

Бедулина Г.Ф., кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры экономической социологии и
психологии предпринимательской деятельности,
УО «Белорусский государственный экономический университет»

**РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОГО БИЗНЕС-ТьюТОРСТВА В РАЗВИТИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ
«УНИВЕРСИТЕТ 3.0»**

**THE ROLE OF STUDENT BUSINESS TUTORING IN THE DEVELOPMENT OF AN
ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY BASED ON THE "UNIVERSITY 3.0" MODEL»**

Аннотация. в статье проанализирована новая модель высшего профессионального образования, которая получила наименование «Университет 3.0». Ведется дискуссия о роли предпринимательского университета в формировании профессиональных и предпринимательских компетенций студентов, выявлены условия развития студенческого бизнес-тьюторства.

Ключевые слова: студенты, предпринимательский университет, тьюторство, предпринимательские компетенции, ученические бизнес-компании.

Abstract: the article analyzes a new model of higher professional education, which was named «University 3.0». There is a discussion about the role of an entrepreneurial University in the formation of professional and entrepreneurial competencies of students, and the conditions for the development of student business tutoring are revealed.

Keyword: students, entrepreneurial University, tutoring, entrepreneurial competencies, student business companies.

Рынок труда сегодня отличается высоким уровнем конкуренции, а потому уже не достаточно теоретических знаний, важно уметь применять эти знания на практике. Умение работать с новыми технологиями, самостоятельно принимать решения, объективно оценивать ситуацию – все это, главные требования к современному специалисту.

Появилась новая модель высшего профессионального образования, которая получила наименование «Университет 3.0». В рамках данной модели предполагается, что «университет теперь должен не только реализовывать свою общественно значимую функцию, но и отвечать конкретным запросам бизнеса и государства» [3, с. 41].

Другими словами, как для преподавателя, так и для студента, такая ситуация означает их включенность в научную и инновационную деятельность, направленную на развитие бизнеса и экономики. Предполагается, что это должно привести к развитию инновационного потенциала общества и государства. Сама же концепция предпринимательского университета нацелена на введение новой социальной функции, которая предполагает воспитание нового типа студента-предпринимателя. Такой студент должен быть нацелен на творческое использование имеющегося в обществе опыта и на практическое использование

полученных в результате обучения знаний. Это делает актуальным раскрытие роли предпринимательского университета в становлении и развитии креативного образования.

Основная функция университета традиционно состоит в обеспечении студента соответствующей квалификацией путем прохождения определенного образовательного процесса. Однако в современном обществе, экономика которого построена на рыночных принципах, произошло вторжение идеи бизнеса и предпринимательских характеристик в сферу среднего и высшего образования.

Так, Б. Кларк считает, что основным фактором трансформации традиционной образовательной системы в инновационную являются «внешние» условия, которые предусматривают учет требований развития экономики [3,с.41]. В результате происходит выделение нового типа образовательного учреждения из традиционного университета, которое ориентировано на креативное и инновационное содержание обучения студентов. В свою очередь, Й. Уисема считает, что основным фактором трансформации традиционного университета в предпринимательский университет являются «внутренние» условия, определяющиеся талантом и интересами преподавателей, мотивацией и потребностями студентов.

В предпринимательском университете студенту предоставляются новые возможности для личностного развития. При этом он может не только получать необходимую специальность, но и узнать необходимую информацию о создании и функционирования бизнеса в различных областях. Так, работая в научной сфере, он, как и преподаватель, может внедрить собственные разработки в производство и коммерциализировать их, обеспечивая тем самым финансовую базу для продвижения собственных научных исследований. Активная деятельность студентов и преподавателей способна породить эффективное объединение бизнеса и науки. Так, университет и коммерческие фирмы должны будут создавать союзы, в которых фирмы смогут получать необходимую научную информацию, а университет – актуальную информацию о бизнесе и новые рабочие места для студентов.

Развитие модели «Университет 3.0» позволяет по-новому оценить вклад образовательной сферы в социально-экономическое развитие страны. Так, Стэнфордский университет и Массачусетский институт технологий не просто являются самыми яркими примерами деятельности предпринимательских университетов. Ежегодно американские предпринимательские университеты предоставляют многочисленные рабочие места для студентов, что приводит к снижению уровня макроэкономических проблем [4].

Однако предпринимательский университет предоставляет не только научные разработки или рабочие места для студентов и работников, но и обеспечивает воспитание специалистов, которые «обладают компетенциями для перехода от исследований к разработкам с их последующей коммерциализацией» [5,с.72]. Социальная роль предпринимательского университета предполагает интенсивное создание «общества знания», где предпринимательская система формирует новые бизнес-сообщества.

Одним из методов формирования предпринимательских компетенций молодёжи в процессе обучения в университете можно считать тьюторство. Данный метод обучения зародился в Англии ещё в XVI веке. Тьюторство предполагает использование различных способов активного обучения, таких как проблемное моделирование, деловая игра, анализ кейсов, мозговой штурм, различные тренинги и т.д. Они могут применяться для обучения по различным тематикам, включая темы, связанные с предпринимательством. Активные способы обучения и непосредственное взаимодействие тьютора с обучаемым позволяют

детально проработать задания, идентифицировать проблемы, возникающие при осуществлении профессиональной (предпринимательской) деятельности, и найти пути их решения, чтобы избежать их в будущем. Полученные знания закрепляются на практике с выходом на формирование предпринимательских компетенций, таких как творческое мышление, умение действовать в нестандартных ситуациях, навыки самостоятельного поиска информации. Другим результатом обучения с использованием тьюторства является формирование социальных компетенций, необходимых для самореализации будущих предпринимателей. Кроме того, студенческое тьюторство дает возможность отойти от университетской программы обучения с целью получения знаний и развития умений именно в области предпринимательства.

Университет как площадка для развития предпринимательских компетенций студентов обладает рядом преимуществ. Во-первых, это наличие необходимой материально-технической базы для обучающихся. Во-вторых, в университетах сконцентрировано большое количество профессиональных кадров, то есть педагогов, которые могут выступать в качестве тьюторов. Таким образом, современный университет модели 3.0 способен обеспечить необходимую базу для реализации тьюторства как метода обучения студентов с целью формирования у них предпринимательских компетенций.

Одной из важных задач, которую выполняют студенческие бизнес-тьюторские объединения, является профориентационная функция. Посредством проведения выездных образовательных сессий, лекций, тренингов, семинаров, деловых игр с привлечением экспертов в сфере бизнеса, студенческое бизнес-тьюторство способствует формированию представлений о бизнесе как профессии, что может послужить толчком для дальнейшей профессиональной деятельности в области предпринимательства.

В рамках инновационного проекта «Внедрение модели формирования предпринимательской культуры обучающихся через организацию сетевых бизнес-сообществ» на базе кафедры экономической социологии Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета (далее по тексту БГЭУ) разработана и апробирована модель студенческого волонтерского клуба «Бизнес-тьютор» (в период с 2017 по 2020 годы на базе 13 учреждений общего среднего образования Гродненской, Брестской, Минской и Гомельской области). В основе данной модели лежит принцип сетевой организации взаимодействия между студентами и учащимися, которое направлено на оказание со стороны студентов консультационной помощи школьникам в процессе формирования у них предпринимательских знаний и навыков.

Бизнес-тьютор – это студент старших курсов БГЭУ, принимающий участие в наставничестве для профессиональной самореализации и содействия развитию компетенций предприимчивости, предпринимательства и социальной инклюзии учащейся молодежи учреждений общего среднего образования, имеющих ученические бизнес-компании.

Интересными представляются результаты мотивированной анкеты среди студентов БГЭУ для создания студенческого волонтерского клуба «Бизнес-тьютор» как модели студенческого наставничества по сопровождению и поддержке участников ученических бизнес-компаний школ и организации профессиональной практики студентов. Исследование проводилось по разведывательному плану, требования к репрезентативности выборки не соблюдались. В качестве респондентов выступили студенты специальности «Социолог» специализации «Экономическая социология» – 40 человек.

Для выяснения осведомленности студентов о существовании волонтерских студенческих клубов по развитию предпринимательской активности обучающихся на основе студенческого наставничества и тьюторства был задан соответствующий вопрос, ответы распределились таким образом (табл. 1).

Таблица 1

Знания студентов о существовании волонтерских студенческих клубов по развитию предпринимательской активности обучающихся на основе наставничества и тьюторства
(в % от числа опрошенных)

Знаете ли Вы о существовании волонтерских студенческих клубов по развитию предпринимательской активности обучающихся на основе студенческого наставничества и тьюторства?	частота	процент %
Хорошо знаком(а) с данным вопросом	3	7,5
Слышал(а), но близко не знаком(а)	24	60,0
Ничего не знаю о данном вопросе	12	30,0
Затрудняюсь ответить	1	2,5
Всего	40	100%

Результаты ответов показали, что 60 % респондентов в основном владеют информацией о существовании различных клубов по развитию предпринимательской активности, однако близко с ними не знакомы. Можно предположить, что это вызвано тем, что в университетах пока еще мало студенческих клубов данной направленности, это подтверждает актуальность создания большего числа волонтерских клубов с привлечением студентов, где есть возможность применять на практике свои профессиональные знания.

Для выявления отношения студентов к развитию студенческого бизнес-тьюторства был задан вопрос о его необходимости с их точки зрения (табл. 2).

Таблица 2

Мнения студентов о необходимости студенческих бизнес-тьюторов
(в % от числа опрошенных)

Как Вы считаете, необходимы ли студенческие бизнес-тьюторы для повышения предпринимательской активности учащихся школ, членов ученических бизнес-компаний?	частота	процент %
Скорее да	32	80,0
Скорее нет	3	7,5
Затрудняюсь ответить	5	12,5
Всего:	40	100%

Среди респондентов 80% участников опроса подтвердили свое мнение о том, что наличие студенческих бизнес-тьюторов необходимо для повышения предпринимательской активности учащихся школ, это позволит повысить экономическую и предпринимательскую культуру будущих кадров рыночной экономики, деловую и предпринимательскую активность в стране.

Важным для формирования студенческого клуба бизнес-тьюторов является не только личное желание для участия, но и наличие опыта (табл. 3).

Данные о наличии опыта в студенческом наставничестве/тьюторстве
(в % от числа опрошенных)

Был ли у Вас опыт участия в студенческом наставничестве/тьюторстве?	частота	процент %
Да	5	12,5
Нет	35	87,5
Всего:	40	100%

Ответы респондентов указывают на то, среди студенчества недостаточно распространена практика наставничества / тьюторства. Необходимо шире популяризировать модель студенческого волонтерского клуба «Бизнес-тьютор», показывать его преимущества для студентов – это развитие педагогических и профессиональных, социальных и экономических знаний, расширение возможности профессиональной самореализации, развитие компетенции проектного социального мышления, гражданского участия и социальной ответственности. Данные ответов также подтверждают актуальность развития данного направления в работе со студентами по формированию предпринимательских и профессиональных компетенций.

Так как основу деятельности студенческого клуба «Бизнес-тьютор» составляет волонтерская деятельность респондентам было предложено оценить насколько важна для них волонтерская деятельность (табл. 4).

Оценка студентами важности волонтерской деятельности (по шкале от 1 до 10, где 1 абсолютно неважно и 10 очень важно) (в % от числа опрошенных)

Оцените, насколько для Вас важна волонтерская деятельность по шкале от 1 до 10, где 1 абсолютно неважно и 10 очень важно?	частота	процент %
1	2	5,0
2	0	0,0
3	0	0,0
4	3	7,5
5	6	15,0
6	6	15,0
7	10	25,0
8	7	17,5
9	5	12,5
10	1	2,5
Всего:	40	100%

Данные ответов указывают на то, что участники опроса в целом отмечают значимость волонтерства для них. Можно утверждать, что волонтерская деятельность важна для самореализации студентов, так как создание различных волонтерских движений способствует развитию их профессиональных и личностных качеств. При создании студенческого клуба «Бизнес-тьютор» эта составляющая выступает как основная.

Важкой задачей мотивированной анкеты было выявить студентов, желающих принять участие в подготовке мероприятий по развитию предпринимательской активности у учащихся, членов ученических бизнес-компаний (табл. 5).

Таблица 5

Мнение студентов о желании принимать участие в подготовке мероприятий по развитию предпринимательской активности у учащихся, членов ученических бизнес-компаний
(в % от числа опрошенных)

Хотели бы Вы принять участие в подготовке мероприятий по развитию предпринимательской активности у учащихся, членов ученических бизнес-компаний?	частота	процент %
Да	19	47,5
Нет	21	52,5
Всего:	40	100%

Не смотря на то, что принять желание в мероприятиях по вопросам развития предпринимательской инициативы среди школьников изъявило менее половины опрошенных (47,5 %), а 52,5 % участников опроса ответили, что не мотивированы участвовать в данного рода деятельности, эти цифры не говорят о нежелании студентов принимать участие в тьюторстве. Устное интервью с респондентами, которые указали на ответ «нет», позволило определить основную причину, которая связана с тем, что эти студенты в основном помимо учебной деятельности работают в разных учреждениях, что не позволяет им из-за нехватки времени принять участие в студенческом бизнес-тьюторстве.

Анализ ответов позволил выявить условия вовлечения студентов в бизнес-тьюторство. По своей сути процесс студенческого бизнес-тьюторства является педагогическим, что может способствовать желанию тьюторов заниматься данной деятельностью на профессиональном уровне. Бизнес-тьюторство позволяет студентам углубить знания и приобрести умения в сфере экономики и бизнеса.

Практическая деятельность клуба студентов-наставников «Бизнес-тьютор» показала, что участие в нем способствует практическому использованию полученных знаний и навыков студентов-экономистов и позволяет быстро реагировать на потребности целевой аудитории, оперативно получать обратную связь от членов ученических бизнес-компаний, дает идеи для саморазвития и формирования новых взглядов на типовые для всех ученических бизнес-компаний проблемы [2,с.72]. Внедрение модели студенческого бизнес-тьюторства способствует развитию предпринимательского университета в современных условиях.

Выводы: 1. Развитие модели предпринимательского университета предполагает комплексную социологическую оценку эффективности применения в образовательной практике инновационных форм образования (сетевых бизнес-сообществ, студенческого бизнес-тьюторства, бизнес-инкубаторов, акселераторов и др.);

2. Необходима комплексная социологическая оценка эффективности применения в образовательном процессе инновационных технологий преподавания и обучения, нацеленных на формирование предпринимательских компетенций обучающихся; разработке и апробации методики развития предпринимательского потенциала студентов средствами формального и неформального образования в рамках реализации модели «Университет 3.0».

3. Необходима разработка методических рекомендаций по повышению эффективности процесса модернизации системы высшего профессионального образования в рамках требований к параметрам реализации модели «Университет 3.0».

4. Для развития модели «Университет 3.0» необходимы как правовая, так и финансовая поддержка со стороны государства и бизнеса. Ведь большинство университетов не имеет собственных финансовых ресурсов для реализации инновационных проектов. Однако у них есть кадровый ресурс в виде студентов и преподавателей, которым необходимо получить современные представления о бизнесе, его развитии и функционировании. Это позволит проявить инициативу не только в образовательной сфере, но и в экономической.

Таким образом, в Беларуси предпринимательский университет находится на стадии зарождения, однако необходимость экономических инноваций приведет к развитию образовательной сферы. Белорусские вузы должны будут сконцентрировать усилия на включение идей и принципов предпринимательской среды в образовательную среду, развивая практику предпринимательства на всех специальностях и курсах, используя возможности студенческого волонтерского бизнес-тьюторства.

Список использованных источников

1. Бедулина Г.Ф. Инновационная деятельность педагогов по формированию предпринимательской культуры обучающихся. *Подільський науковий вісник*. 2018. № 4. С. 117–123.

2. Бедулина Г.Ф. Студенческое бизнес-тьюторство для развития предприимчивости и обучения школьников основам предпринимательства. Минск: РИВШ, 2018. 137 с.

3. Головкин Н.В., Зиневич О.В., Рузанкина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Й. Уисема. *Высшее образование в России*. 2016. № 8-9 (204). С. 40-47.

4. Вуз с предпринимательским духом. Пока экспериментально. URL: <http://www.belmarket.by/vuz-s-predprinimatelskim-duhom-po-eksperimentalno>.

5. Карпов А. Современный университет как драйвер экономического роста: модели и миссии. *Вопросы экономики*. 2017. № 3. С. 58-76.