауреатов государственных премий, пять лауреатов Нобелевской премии. Сегодня в профессорско-преподавательский состав входит более 600 профессоров (из них 140 – иностранных) и 1300 кандидатов наук.

ТГУ входит в TOP-100 лучших университетов мира и в топ-3 лучших вузов России в рейтинге RUR-2022. В международном рейтинге QS занимает 264-ю позицию в мире и 4-ю – среди российских вузов. В 2021 г. университет вошел в первую группу победителей программы «Приоритет 2030».

В бакалавриате, специалитете и магистратуре ТГУ обучаются более 15 тысяч человек, в аспирантуре – 800 человек (более 250 иностранцев). Студентам доступны самые передовые цифровые технологии: системы «Актру», Plario, Talent search и др. Кроме того, ТГУ – федеральный оператор проекта «Содействие занятости».

ТГУ является членом международных сетевых коллабораций – ATLAS, EUCEN, Университета Арктики, Национального арктического научно-образовательного консорциума, Российско-Азиатского консорциума Арктических исследований и др. Команды вуза инициировали 9 проектов в рамках Постановления Правительства РФ № 218 и 10 мегагрантов в рамках постановления Правительства РФ № 220.

ТГУ сохраняет и приумножает вековые традиции тесного содружества преподавателей и студентов, высокий уровень подготовки специалистов. Во все времена диплом выпускника ТГУ – это твердая гарантия глубоких фундаментальных знаний, отличных практических компетенций и навыков работы. ТГУ является признанным интеллектуальным и культурным центром регионального развития, инициатором и участником крупных инновационных проектов, в том числе по воспитанию талантливой молодежи.