

ISSN 2500-0608



# НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В РОССИИ: КЛАССИФИКАЦИЯ И СРАВНЕНИЕ С МИРОВЫМ ОПЫТОМ

*П.С. Сорокин, Ю.А. Вятская, А.Б. Повалко*

Современная аналитика образования

№ 11 (60)

2021



**ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

ИНСТИТУТ ОБРАЗОВАНИЯ

---

**НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ  
В РОССИИ:  
КЛАССИФИКАЦИЯ  
И СРАВНЕНИЕ  
С МИРОВЫМ ОПЫТОМ**

---

*Серия  
Современная аналитика  
образования*

№ 11 (60)  
2021



УДК 373.61  
ББК 65.292  
Н 58

*Сопредседатели редакционного совета серии:*  
Я.И. Кузьминов, к.э.н., научный руководитель НИУ ВШЭ;  
И.Д. Фрумин, д.п.н., научный руководитель Института образования НИУ ВШЭ

*Исполняющий обязанности руководителя Комитета по выпуску серии:*  
С.И. Заир-Бек

*Рецензенты:*  
М.Л. Панявина (НГУЭУ), Е.А. Савелёнок (НИУ ВШЭ)

*Авторы:*  
П.С. Сорокин, Ю.А. Вятская, А.Б. Повалко

**Неформальное** обучение предпринимательству в России: классификация и сравнение с мировым опытом / П.С. Сорокин, Ю.А. Вятская, А.Б. Повалко; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2021. — 52 с. — 100 экз. — (Современная аналитика образования. № 11 (60)).

Работа посвящена одной из самых малоизученных тем: неформальному сектору предпринимательского образования в России в контексте зарубежного опыта. Авторами были изучены 45 образовательных курсов — «открытых инициатив» (бесплатных и доступных для всех граждан России). Анализ проводился на основе 5 критериев: подход к оценке образовательных результатов, формат (онлайн/очный); целевая аудитория; содержательная ориентация на обучение конкретным типам предпринимательства; инициаторы образовательного проекта; потенциал образовательных инициатив. В анализ также включены 55 вебинаров для начинающих предпринимателей, которые были проанализированы по схожим параметрам (при наличии информации). Особое внимание уделяется описанию зарубежного опыта в рамках неформального обучения предпринимательству. В качестве выводов представлены рекомендации по дальнейшему развитию обучения предпринимательству в России.

Материал будет интересен и полезен исследователям и практикам в области реализации и поддержки программ обучения предпринимательству, а также образовательных продуктов, направленных на развитие инициативности, предприимчивости, для лиц любых возрастов, в рамках как формального, так и неформального образования.

*Работа подготовлена в рамках гранта, предоставленного Министерством науки и высшего образования Российской Федерации (номер соглашения о предоставлении гранта: 075-15-2020-928).*

---

# Оглавление

---

Введение.....	4
1. Обучение предпринимательству: обзор современных отечественных и зарубежных исследований.....	8
1.1. Обзор исследований по обучению предпринимательству в рамках формального образования.....	8
1.2. Академический дискурс о неформальном секторе обучения предпринимательству — «открытые инициативы».....	9
1.3. Результаты эмпирического анализа «открытых инициатив» и вебинаров по обучению предпринимательству.....	14
1.3.1. Подход к оценке образовательных результатов, формат (онлайн/очный).....	14
1.3.2. Целевая аудитория проекта (с точки зрения фокуса на различных социально-демографических группах).....	18
1.3.3. Содержательная ориентация обучения: социальный, рутинный, инновационный/технологический бизнес.....	21
1.3.4. Инициаторы образовательного проекта (государственный, государственно-частный проект, частный проект, проект по инициативе вуза).....	23
1.3.5. Потенциал образовательных инициатив.....	27
2. Зарубежный опыт неформального сектора предпринимательского образования и его сравнение с российским полем.....	31
2.1. Инициативы от частного сектора и вузов.....	31
2.2. Инициативы на базе вузов.....	32
2.3. Инициативы на базе НКО.....	33
2.4. Обобщение анализа зарубежного опыта.....	34
Заключение.....	36
Литература.....	40

---

## Введение

---

На сегодняшний день предпринимательство признается одним из основных факторов экономического развития, роста инноваций, особенно для стран с переходной экономикой [Nikolova et al., 2012]. Предпринимательство изучается в международных мониторингах: GEM (global entrepreneurship monitor)<sup>1</sup>, GUESS (global university entrepreneurial spirit students' survey)<sup>2</sup>, GEI (global entrepreneurship index) и пр. Согласно авторитетным научным теориям, например, теории национальных предпринимательских систем [Acs, 2016], образование является важной частью среды поддержки предпринимательства.

Несмотря на это, современный академический и экспертный дискурс практически не предлагает комплексного анализа системы предпринимательского образования (включая различные формы образования) на национальном уровне. Например, экспертные мониторинги учитывают только формальный охват образования, оставляя без внимания качество предпринимательского образования, а также специальные адресные программы обучения (например, см. GEI). В лучшем случае предлагается экспертная оценка качества обучения предпринимательству (GEM). Кроме того, даже в фокусе изучения формального образования основной акцент делается именно на высшем образовании.

В исследованиях «экосистем обучения предпринимательству» изучается в основном вузовский сектор с фокусом на внутренних стейкхолдерах [Bogatyreva, Shirokova, 2017].

Так, исследователь З. Акс анализирует «национальную систему предпринимательства» при помощи 17 переменных, сведенных в индекс GEDI (Global Entrepreneurship & Development Index) [Acs, 2014]. Одной из переменных является охват высшим образованием, но модель не учитывает неформальный сектор образования. В свою очередь, эксперты Всемирного экономического форума [Wilson et al., 2009] отмечают, что предпринимательское образование может реализовываться не только государственными акторами в сфере формальной системы обучения (школьное или высшее образование), но и негосударственными акторами в рамках неформального обучения (обучение в рамках корпоративного сектора, life-long learning и др.).

---

<sup>1</sup> <<https://www.gemconsortium.org/report>>.

<sup>2</sup> <<http://www.guesssurvey.org/>>.

Следует отметить, что, как правило, обучение предпринимательству фокусируется на развитии формальных навыков и систем знаний, относящихся к предпринимательской деятельности. Это маркетинг, управление продажами, мотивация, организационное построение и методы управления и пр. [Aadland, Aaboen, 2018]. Фактически речь идет не о раскрытии в ходе обучения потенциала стать предпринимателем, создающим инновационные решения и бизнес-процессы, а о подготовке менеджеров в сфере предпринимательства, воспроизводящих типовые регламенты и шаблоны. Как показывают мировая литература и отечественные исследования, в учебных программах практически игнорируется сфера, работающая на формирование и развитие рынков, т.е. агентность субъекта предпринимательских отношений, его способность создавать новые продукты, структуры и системы отношений [Губанов, Елашкина, 2020].

В России растет спрос на инновационные формы обучения со стороны не только формального образования, но и государственной политики в целом. Так, в российских стратегических документах (Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»<sup>3</sup>) ставятся задачи по реализации образовательных проектов для предпринимателей, обучению тренеров и развитию предпринимательского образования для различных категорий населения, включая молодежь, самозанятых и пр. Иными словами, признается роль неформального сектора предпринимательского образования.

Между тем неформальное образование для предпринимателей остается малоизученным, например, в части «открытых инициатив» по предпринимательству — государственные или частные образовательные проекты, ориентированные на все группы населения, а не только на студентов/членов образовательной организации, а также вебинаров для предпринимателей.

Российский академический дискурс в части вопросов обучения предпринимательству имеет фрагментарный характер. Например, отдельные образовательные инициативы в сфере высшего образования были предметом достаточно масштабных исследований [Сорокин и др., 2020; Zobnina et al., 2019]. В литературе отмечается, что навыки предпринимательства требуют особого внимания, поскольку они могут рассматриваться как часть общего человеческого капитала, важность которого возрастает и который необходим для разных профессий и сфер деятельности, включая корпоративный сектор [Kuzminov et al., 2019].

---

<sup>3</sup> <[https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy\\_proekt\\_maloe\\_i\\_srednee\\_predprinimatelstvo\\_i\\_podderzhka\\_individualnoy\\_predprinimatelskoy\\_iniciativy/](https://economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/)>.

В России реализуются несколько крупных образовательных проектов по предпринимательскому обучению: массовый курс РВК «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»<sup>4</sup>, курс ФРИИ «Интернет-предпринимательство»<sup>5</sup>, образовательные проекты от Корпорации МСП<sup>6</sup>, инициативы частных игроков. Все эти инициативы примечательны тем, что они ориентируются на широкие слои населения, а не только на учащихся в системе формального образования. При этом некоторые образовательные проекты — например, курс РВК — институционально встраиваются в образовательные программы вузов. Однако данный курс ориентируется и на более широкий охват участников: он реализуется на образовательной онлайн-платформе «Открытое образование», где для регистрации необязательно быть студентом, т.е. проект может быть отнесен к «открытым» образовательным инициативам.

Несмотря на рост числа открытых образовательных проектов, пока не было проведено системного анализа неформального образования в сфере предпринимательства. Исследовательский вопрос данного материала: каковы характеристики российского поля обучения предпринимательству в части «открытых» образовательных инициатив и вебинаров, как они соотносятся с зарубежным опытом? Данная работа развивает и дополняет представленные ранее результаты об анализе «открытых инициатив», изучение которых проводилось с опорой на концептуальную рамку о «распаковке» образования [Сорокин и др., 2021].

В работе предпринимается попытка анализа «открытых» образовательных проектов для обучения предпринимательству на федеральном уровне вне рамок формального образования (бесплатные образовательные инициативы). В выборку вошли: государственные инициативы, инициативы крупных компаний (Сбербанк и пр.), инициативы бизнес-ассоциаций, «открытые» образовательные проекты государственных и частных вузов. Для анализа «открытых» образовательных инициатив было выбрано несколько критериев: подход к оценке образовательных результатов; формат (онлайн/очный); целевая аудитория; содержательная ориентация на обучение конкретным типам предпринимательства; инициаторы образовательного проекта. Мы также анализировали данные о потенциале инициативы (данные об охватах, наличие «историй успеха», любые дополнительные свидетельства результативности проектов) при условии наличия данных в открытом

<sup>4</sup> <[https://www.rvc.ru/eco/education/innovative\\_economy/](https://www.rvc.ru/eco/education/innovative_economy/)>.

<sup>5</sup> <<https://www.iidf.ru/partners/university/>>.

<sup>6</sup> <<https://corpmsp.ru/razvitie-konsultatsionnoy-infrastruktury/>>.

доступе. На основе полученных результатов проведено предварительное ранжирование найденных инициатив по степени их потенциала. Мы также кратко рассматриваем зарубежный опыт «открытых инициатив» в области обучения предпринимательству с фокусом на нескольких наиболее показательных кейсах.

Для более полного понимания ландшафта неформального сектора обучения предпринимательству были отдельно отобраны и изучены вебинары для начинающих предпринимателей, для этого использовались критерии, аналогичные тем, которые применялись для изучения «открытых инициатив» при наличии данных. Под вебинарами для начинающих предпринимателей мы понимаем: разовые образовательные интервенции в формате лекций длительностью не более 3 ч, именуемые инициаторами в качестве вебинаров. В отличие от «открытых инициатив», вебинары характеризуются краткостью (разовая лекция / семинар длительностью не более 3 ч, наличие определенной образовательной темы), из чего вытекают ограничения с точки зрения системы оценки результатов обучения и педагогического дизайна. Отметим, что мы изучали только те прошедшие вебинары, которые находились в записи и к которым сохранился доступ. В выборку вебинаров не включены прошедшие вебинары без доступа к ним.

Анализ образовательных инициатив в области обучения предпринимательству может внести вклад не только в понимание особенностей развития данной — достаточно узкой и молодой для многих стран — сферы подготовки, но и в изучение институционального развития национальных образовательных систем в целом.



---

# 1. Обучение предпринимательству: обзор современных отечественных и зарубежных исследований

---

## 1.1. Обзор исследований по обучению предпринимательству в рамках формального образования

Обучение предпринимательству преимущественно изучают в секторе формального образования, в то время как неформальное образование занимает периферийные позиции. Большинство мировых исследований по предпринимательскому образованию относятся к формальному сектору высшего образования [Brush, 2014; Zhao et al., 2005; Morris et al., 2017].

Российские исследования в большей степени изучают специфику обучения предпринимателей в высшем образовании. В частности, много работ посвящено анализу инициатив по предпринимательскому образованию для студентов (закрытые образовательные проекты, реализуемые на образовательных программах вузов) [Рубин, 2015; Рубин, 2016; Чепуренко, 2017; Стромов и др., 2019]. Авторы приходят к выводу, что подобные образовательные проекты могут иметь широкий спектр эффектов. Например, вузы предоставляют различные типы поддержки: образовательные проекты, финансовый капитал, технологии и др. Кроме того, университеты образуют специальную среду, в которой можно найти экспертную поддержку, наставника, собрать команду [Zobnina et al., 2019]. Между тем потенциал российского студенчества используется не в полной мере: число студентов, желающих заниматься предпринимательством, увеличивается, а инфраструктурная и институциональная поддержка остается низкой [Chepurenko et al., 2019].

Российские исследователи также изучали образовательные продукты для предпринимателей, реализуемые в формате онлайн-курсов. Примерами подобных платформ становятся Coursera, Лекториум. Однако, несмотря на разнообразие курсов для предпринимателей, остается проблема эффективности подобных курсов [Орлова, 2017].

## **1.2. Академический дискурс о неформальном секторе обучения предпринимательству — «открытые инициативы»**

Отметим, что неформальный сектор по предпринимательскому образованию изучается значительно меньше формального образования. Между тем в зарубежной практике есть немногочисленные примеры анализа «открытых инициатив». В частности, кейс Казахстана показал, что «открытые инициативы» для предпринимателей реализуются в основном при поддержке государства, при этом частные образовательные проекты оказываются в меньшинстве [Бисенгалиева, Смаулова, 2019].

Есть также кейсы по изучению образовательных проектов для предпринимателей в Индии и США [Manimala, Thomas, 2017]. Авторы изучили неформальное образование для предпринимателей и пришли к выводу, что зачастую инициатором подобных программ выступают некоммерческие организации. Были изучены целевые группы предпринимателей и охваты таких проектов. В исследованиях отмечается, что подобные образовательные проекты могут помочь в решении важных социальных проблем, например, в снижении уровня бедности [Chawawa, Raditloaneng, 2015]. Кейс предпринимательского образования для фермеров Ботсваны показал, что подобные проекты борются с бедностью, при этом предприниматели обеспечивают рабочими местами себя и других жителей [Ibid.].

В 2009 г. был проведен совместный исследовательский проект ОЭСР, Всемирного экономического форума и Всемирного банка по изучению «открытого» предпринимательского образования [Wilson et al., 2009]. Критериями анализа выступали следующие показатели: инициатор проекта (государственный, частный, НКО, образовательные учреждения), охваты образовательных проектов, показатели потенциала инициативы и целевые группы. Авторы пришли к выводу о важности обучения предпринимательству в неформальном секторе. Анализ также показал, что основной ключевой группой для такого рода проектов являются студенты.

Отечественная практика изучения «открытых инициатив» по предпринимательскому образованию представляет анализ молодежного предпринимательства. Исследователи [Головина и др., 2017] изучили образовательные проекты для предпринимателей, реализуемые при поддержке государства. Авторы отметили, что данные программы направлены на развитие всех типов предпринимательства, при этом технологическое предпринимательство в подобных программах получает недостаточное внимание.

Были обнаружены также работы по анализу региональных кейсов. Изучение кейса Республики Татарстан показало, что бесплатные образовательные проекты для предпринимателей малоэффективны по причине низкого качества инициатив (недостаточная проработка образовательного контента курсов, нехватка компетенций у преподавательского состава) [Akhmetshin, Palyakin, 2021].

Важным фактором развития образовательных инициатив в области предпринимательства является доминирование в образовательной политике (как минимум, в формальном секторе) идеологии «подготовки под запрос рынка» [Kuzminov et al., 2019]. Результат такой ориентации системы ВО — «догоняющая» логика обучения, нацеленная на понимание потребности сегодняшнего дня, а значит, заведомо и всегда отстающая от того, что реально будет нужно через 5–10 лет. Для задачи обучения предпринимательству это особенно важная область: акцент на узкоспециальные знания для «затыкания» кажущихся и зачастую иллюзорных дыр на сегодняшнем рынке может препятствовать развитию инновационного и технологического предпринимательства.

Анализ зарубежного опыта показал, что неформальный сектор только начинает развиваться, между тем эта тема остается крайне важной для зарубежного и российского сообщества.

### *Методология исследования*

Данная работа включает анализ неформального образования для предпринимателей с фокусом на «открытые», бесплатные образовательные инициативы. Поиск образовательных инициатив осуществлялся в два этапа. Сначала произведены анализ стратегических документов российской государственной политики (в документах указывались операторы образовательных инициатив для предпринимателей), а также поиск на сайтах основных стейкхолдеров, реализующих образовательные проекты для предпринимателей. На втором этапе отбор «открытых» образовательных инициатив осуществлялся поиском в Интернете при помощи ключевых слов (см. табл. 1).

В нашу выборку **не включены** образовательные инициативы следующих типов:

- 1) образовательные проекты, относящиеся исключительно к формальному сектору высшего образования (при условии встраивания образовательного курса в программу бакалавриата или магистратуры);

**Таблица 1. Подход к формированию выборки «открытых» образовательных инициатив**

Методы формирования выборки	Источники формирования выборки
Перечень основных стейкхолдеров, реализующих предпринимательскую поддержку	Департамент инвестиционной политики Минэкономразвития России, Департамент инвестиционной политики и развития предпринимательства, Агентство стратегических инициатив (АСИ), АО «Российская венчурная компания» (АО «РВК»), Федеральная автономная некоммерческая организация «Россия — страна возможностей», АО «Корпорация МСП», АО «Деловая среда», ПАО «Сбербанк России»
Ключевые слова для поиска в Интернете	Образование по предпринимательству, курсы в сфере предпринимательства, образовательные курсы по предпринимательству, поддержка предпринимательства, программы по предпринимательству, обучение предпринимательству, государственная программа по поддержке предпринимательства, частная поддержка предпринимательства, социальное предпринимательство, молодежное предпринимательство, инновационно/технологическое предпринимательство, женское предпринимательство

2) образовательные инициативы, относящиеся к сектору платного образования (например, бизнес-образование);

3) образовательные инициативы по предпринимательству для школьного уровня образования (при условии включения образовательной инициативы в школьный учебный план);

4) образовательные инициативы, относящиеся к сектору платного корпоративного обучения (для сотрудников компаний);

5) образовательные инициативы, относящиеся к единичным/разовым событиям (вебинары для предпринимателей);

б) инициативы для предпринимателей, цель которых только популяризация предпринимательства (например, Школьный бизнес-форум<sup>7</sup>).

В выборку включены «открытые» образовательные инициативы, ориентированные на отдельные целевые группы (например, женщины, самозанятые, лица старшего возраста) при соблюдении условия свободного доступа с двух точек зрения: бесплатный образовательный контент, отсутствие требований к аффилиации с той или иной организацией/учреждением.

В выборку были включены только инициативы с образовательным/обучающим контентом. Данный критерий проверялся дважды: во-первых,

<sup>7</sup> <<https://www.donland.ru/news/11432/>>.

декларирование со стороны организаторов об образовательном характере инициативы; во-вторых, наличие образовательного контента в описании инициативы (в виде отдельных методических пособий или специальных обучающих мероприятий — лекций, семинаров).

В выборку включены 45 «открытых» образовательных инициатив (список всех «открытых инициатив» приведен в приложении<sup>8</sup>), которые были проанализированы по следующим критериям:

1) **подход к оценке образовательных результатов, формат (онлайн/очный)**. Здесь проверялся фактор наличия/отсутствия системы контроля «на входе» (наличие специального теста, регистрации и пр.) и системы оценивания образовательных результатов «на выходе». Проблема оценивания является крайне важной для предпринимательского образования в целом [Nabi et al., 2017]. Кроме того, от формата проведения образовательного проекта (онлайн/очный) может зависеть потенциал образовательного проекта [Hua, Ren, 2020];

2) **целевая аудитория (ЦА) проекта (с точки зрения фокуса на различных социально-демографических группах)**. Определение ЦА является важным критерием для формирования государственной политики по поддержке предпринимательства [Wilson et al., 2009];

3) **содержательная ориентация обучения: социальный, рутинный, инновационный/технологический бизнес**. Образовательные инициативы были разделены на 3 группы, так как на социальное предпринимательство направлены специальные меры поддержки в России и мире [Fomina, Shahine, 2019], а инновационное/технологическое предпринимательство обеспечивает самую большую отдачу для экономики стран [Sun et al., 2020];

4) **инициаторы образовательного проекта (государственный, государственно-частный проект, частный проект, проект по инициативе вуза)**. Данный критерий позволяет выявить важные особенности национальной экосистемы обучения предпринимательству [Mathew, Thomas, 2015];

5) **потенциал образовательных инициатив** (по данным охватов или по другим косвенным признакам потенциальности проекта, включая «истории успеха» по итогам прохождения образовательной программы). Напрямую оценка эффективности на основе имеющихся в открытом доступе данных крайне затруднительна (или даже невозможна). Для оценки эффективности необходимо понимание «конверсии» (т.е. становление ре-

---

<sup>8</sup> Приложение 1 («открытые инициативы»). <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DncUfe9Ep-GAHV84qwTmIFp2BLVJhNSf/edit#gid=1606486138>>.

альных предпринимателей после обучения). Поэтому мы фокусируемся на потенциале рассматриваемых проектов, для этого будем использовать следующую информацию: охваты, наличие «историй успеха», а также любые косвенные показатели потенциала/эффективности, которые описаны в соответствующих источниках.

На основе имеющихся данных было проведено первичное ранжирование инициатив на 3 группы: инициативы с высоким потенциалом, инициативы со средним потенциалом, инициативы с низким потенциалом (подробнее см. раздел 5). Отметим, что анализ проводился только на основе открытых данных (базовое описание образовательных инициатив, открытая информация об охватах и об образовательном контенте, доступная всем желающим до начала обучения).

Для формирования наиболее полного представления о неформальном образовании в России был проведен отдельный анализ вебинаров для предпринимателей, записи которых оказались доступны в Интернете. Для сопоставления «открытых инициатив» и вебинаров были отобраны только те вебинары, которые проходили с января 2018 г. (первый найденный вебинар, отвечающий заданным критериям) до февраля 2021 г. и к записям которых сохранился доступ. Если вебинар не был сохранен или были только данные по его аннотации без доступа к нему, то в нашу выборку такой вебинар не включался. Отметим, что анализ вебинаров будет представлен в сжатом виде и с учетом более узкого (по сравнению с «открытыми инициативами») круга доступных данных.

Поиск вебинаров осуществлялся следующим образом:

- 1) через ключевых инициаторов проектов (подробнее см. табл. 1);
- 2) по ключевым словам в Интернете: «бесплатные вебинары по предпринимательству», «вебинары по предпринимательству / предпринимательскому образованию», «вебинары по поддержке предпринимательства», «вебинары для молодежного предпринимательства», «вебинары для женского предпринимательства», «вебинары для социальных предпринимателей», «обучение предпринимательству», «вебинар».

В результате поиска удалось сформировать выборку из 55 вебинаров, полный перечень всех включенных в анализ вебинаров доступен в приложении<sup>9</sup>.

Помимо российского неформального обучения предпринимательству, мы также рассматривали зарубежный опыт. Отметим, что в задачи настоя-

---

<sup>9</sup> Приложение 2 («перечень вебинаров»). <[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vRg1vbFtWfelVB\\_tjNvO3S4fdX5S0KV/edit#gid=966954318](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vRg1vbFtWfelVB_tjNvO3S4fdX5S0KV/edit#gid=966954318)>.

щей работы не входит реальная репрезентация зарубежного неформального предпринимательского обучения. Между тем найденные мировые примеры «открытых» образовательных инициатив могут служить ориентиром для российского сообщества. Поиск зарубежных инициатив по обучению предпринимателей осуществлялся при помощи двух методов — это, во-первых, анализ зарубежной научной литературы; во-вторых, поиск в Интернете по следующим ключевым словам: «entrepreneurship education», «informal training for entrepreneurs», «online training for entrepreneurs», «courses for entrepreneurs», «social entrepreneurship», «innovative entrepreneurship».

### **1.3. Результаты эмпирического анализа «открытых инициатив» и вебинаров по обучению предпринимательству**

#### **1.3.1. Подход к оценке образовательных результатов, формат (онлайн/очный)**

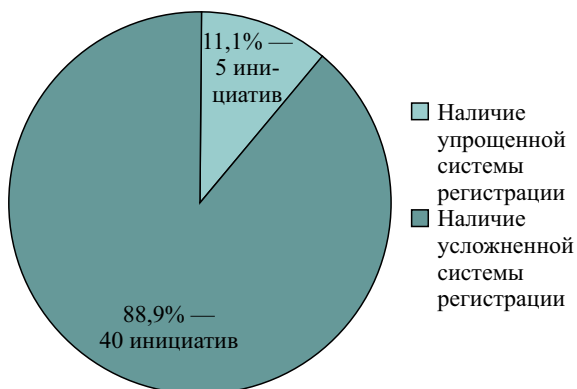
Большинство (40) инициатив имеют открытый доступ и упрощенную систему регистрации: инициативы бесплатны (обязательное условие при формировании выборки); отсутствует система проверки знаний/навыков «на входе», форма регистрации во многих случаях состоит из следующих полей: ФИО, номер телефона, область предпринимательской деятельности (подробнее см. рис. 1). При этом для 5 инициатив характерна усложненная форма регистрации. Так, в заявке на программу «Women Digital Academy»<sup>10</sup> необходимо указать уровень текущих знаний в цифровой сфере, а также свои ожидания от курса. Была обнаружена только 1 инициатива, подразумевающая конкурсный отбор заявок, — это программа «Мама-предприниматель»<sup>11</sup>, которая включает описание бизнес-идеи, цели участия в проекте. В подавляющем большинстве случаев конкурсный отбор отсутствует, что демонстрирует доступность подобных образовательных инициатив для широкого круга участников, включая тех, кто не имеет базовой подготовки или даже первичной идеи бизнес-проекта. Следствием такой политики может оказаться «всеядность», ориентация на «средне-го» (в лучшем случае) абитуриента. Это, в свою очередь, может приводить

---

<sup>10</sup> <<http://womanopora.ru/zayavka-women-digital-academy.html>>.

<sup>11</sup> <<https://mama-predprinimatel.ru/project/regulation/>>.

к снижению мотивации у наиболее зрелых и подготовленных соискателей, которые оказываются в окружении значительно менее опытных людей. Опираясь на зарубежный опыт, кратко проанализированный выше, можно предположить, что полезны дифференциация «на входе» и возможность индивидуализации траекторий развития. В противном случае «массовый посев» может приводить к не менее массовой симуляции активности при отсутствии заинтересованности в конкретном практическом результате.



**Рис. 1.** Условия доступа к образовательной инициативе,  $N = 45$

Система вебинаров также оказалась крайне простой по условиям доступа. Подавляющее большинство вебинаров (42 вебинара — 76,4%) были выложены на информационных площадках организации или на YouTube-каналах организаций, а доступ к ним осуществлялся по ссылке (например: «новый инструмент для привлечения клиентов через Интернет: программа помощи МСП “Развивай.рф”<sup>12</sup>; «как разработать успешный цифровой продукт?»<sup>13</sup>). Другая группа вебинаров (13 вебинаров — 23,6%) имели более усложненную систему доступа: необходимо было зарегистрироваться на образовательной платформе для получения доступа к записанному вебинару (например: «поиск возможностей и идей в условиях постоянно

<sup>12</sup> <[https://vk.com/video-196045367\\_456239026](https://vk.com/video-196045367_456239026)>.

<sup>13</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=1ckqEdu82E>>.



меняющегося рынка»<sup>14</sup>; «определение стратегических курсов в новых реалиях»<sup>15</sup>).

Второй критерий анализа «открытых инициатив» фокусировался на подходе к оценке образовательных результатов. Согласно мировой практике, оценка результатов обучения предпринимательству может проходить в разной форме: тестирование или защита проекта/бизнес-плана.



**Рис. 2.** Подход к оценке образовательных результатов (согласно информации на официальных порталах изученных инициатив),  $N = 45$

Согласно представленным на рис. 2 данным, 27 инициатив не предлагают в открытом доступе информацию о системе оценивания результатов обучения. Таким образом, большинство инициатив не уделяют существенного внимания регламентации системы оценивания. Это является серьезным ограничением, поскольку вопрос об оценке эффективности предпринимательского образования остается одним из важнейших для практики. Кроме того, выявленная массовая практика, когда система оценивания вообще никак не предоставляется потенциальным участникам программы в доступных источниках, идет вразрез с базовыми правилами педагогического дизайна. Отсутствие системы оценивания в подавляющем боль-

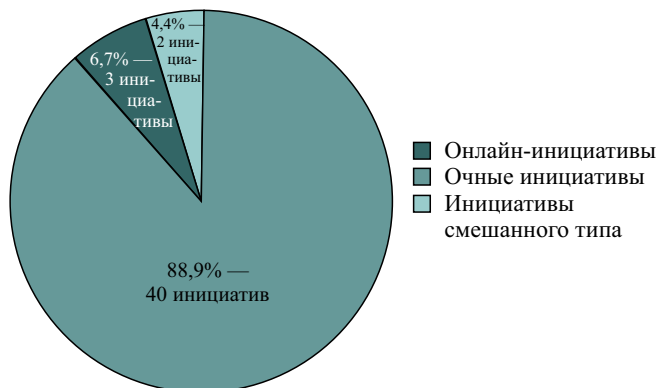
<sup>14</sup> <<https://business-class.pro/webinar/webinar-11-poisk-vozmozhnostej-i-idej>>.

<sup>15</sup> <<https://business-class.pro/webinar/webinar-13-opredelenie-strategicheskikh-kursov-v-novyh-realiyah>>.

шинстве ставит под сомнение возможность анализируемых инициатив не только предоставить обучающимся стандартные блоки информации, но и выработать определенный тип поведения (ведь последнее требует специальных усилий и в части измерения результатов обучения).

Анализ вебинаров показал, что система оценивания образовательных результатов в них отсутствует (не удалось обнаружить форматов тестирования — входного/промежуточного тестирования «на выходе»; защиты проектов). Единственный формат взаимодействия на вебинарах — коммуникация со слушателями в виде вопросов/ответов. Согласно полученным данным, в 45 вебинарах (81,9%) слушатели задавали вопросы и получали на них ответы, в 10 вебинарах (18,1%) следов коммуникации между слушателями и преподавателями не было обнаружено.

Анализ «открытых инициатив» показал, что большинство (40) образовательных инициатив реализуются в онлайн-формате. Из оставшихся 5 инициатив 3 реализуются очно, а 2 — в смешанном типе (наличие онлайн- и офлайн-форматов) — это инициативы от «Сколково» (ID Lab Skolkovo<sup>16</sup>, Sk Lab<sup>17</sup>) (см. рис. 3).



**Рис. 3.** Формат «открытых» образовательных инициатив,  $N = 45$

<sup>16</sup> <<https://opus.sk.ru/idlab>>.

<sup>17</sup> <<https://opus.sk.ru/sklab>>.

Международная практика подтверждает тезис о доминировании онлайн-формата [Kumar et al., 2019]. Между тем активные форматы взаимодействия с учащимися более эффективны [Nabi et al., 2017; Sansone et al., 2019]. Однако на изученном российском поле активный формат характерен для меньшинства инициатив (что подтверждает вероятную ориентацию соответствующих инициатив не на реальную эффективность, т.е. на формирование практических предпринимателей, а на формальные показатели охватов). Возможно, интерактивность заложена в большем числе курсов, но из имеющегося в открытом доступе описания это не всегда следует. Небольшое число курсов с заявляемым интерактивным компонентом, а также отсутствие явных признаков более высокой эффективности в тех случаях, когда интерактивные элементы присутствуют, могут объясняться показанной недавними исследованиями низкой готовностью преподавательского состава в вузах и неформальном секторе к применению продвинутых педагогических приемов в формате онлайн-обучения [Bingimlas, 2009; Аксентьев и др., 2020].

### **1.3.2. Целевая аудитория проекта (с точки зрения фокуса на различных социально-демографических группах)**

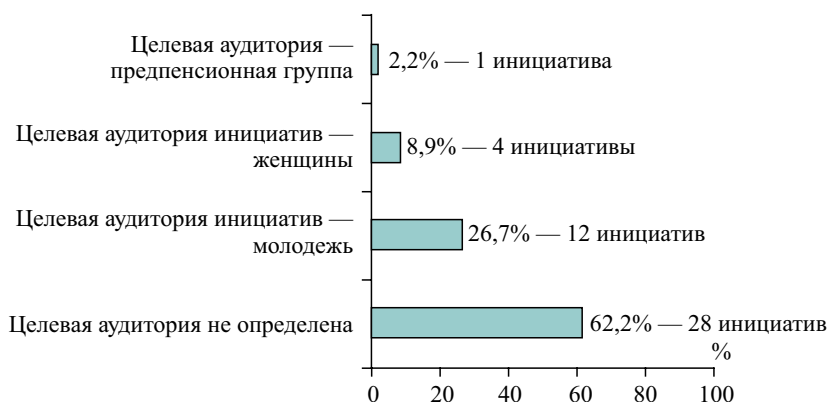
Второй критерий анализа рассматривал направленность проекта на определенные целевые аудитории, декларируемые в соответствии с приоритетами государственной политики в области поддержки предпринимательства. Так, в паспорте федерального проекта «Популяризация предпринимательства»<sup>18</sup> среди целевых аудиторий предпринимательского образования приводятся следующие группы: «Программы для действующих предпринимателей, школьников, лиц до 30 лет (включая студентов), женщин, военнослужащих, уволенных в запас, лиц старше 45 лет, безработных, инвалидов, воспитанников детских домов»<sup>19</sup>.

Существенная часть целевых групп, определенных федеральным проектом, остается не охваченной специальными инициативами по обучению

---

<sup>18</sup> <[https://admtiyumen.ru/files/upload/OIV/D\\_ipipp/5\\_%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf](https://admtiyumen.ru/files/upload/OIV/D_ipipp/5_%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf)>.

<sup>19</sup> <[https://admtiyumen.ru/files/upload/OIV/D\\_ipipp/5\\_%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf](https://admtiyumen.ru/files/upload/OIV/D_ipipp/5_%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf)>.



**Рис. 4.** Целевая аудитория «открытых» образовательных инициатив,  $N = 45$

предпринимательству (рис. 4). Одним из объяснений полученных данных может быть недостаточная адекватность состава отобранных категорий целевых групп реальным потребностям на рынке спроса в отношении обучения предпринимательству.

Поддержка молодежного предпринимательства является довольно массовой (12 инициатив), при этом половина инициатив для молодежи ориентирована на вовлечение в инновационный сектор (например, ID Lab Skolkovo<sup>20</sup>). Кроме того, обнаруженные нами инициативы преимущественно направлены на студентов. На федеральном уровне ориентированными в том числе на школьников являются 2 инициативы: «Стать предпринимателем. Бизнес в стиле Z» и курс «Предпринимательство»<sup>21</sup> от НИУ ВШЭ. Создатели первого курса (Сбербанк и Агентство стратегических инициатив) фиксируют, что он направлен на вовлечение молодежи 14–25 лет<sup>22</sup>. Отметим, что в 3 инициативах по поддержке женского предпринимательства из 4 фиксируется, что она направлена на матерей в декретном отпуске или на тех, у кого несовершеннолетние дети («Мама- предприниматель»<sup>23</sup>).

Образовательные проекты для пенсионеров или граждан предпенсионного возраста в России почти отсутствуют (исключением стала програм-

<sup>20</sup> <<https://opus.sk.ru/idlab>>.

<sup>21</sup> <<http://hse.business/programs>>.

<sup>22</sup> <<https://tass.ru/msp/9713493>>.

<sup>23</sup> <<https://mama-predprinimatel.ru/project/regulation/>>.

ма «Предпринимательство и практические навыки ведения бизнеса»<sup>24</sup>). Между тем, согласно открытой информации по данной инициативе, нельзя подтвердить, что программа содержит адаптацию образовательного контента под запросы целевой группы.

Что касается инициатив для самозанятых, то отдельных образовательных проектов для данной группы населения мы не обнаружили, при этом инициативы от проекта «Бизнес-класс» в описании призывают: «Предприниматели, мечтающие открыть свое дело, самозанятые, станьте участниками бесплатной образовательной программы»<sup>25</sup>. То есть, по сути, эти инициативы являются открытыми для всех, включая самозанятых, но не предполагают специального контента для последних.

Согласно зарубежному опыту, наибольший эффект будет от тех инициатив, образовательный контент которых адаптирован под запросы целевой группы [Wilson et al., 2009]. Анализ российского опыта показал, что подстраивание контента под целевую группу — редкая практика. Примеры частичной адаптации встречаются в инициативах «Мама-предприниматель»<sup>26</sup> и «Women Digital Academy»<sup>27</sup>. Инициаторы заявляют о том, что участниц будут учить определять сферы для потенциального предпринимательства, требующие минимальной временной загрузки. Другие инициативы предлагают оценку потенциала различных секторов для предпринимательства для тех или иных групп (например, «Выбор ниши»<sup>28</sup>). Других примеров «специализации» контента под конкретную целевую аудиторию мы не обнаружили.

С точки зрения ориентации на целевые аудитории вебинары показали еще более размытую направленность: из декларируемых целевых групп, заявляемых в федеральном проекте «Популяризация предпринимательства»<sup>29</sup>, подтвердились только 2 категории. Было обнаружено 6 вебинаров (11%), ориентируемых на молодежь, и 3 вебинара (4,5%) для женщин. Вебинары, ориентированные на молодежь, также имеют крайне широкую направленность: только 2 вебинара указывают на то, что ориентированы на

---

<sup>24</sup> <[https://dpofa.ru/fa-business\\_/](https://dpofa.ru/fa-business_/)>.

<sup>25</sup> <<https://business-class.pro/social-proof/>>.

<sup>26</sup> <<https://mama-predprinimatel.ru/project/regulation/>>.

<sup>27</sup> <<http://womanopora.ru/zayavka-women-digital-academy.html>>.

<sup>28</sup> <<https://dasreda.ru/learn/courses/vybor-nishi>>.

<sup>29</sup> <[https://admtymen.ru/files/upload/OIV/D\\_ipipp/5\\_%D0%9F%D0%BE%D0%B-F%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf](https://admtymen.ru/files/upload/OIV/D_ipipp/5_%D0%9F%D0%BE%D0%B-F%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf)>.

участников до 30 лет (например, «Молодежное предпринимательство»<sup>30</sup>). Вебинары для женщин не включают какого-либо дополнительного позиционирования; в частности, не обнаружены вебинары для молодых мам или для женщин предпенсионного возраста, т.е. вебинары ориентируются на всех женщин (например, «Ее карьерный путь»<sup>31</sup>).

Анализ по критерию целевой аудитории показал, что остаются категории населения, для которых отсутствуют адресные «открытые инициативы» в области обучения предпринимательству (бывшие военные, безработные, самозанятые). Кроме того, было выявлено, что даже в специализированных «открытых инициативах» образовательный контент имеет крайне ограниченную адаптацию под целевые группы (если исходить из описания, доступного из открытых источников), что также является ограничением с точки зрения потенциала инициатив.

### **1.3.3. Содержательная ориентация обучения: социальный, рутинный, инновационный/ технологический бизнес**

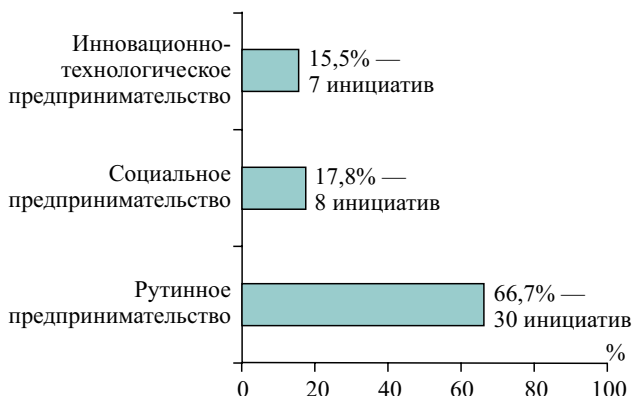
Найденные «открытые» образовательные инициативы были проанализированы по трем типам ориентации бизнеса: социальное предпринимательство [Dacin et al., 2011], инновационно-технологическое предпринимательство [Giones, Brem, 2017], рутинное предпринимательство (куда были отнесены все остальные инициативы, за исключением указанных выше двух типов).

Большинство «открытых» образовательных инициатив для предпринимателей направлено на рутинное предпринимательство, а технологическое предпринимательство представлено в меньшей степени, что является существенным ограничением (см. рис. 5). Между тем именно технологическое предпринимательство оказывает больший эффект на развитие предпринимательской экосистемы в целом [Sun et al., 2020]. В ходе анализа мы обнаружили, что для технологических инициатив чаще доступны другие формы поддержки (необразовательные в чистом виде), например, бизнес-акселераторы. Такую поддержку, в частности, предлагает бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ, занимающий первое место в рейтинге университетских акселераторов UBI Global<sup>32</sup>. Наряду с акселерацией бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ реализует и образовательную программу «Запускаем стартап за один

<sup>30</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=M-OQIZnos8Y>>.

<sup>31</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=ouKsFDn8AhE>>.

<sup>32</sup> <<https://hseinc.ru/>>.



**Рис. 5.** Распределение инициатив по критерию ориентации бизнеса,  $N = 45$

месяц»<sup>33</sup> (программа включена в выборку настоящего исследования). Прохождение данной программы рассматривается как первый шаг, за которым следует «Акселерационная программа» от бизнес-акселератора, направленная непосредственно на подготовку и запуск технологического стартапа. Однако «Акселерационная программа» платная<sup>34</sup>. Венчурный фонд «Молодежная предпринимательская инициатива» предлагает помощь в запуске технологических стартапов, при этом образовательный компонент не включен в цели проекта<sup>35</sup>. Таким образом, для обнаруженных открытых мер поддержки технологического предпринимательства характерна поддержка не столько образовательная, сколько инфраструктурная/консультационная.

Ориентация обучения на вебинарах преимущественно является рутинной: в выборке 33 вебинара (60%) относятся к рутинному типу («Как открыть и развивать свое дело в экстремальных условиях»<sup>36</sup>; «Перестроение бизнес-моделей, переопределение целевых аудиторий»<sup>37</sup>). При этом представлена большая группа вебинаров, ориентированных на социальных предпринимателей, — 21 вебинар (38,1%). Примерами таких вебинаров

<sup>33</sup> <[https://start.hse-inc.ru/?utm\\_source=hseinc&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=header](https://start.hse-inc.ru/?utm_source=hseinc&utm_medium=referral&utm_campaign=header)>.

<sup>34</sup> <<https://hseinc.ru/accelerator>>.

<sup>35</sup> <<https://asi.ru/news/157693/>>.

<sup>36</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=Bx\\_CFfhWY0](https://www.youtube.com/watch?v=Bx_CFfhWY0)>.

<sup>37</sup> <<https://edu.dasreda.ru/pl/teach/control/lesson/view?id=143215696&editMode=0>>.

являются «Социальное предпринимательство на малых территориях: вызовы и решения»<sup>38</sup>; «Чужие грабли: стартуем в соцбизнесе без ошибок»<sup>39</sup>. Ключевыми стейкхолдерами стали 2 организации: Лаборатория социального предпринимательства (9 вебинаров) и частная компания Kislorod. IO (3 вебинара), остальные вебинары представлены различными государственно-частными и частными игроками. Стоит отметить, что Лаборатория социального предпринимательства является активным игроком и для поля «открытых инициатив» (в нашу выборку попали 4 инициативы от этого стейкхолдера), что свидетельствует о том, что компания развивает различные образовательные форматы. Третий тип ориентации бизнеса — инновационный/технологический — оказался в меньшинстве: только 1 вебинар (1,9%) из нашей выборки относится к этому типу: «Как разработать успешный цифровой продукт?»<sup>40</sup>. Подобный результат может свидетельствовать о том, что сложность темы изучения напрямую связана с форматом обучения. Эффективность вебинаров ниже при изучении сложных и объемных тем, в этом случае польза от длительных курсов будет выше [Sousa et al., 2019].

#### **1.3.4. Инициаторы образовательного проекта (государственный, государственно-частный проект, частный проект, проект по инициативе вуза)**

Согласно международному дискурсу по вопросам неформального предпринимательского образования, выделяются 4 основных инициатора подобных проектов: государство, частный сектор, сектор НКО, образовательные учреждения. В нашем анализе мы выделили 5 типов инициатив: государственные инициативы, государственно-частные инициативы, частные инициативы, инициативы сектора НКО, инициативы от вузов. Отметим, что инициативы сектора НКО почти не присутствуют в нашей выборке (исключением стала инициатива «Креативные практики»<sup>41</sup>, реализуемая при поддержке государственно-частного сектора).

Инициативы относились к частным при условии, что инициатор проекта — частная компания. К государственно-частным были отнесены инициативы, организаторами которых являются государственно-частные компании (например, ПАО «Сбербанк»). Инициативы, которые полностью

<sup>38</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=caySubwWrY>>.

<sup>39</sup> <<http://lab-sp.ru/webinars/oshibki-v-biznese/>>.

<sup>40</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=1ckqEdu82E>>.

<sup>41</sup> <<https://mastera.academy/courses/kak-ustroeno-sotsialnoe-predprinimatelstvo/>>.



реализуются государственными организациями, были отнесены в группу государственных. Вузы (государственные и частные) были отнесены в отдельную группу по аналогии с зарубежным опытом. Количественные данные и примеры каждой инициативы приведены в табл. 2.

**Таблица 2.** Распределение инициатив по их организаторам, включая инициативы с участием НКО,  $N = 45$

Организатор образовательной инициативы	Число «открытых инициатив»	Примеры инициатив от каждой группы организаторов
Государственный	9 (20%)	«Азбука предпринимателя» от Корпорации МСП <sup>42</sup> , «Школа предпринимательства» от Корпорации МСП <sup>43</sup> , «Выйти за рамки: инновационность и креативность в бизнесе» <sup>44</sup>
Государственно-частный (+ инициатива при участии НКО)	14 (31,1%)	«Большой курс для начинающих предпринимателей» <sup>45</sup> , «Стать предпринимателем. Бизнес в стиле Z» <sup>46</sup> , «Большой курс для опытных предпринимателей» <sup>47</sup>
Частный	10 (22,2%)	«Юридические аспекты деятельности IT-стартапов» <sup>48</sup> , «Смотрим на бизнес глазами инвестора» <sup>49</sup> , «Маркетинг для социального бизнеса» <sup>50</sup>
Инициативы вузов	12 (26,7%)	«Основы предпринимательства для менеджеров» <sup>51</sup> , «Интернет-предпринимательство» <sup>52</sup> , «Технологическое предпринимательство» <sup>53</sup>

<sup>42</sup> <<https://corpmsp.ru/razvitie-konsultatsionnoy-infrastruktury/uchebnye-materialy/>>.

<sup>43</sup> <<https://corpmsp.ru/razvitie-konsultatsionnoy-infrastruktury/uchebnye-materialy/>>.

<sup>44</sup> <<https://rsv.ru/portal/edu/courses/18/110?mView=detail>>.

<sup>45</sup> <[https://business-class.pro/trajectory/6ed6a93f33d1/extended?utm\\_expид=WbSZgkCWSlywtzHJoFB-sA.1&utm\\_referrer=<https:%2F%2Fwww.google.com%2F>](https://business-class.pro/trajectory/6ed6a93f33d1/extended?utm_expид=WbSZgkCWSlywtzHJoFB-sA.1&utm_referrer=<https:%2F%2Fwww.google.com%2F>)>.

<sup>46</sup> <<https://business-class.pro/trajectory/1d03de21860b>>.

<sup>47</sup> <<https://business-class.pro/trajectory/0ac52a766c05>>.

<sup>48</sup> <<https://www.pgplaw.ru/lp/StartUP2.0#block720>>.

<sup>49</sup> <<https://geekbrains.ru/courses/1>>.

<sup>50</sup> <<https://learning.lab-sp.ru/courses/marketing/>>.

<sup>51</sup> <<https://openedu.ru/course/hse/BASENTREP/>>.

<sup>52</sup> <<https://www.coursera.org/learn/internet-predprinimatelstvo>>.

<sup>53</sup> <<https://www.coursera.org/learn/tekhnologicheskoe-predprinimatelstvo>>.

Каждый тип инициаторов обладает рядом наиболее свойственных для него характеристик (одни признаки характерны сразу для нескольких типов инициатив, другие — только для одного типа) (подробнее см. табл. 3).

**Таблица 3.** Ключевые характеристики каждой группы инициатив,  $N = 45$

Группа	Инициатор образовательной программы	Характеристики программы данного типа
Группа 1	Программы от государственных инициаторов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Очные и онлайн-программы</li> <li>• Высокие охваты для очных инициатив</li> <li>• Наличие косвенных показателей потенциала программы</li> <li>• Целевая аудитория: все группы населения + программы для женщин</li> <li>• Ориентация на рутинное предпринимательство</li> <li>• Слабая проработка системы оценивания образовательных результатов</li> </ul>
Группа 2	Программы от государственно-частных инициаторов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Очные и онлайн-программы</li> <li>• Высокие охваты программ, реализуемых онлайн</li> <li>• Наличие косвенных показателей потенциала</li> <li>• Целевая аудитория: все группы населения + программы для молодежи и женщин</li> <li>• Ориентация на все виды предпринимательства</li> <li>• Слабая проработка системы оценивания образовательных результатов</li> </ul>
Группа 3	Программы от частных инициаторов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Онлайн-программы</li> <li>• Низкие охваты онлайн-программ</li> <li>• Отсутствие косвенных показателей потенциала</li> <li>• Целевая аудитория — все группы населения</li> <li>• Более высокая (по сравнению с другими группами) представленность программ по социальному предпринимательству</li> <li>• Слабая проработка системы оценивания образовательных результатов</li> </ul>
Группа 4	Программы от вузов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Онлайн-программы</li> <li>• Высокие и средние охваты онлайн-программ</li> <li>• Отсутствие косвенных показателей потенциала (за исключением 2 программ)</li> <li>• Целевая аудитория — все группы населения и отдельные программы для молодежи</li> <li>• Преобладание рутинного и инновационного/технологического типа предпринимательства</li> <li>• Качественная система оценивания образовательных результатов</li> </ul>

**Таблица 4.** Инициаторы вебинаров,  $N = 55$

Инициатор	Число и доля вебинаров	Примеры вебинаров
Вебинары от государственных инициаторов	7 (12,8%)	Агентство социальной информации (вебинары «Социальное предпринимательство» <sup>54</sup> ; «Мой бизнес Липецкой области»; «Основы социального предпринимательства» <sup>55</sup> )
Вебинары от государственно-частных инициаторов	24 (43,6%)	«Новый инструмент для привлечения клиентов через Интернет: программа помощи МСП "Развивай. рф.   Бизнес онлайн" <sup>56</sup> ; «Финансовая грамотность предпринимателей» <sup>57</sup>
Вебинары от частных инициаторов	19 (34,5%)	«Лидерство в условиях изменений» <sup>58</sup> ; «Как привлечь инвестиции в бизнес» <sup>59</sup> ; «Деньги на развитие бизнеса: где искать и как не ошибиться» <sup>60</sup>
Вебинары от вузов	4 (7,2%)	НИТУ МИСиС — «Социальное предпринимательство: фактор устойчивого развития экономики» <sup>61</sup> ; «Синергия» — «Как запустить бизнес?» <sup>62</sup>
Вебинары от НКО	1 (1,9%)	«Социальное предпринимательство на малых территориях: вызовы и решения» <sup>63</sup>

Подытоживая, отметим, что большинство «открытых инициатив» реализуются либо напрямую от государственных игроков, либо при аффилиации с государством (государственно-частные инициативы или инициативы государственных вузов). При этом, согласно доступным данным об охвате образовательных инициатив, наиболее перспективными представляются инициативы, интегрирующие усилия университетов и госсектора в части

<sup>54</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=7Kh1hVTOFjk&ab\\_channel=AgencyforSocialInformation](https://www.youtube.com/watch?v=7Kh1hVTOFjk&ab_channel=AgencyforSocialInformation)>.

<sup>55</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=PNRXLGSBFe8>>.

<sup>56</sup> <<https://razvivayrf--biznes-onlayn.timepad.ru/event/1444583/>>.

<sup>57</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=ooSpHlmcha4>>.

<sup>58</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=fVx0L470-No>>.

<sup>59</sup> <<https://youtu.be/EU-WpZVrCJM>>.

<sup>60</sup> <<https://business-class.pro/webinar/dengi-na-razvitie-biznesa>>.

<sup>61</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=Iz\\_z3v7zVec&list=PLYXpmgIQGtq0SEkZ-pkre7J9T-k5Ay4-T](https://www.youtube.com/watch?v=Iz_z3v7zVec&list=PLYXpmgIQGtq0SEkZ-pkre7J9T-k5Ay4-T)>.

<sup>62</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=nj7tneDm\\_ww&list=PLyTS6-Lt00KBP\\_UoMGRwX-NoIRXTFTHcdE&index=1&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=nj7tneDm_ww&list=PLyTS6-Lt00KBP_UoMGRwX-NoIRXTFTHcdE&index=1&t=1s)>.

<sup>63</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=caySUbWwYrY>>.

предпринимательского образования: «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство»<sup>64</sup> (проект РВК, реализуемый прежде всего на базе вузов), «Интернет-предпринимательство»<sup>65</sup> (проект ФРИИ, реализуемый прежде всего на базе вузов).

Что касается сектора вебинаров по предпринимательству (см. табл. 4), то поле стейкхолдеров несколько другое: были обнаружены вебинары от государственных игроков, от государственно-частных игроков, от частных игроков, от вузов и НКО. Для поля вебинаров НКО — самостоятельный стейкхолдер, хотя редко представленный в качестве инициатора.

Согласно полученным данным, для вебинаров и для «открытых инициатив» в области обучения предпринимательству изменился «баланс сил» ключевых инициаторов. Важный игрок для «открытых инициатив» — государственный инициатор — в вебинарах участвует в качестве инициатора в меньшей степени. Между тем значительная роль оказалась у государственно-частных и частных игроков. В частности, сохранились позиции проектов «Бизнес-класс» и «Деловая среда» от Сбербанка. При этом появились игроки, которых ранее не было: частный проект «Бизнес-квартира», «Soc INVEST» и др. (всего появилось 22 новых игрока). Что касается роли вузов, то их участие в вебинарах заметно снизилось. Это может объясняться несоответствием между традиционной для вузов ориентацией на длинные программы и требованием краткости, характерным для вебинаров, за исключением циклов вебинаров, которые, согласно мировому опыту, практикуют вузы, признавая их большую эффективность [Pisoni et al., 2019].

### 1.3.5. Потенциал образовательных инициатив

Данный раздел посвящен анализу потенциала неформального предпринимательского образования на основе информации, имеющейся в открытом доступе. Для оценки потенциала инициатив было выбрано несколько показателей: данные об охватах проектов, наличие «историй успеха» участников образовательного проекта, число открытых компаний, сумма привлеченного капитала, региональный охват инициатив (важный показатель доступности для очных инициатив). На основе обнаруженных данных было проведено первичное ранжирование инициатив на 3 группы: инициативы с высоким потенциалом, инициативы со средним потенциалом, инициативы с низким потенциалом.

<sup>64</sup> <<https://openedu.ru/course/ITMOUniversity/INNOEC/>>.

<sup>65</sup> <<https://www.coursera.org/learn/internet-predprinimatelstvo>>.

Данные об охватах были обнаружены по 25 инициативам. Охваты инициатив от платформ Корпорации МСП и ПАО «Сбербанк» составляют несколько десятков тысяч человек. Однако для ряда инициатив данные об охватах могут показаться небольшими в абсолютном выражении, но в относительном выражении с учетом специфики и отраслевого фокуса наличие охватов является положительной характеристикой (например, «Юридические аспекты деятельности IT-стартапов»<sup>66</sup> — 120 человек). Между тем если охваты инициатив были менее 30 человек при условии, что они как минимум год на рынке, то они были отнесены к группе «отстающих».

Таким образом, были выделены 3 группы инициатив:

1) *инициативы с высоким потенциалом*. К группе лидеров были отнесены 10 инициатив. В эту группу попали только те инициативы, по которым удалось обнаружить информацию по двум показателям эффективности инициативы: например, данные об охватах и любые другие показатели эффективности. К данной группе также была отнесена 1 инициатива, которая не предоставляла данные об охватах, но имела очень высокие показатели косвенной эффективности, — «Запускаем стартап за один месяц»<sup>67</sup> (число привлеченных средств на поддержку стартапов — более 1,3 млрд инвестиций; 1-е место в международном рейтинге университетских акселераторов UBI Global);

2) *инициативы со средним потенциалом*. К группе середняков было отнесено 16 инициатив. В эту группу включены инициативы, которые содержат данные хотя бы по 1 показателю потенциала проекта в будущем: относительно высокие охваты или наличие показателя косвенной эффективности (региональные охваты, например);

3) *инициативы с низким потенциалом*. К этой группе отнесено 19 инициатив, которые имеют либо низкие охваты (до 30 человек), либо отсутствие данных об охватах, а также отсутствие информации об «историях успеха» или любых других косвенных подтверждений потенциала проекта.

В табл. 5 представлены результаты с данными по основным критериям анализа образовательных инициатив в области обучения предпринимательству, рассмотренным выше.

Потенциал вебинаров является еще более сложной темой для изучения, поскольку в литературе не удалось обнаружить оптимальных критериев оценки их эффективности. При этом если использовать схожую мето-

---

<sup>66</sup> Юридические аспекты деятельности IT-стартапов от «Пенелеев Групп».

<sup>67</sup> <[https://start.hse-inc.ru/?utm\\_source=hseinc&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=website#rec115811851](https://start.hse-inc.ru/?utm_source=hseinc&utm_medium=referral&utm_campaign=website#rec115811851)>.

**Таблица 5.** Группировка «открытых» образовательных инициатив

Характеристики	Инициативы с высоким потенциалом	Инициативы со средним потенциалом	Инициативы с низким потенциалом
Партнерство с государством	10/10 инициатив напрямую или косвенно связаны с государством	14/16 инициатив напрямую или косвенно связаны с государством	Меньшая степень государственной вовлеченности
Аффилированность с зарубежными партнерами	+ (5/10 инициатив)	-	-
Участие вузов в инициативах	+ (2/10 инициатив)	+ (8/16 инициатив)	+ (2/19 инициатив)
Наличие инициатив, реализуемых только в офлайн-формате	+ (3/10 инициатив)	-	-
Наличие инициатив смешанного типа (реализация в онлайн и офлайн-форматах)	-	+ (2/16 инициатив)	-
Система оценивания, предполагающая тестирование	+ (3/10 инициатив)	+ (7/16 инициатив)	+ (3/19 инициатив)
Система оценивания, предполагающая защиту бизнес-проектов	+ (2/10 инициатив)	+ (1/16 инициатив)	-
Инициативы ориентированы на определенные социально-демографические группы	+ (4/10 инициатив: 1 ориентирована на женщин, 3 на молодежь)	+ (10/16 инициатив: 2 ориентированы на женщин, 8 на молодежь)	+ (3/19 инициатив: 1 ориентирована на женщин, 1 на граждан предпенсионного возраста, 1 на молодежь)
Ориентация на рутинное предпринимательство	+ (8/10 инициатив)	+ (9/16 инициатив)	+ (13/19 инициатив)
Ориентация на социальное предпринимательство	-	+ (2/16 инициатив)	+ (6/19 инициатив)
Ориентация на технологическое/инновационное предпринимательство	+ (2/10 инициатив)	+ (5/16 инициатив)	-

дологию анализа потенциала «открытых инициатив», то не хватает данных. В частности, данные по охватам представлены в большом количестве вебинаров (53 вебинара предлагают данные по охватам (96,3%)), а данных по косвенным показателям потенциала («истории успеха», привлечение капитала и пр.) не удалось зафиксировать ни в одном вебинаре. Средний охват вебинаров составляет 1755 просмотров, при этом самым просматриваемым является вебинар «Как запустить бизнес?»<sup>68</sup> от частного вуза «Синергия» (29 978 просмотров). Вторым по величине просмотров является вебинар от института НИТУ МИСиС «Социальное предпринимательство: фактор устойчивого развития экономики»<sup>69</sup> (14 105 просмотров). Более детальное изучение этих инициаторов показало, что число просмотров связано с темой вебинара, а не с общим успехом платформ в целом (т.е. охваты по другим вебинарам ниже в несколько раз). Самое низкое число — 35 просмотров вебинара «Эффективность социального предпринимателя» от частного инициатора SocInvest<sup>70</sup>. Между тем на этой площадке встречаются вебинары с более высокими охватами (несколько тысяч участников). Следует отметить, что охваты не всегда сигнализируют о реальной конверсии просмотров/участия в практические инициативы, связанные с предпринимательством.

---

<sup>68</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=nj7tneDm\\_ww&list=PLytS6-Lt00KBP\\_UoMGRwXNoIRXTFTHcdE&index=1&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=nj7tneDm_ww&list=PLytS6-Lt00KBP_UoMGRwXNoIRXTFTHcdE&index=1&t=1s)>.

<sup>69</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=IZ\\_z3v7zVec&list=PLYXpmgIQGtq0SEkZ-pkre7J9T-k5Ay4-T->](https://www.youtube.com/watch?v=IZ_z3v7zVec&list=PLYXpmgIQGtq0SEkZ-pkre7J9T-k5Ay4-T->).

<sup>70</sup> <[https://www.youtube.com/watch?v=ACbJCU\\_nZNU](https://www.youtube.com/watch?v=ACbJCU_nZNU)>.

---

## 2. Зарубежный опыт неформального сектора предпринимательского образования и его сравнение с российским полем

---

Отметим, что данный раздел представляет первичные попытки описания неформального обучения предпринимательству в мировой практике и не отвечает в полной мере критериям репрезентативности. Между тем даже отдельные зарубежные примеры являются важными с точки зрения сравнения с российским полем.

При поиске зарубежных кейсов мы опирались на академическую и экспертную зарубежную литературу. Ниже представлено 3 группы кейсов: 1) совместные инициативы от частного сектора и вузов; 2) инициативы на базе вузов; 3) инициативы на базе НКО.

### 2.1. Инициативы от частного сектора и вузов

Мы не обнаружили инициатив с высоким потенциалом, реализующихся напрямую от частного провайдера без партнерства с образовательными организациями. Между тем были найдены совместные инициативы от частных компаний и ведущих мировых вузов.

Одним из наиболее ярких примеров инициатив в области обучения предпринимательству, обнаруженных нами, можно назвать курс «Предпринимательство» от международной частной компании Cisco (ключевой партнер — Стэнфордский университет), который доступен в 160 странах мира. Курс для начинающих предпринимателей реализуется в смешанном формате (онлайн и офлайн-формат), обучение проводится на 4 языках. Охват на программе по предпринимательству — около 666 тыс. человек, что позволяет говорить о высоком потенциале данной инициативы.

Еще один показательный кейс представлен частной компанией Intel и Калифорнийским университетом<sup>71</sup>: был создан конкурс стартапов по технологическому предпринимательству. Программа также включала образовательный компонент (в виде цикла лекций), который в очном формате прошли более 1000 человек, оценка образовательных результатов осуществлялась при помощи презентации бизнес-планов. Проект включал не

---

<sup>71</sup> <<https://www.entrepreneurshipchallenge.org/>>.



только образовательную функцию, но и систему грантовой поддержки наиболее успешных предпринимателей (например, проект «Mobile Monitoring Station»<sup>72</sup> получил 100 тыс. долл. на реализацию в 2013 г., он действует по сей день). Каждый год проект Intel поддерживает около 5 успешных предпринимательских проектов. Несмотря на относительно невысокие показатели охватов, курс показал реальную эффективность для экономики — создание инновационных компаний, действующих до сих пор (авторы приводят данные о 15 успешных компаниях, которые продолжают быть активными игроками на рынке).

## 2.2. Инициативы на базе вузов

Как и в России, «открытые инициативы» по обучению предпринимательству нередко разработаны вузами и размещены на образовательных платформах (например, Coursera). Однако зарубежный рынок, в отличие от российского, нередко представлен циклом курсов, а не разовыми платными образовательными проектами. Мы же рассматривали только те инициативы, которые отвечали критерию доступности, т.е. были бесплатными.

Предложения по предпринимательскому обучению представлены как от ведущих американских учебных учреждений, так и от европейских. Так, в Высшей коммерческой школе НЕС в Париже разработан курс «Entrepreneurship Strategy: From Ideation to Exit»<sup>73</sup>, имеющий охват более 32 тыс. человек. По результатам прохождения курса 20% учащихся начали новую карьеру (в том числе занялись предпринимательством).

Социальному предпринимательству тоже уделяется немало внимания — например, курс «Введение в социальные инновации»<sup>74</sup> для социальных предпринимателей имеет охват более 90 тыс. человек (курс реализуется на базе Кейптаунского университета). Авторы утверждают, что более 20% учащихся смогли начать новую карьеру по результатам прохождения курса. Еще одним ярким примером является курс «Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators»<sup>75</sup> от Университета Пенсильвании, охват на котором составляет 29 748. Отличительной особенностью курса является то, что студенты, завершившие курс, могут подать заявку на оч-

---

<sup>72</sup> <[https://www.entrepreneurshipchallenge.org/IGC\\_Press\\_Release\\_Winners\\_12-9-13\\_UPDATE.pdf](https://www.entrepreneurshipchallenge.org/IGC_Press_Release_Winners_12-9-13_UPDATE.pdf)>.

<sup>73</sup> <<https://www.coursera.org/learn/entrepreneurship-strategy>>.

<sup>74</sup> <<https://www.coursera.org/learn/social-innovation>>.

<sup>75</sup> <<https://www.coursera.org/learn/social-impact>>.

ное обучение по программе «Global Social Impact House». Это семидневная программа с проживанием в семье, которая предоставляет стипендиатам инструменты (образовательная среда, обучение), необходимые для продвижения их бизнес-идей.

Образовательная платформа EdX предлагает 35 бесплатных онлайн-курсов для предпринимателей. Одним из самых ярких примеров является курс «Креативность и предпринимательство» (разработан Университетом Беркли), который имеет охват более 70 тыс. участников<sup>76</sup>. Обнаружены также открытые образовательные программы для предпринимателей на частных платформах «UDACITY»<sup>77</sup>, «Deegred»<sup>78</sup>, «Skill Share»<sup>79</sup>, на сайте университета MIT<sup>80</sup>, а также на частных платформах «Class Central»<sup>81</sup>, «Future learn»<sup>82</sup>. При этом не все платформы открывают данные о потенциале своих проектов, исключением стала платформа «Skill Share», где размещено более 40 образовательных курсов для предпринимателей (средние охваты — 30 тыс. человек).

Стоит отметить, что все образовательные проекты, реализуемые на крупных онлайн-платформах, включают оценку образовательных результатов. На большинстве курсов осуществляется как проверка знаний во время прохождения курса (т.е. есть промежуточное тестирование по темам), так и итоговое тестирование. Однако, как было показано выше, некоторые инициативы включают защиту бизнес-планов, хотя эта форма используется реже. При этом нередко вузы демонстрируют потенциал не только по результатам охватов, но и по косвенным показателям, представленным в виде доли в процентах тех, кто смог начать новую карьеру (в том числе стать предпринимателем).

### 2.3. Инициативы на базе НКО

Важное отличие зарубежного поля от российского связано с более высокой вовлеченностью НКО в организацию «открытых инициатив» для

---

<sup>76</sup> <<https://www.edx.org/course/creativity-entrepreneurship>>.

<sup>77</sup> <<https://www.udacity.com/course/how-to-build-a-startup-ep245>>.

<sup>78</sup> <<https://degreed.com/pathway/d708qr9r26?path=entrepreneurship>>.

<sup>79</sup> <<https://www.skillshare.com/browse/entrepreneurship?via=browse-related-skills>>.

<sup>80</sup> <<https://ocw.mit.edu/courses/sloan-school-of-management/15-356-how-to-develop-break-through-products-and-services-spring-2012/index.htm>>.

<sup>81</sup> <<https://www.classcentral.com/subject/entrepreneurship>>.

<sup>82</sup> <<https://www.futurelearn.com/subjects/business-and-management-courses/entrepreneurship>>.

предпринимателей. В России НКО почти не представлены в качестве отдельных игроков, тогда как в зарубежных странах НКО является важным стейкхолдером. Так, НКО АСТЕС<sup>83</sup> реализует очные программы для начинающих предпринимателей, НКО Centro — программы для женщин<sup>84</sup>. Среди косвенных показателей потенциала проекта разработчики приводят в пример «истории успеха», когда участники стали предпринимателями после прохождения обучения. При этом роль государства в данном поле в ряде других стран значительно меньше, как показывает практика реализации образовательных программ в Англии [Ismail, 2018].

## 2.4. Обобщение анализа зарубежного опыта

Первичный срез данных по обучению предпринимательству в зарубежном неформальном секторе показал, что в мире этой теме уделяется довольно много внимания (выявлено значительное количество ярких, раскрученных программ), есть много примеров инициатив с высоким потенциалом (например, с точки зрения показателей охватов). Проекты не только реализуют первичное (краткое) обучение предпринимательству, но и предоставляют возможность дальнейшего обучения, финансовую поддержку, что подтверждают, например, «истории успеха» участников проекта, инициированного Intel. Между тем, как и в России, на образовательных онлайн-платформах за рубежом нет информации в открытом доступе о реальной экономической или социальной отдаче от проектов. Примечательно, что наибольший потенциал с точки зрения охватов или других показателей (например, проекты от Cisco и Intel) реализуются при участии частных компаний совместно с образовательными учреждениями, что позволяет сделать вывод об эффективности данного взаимодействия. Отметим, что и российский опыт показал эффективность подобного сотрудничества (курс с участием РВК [Сорокин и др., 2020]).

Зарубежное поле отличается преобладанием вузов как основных инициаторов проектов. Значительную роль играют также некоммерческие организации и частные компании. Между тем, как показал анализ российских «открытых инициатив», инициативы-лидеры зачастую представлены государством, а частный сектор оказался в меньшинстве (кроме того, из открытых данных не следовали выводы об относительном потенциале

---

<sup>83</sup> <<https://actec-ong.org/en>>.

<sup>84</sup> <<https://www.centrocommunity.org/basic-entrepreneurship-program>>.

проектов частных провайдеров). Еще одно важное отличие заключается в содержательных акцентах обучения предпринимательству: зарубежный опыт показывает большее внимание социальному, инновационному/технологическому предпринимательству, в то время как в России преобладают инициативы по рутинному предпринимательству (см. табл. 6).

**Таблица 6.** Основные характеристики российского и зарубежного поля «открытых инициатив» по предпринимательству

<b>Критерий сравнения</b>	<b>Зарубежное поле</b>	<b>Российское поле</b>
Доступность проекта	Бесплатные очные и онлайн-инициативы (преимущественно онлайн)	Бесплатные очные и онлайн-инициативы (преимущественно онлайн)
Оценка образовательных результатов	Высокая степень проработанности оценки образовательных результатов (тестирование, реже — защита проекта)	Низкая степень проработанности оценки образовательных результатов (тестирование, в исключительных случаях — защита проекта)
Целевая аудитория проекта (различные социально-демографические группы)	Высокая ориентация на определенные целевые группы (например, женщины, молодежь)	Низкая ориентация на определенные целевые группы
Основной инициатор проектов	Вузы (частные и государственные), НКО	Государство или государственно-частные игроки. Вузы тоже важный игрок, но подавляющее большинство — государственные вузы
Ориентация обучения: социальный, рутинный, инновационный/технологический бизнес	Высокая степень ориентации на инновационное/технологическое и социальное предпринимательство	Высокая степень ориентации на рутинное предпринимательство
Потенциал образовательных инициатив в виде охватов	В подавляющем большинстве инициатив указаны данные об охватах	Только в половине инициатив указаны данные об охватах
Косвенные признаки потенциала/эффективности	Редко представлены «истории успеха» участников, результаты заработка стартапов	Редко представлены «истории успеха» участников, результаты заработка стартапов

---

## Заключение

---

Данная работа посвящена анализу неформального предпринимательского образования в России на федеральном уровне.

Российские «открытые» образовательные инициативы чаще представлены в онлайн-формате (40 инициатив). Зачастую образовательные проекты содержат лекционные материалы, а интерактивные форматы обучения (менторская поддержка, работа в группах) остаются редкими. Между тем в исследованиях предпринимательского образования подчеркивается, что интерактивные форматы обучения дают положительный эффект [Nabi et al., 2017]. Довольно неожиданным стало то, что только в 17 из 45 инициатив в явном виде определен подход к оценке образовательных результатов (выходное тестирование или защита проектов), что является важным ограничением.

Большинство инициатив не имеют направленности на определенные целевые аудитории. Из тех ЦА, которые артикулируются создателями инициатив, можно выделить молодежное и женское предпринимательство. При этом инициативы для женщин (3 инициативы из 4) направлены на категорию молодых мам, находящихся в декретном отпуске. Мы не обнаружили инициативы для некоторых целевых групп (военные, безработные), хотя в национальном проекте о поддержке МСП они были заявлены. Кроме того, на основе открытых данных не удалось подтвердить гипотезу об адаптации образовательного контента для целевых групп.

Большинство инициатив направлены на рутинное предпринимательство, которое важно для экономического роста, но не столь эффективно, как технологическое предпринимательство [Acs, 2016]. Инициатив по социальному предпринимательству также обнаружено немного, впрочем, пандемия COVID-2019 актуализировала потребность в них.

Среди основных инициаторов можно отметить государственные инициативы, реализуемые профильными министерствами. Государственно-частное партнерство зачастую осуществляется при поддержке крупных компаний (прежде всего Сбербанка). Довольно заметным игроком в части создания «открытых» образовательных инициатив стали российские государственные вузы, создавшие открытые образовательные курсы по поддержке начинающих предпринимателей, особенно в части инновационного и технологического предпринимательства. При этом область обучения социальному предпринимательству представлена прежде всего частными инициативами.

Несмотря на то что «открытые» образовательные инициативы — новое явление и выявить их влияние на предпринимательскую экосистему сложно, можно отметить, что наиболее высокий потенциал проектов (по охватам, наличию косвенных показателей потенциала) представлен государственными операторами. Частные проекты имеют более низкие показатели потенциала проекта (это может объясняться слабой проработкой образовательного компонента). Также важным игроком в секторе «открытых инициатив» стали российские государственные вузы. Инициативы вузов зачастую включают систему оценки знаний, имеют более высокий уровень проработанности образовательного контента, но текущие показатели потенциала этих проектов, судя по доступной информации, в большинстве случаев невысоки.

Первичное изучение зарубежного поля «открытых инициатив» в области обучения предпринимательству показало, что российское поле значительно отличается от мировых аналогов. В частности, зарубежные программы чаще включают оценку образовательных результатов (в том числе промежуточную форму — тестирование), которая нередко проводится в формате защиты бизнес-проектов. Зарубежное поле в большей степени предлагает возможность продолжения предпринимательского образования (но уже в рамках формального образования). Основные инициаторы «открытых инициатив» в мире — вузы, НКО и частные компании. Программы с высоким потенциалом реализуются при совместном участии частных компаний и вузов. Образовательные программы по предпринимательству для отдельных целевых групп встречаются с фокусом прежде всего на женщин и на молодежь. Между тем зарубежные программы зачастую направлены на определенный тип предпринимательства (например, на инновационно-технологическое предпринимательство), тогда как рутинное предпринимательство представлено намного реже. Потенциал зарубежных инициатив представлен в виде охватов, «историй успеха», при этом нет оснований полагать, что более продвинутые формы оценивания (например, трекинг последующих траекторий участников) являются частой практикой.

Обобщая полученные результаты, можно сделать вывод о том, что традиционная вузовская система остается важным игроком в новом, стремительно растущем поле предпринимательского обучения в неформальном секторе. Вероятно, особая роль вузов в развитии данной области может заключаться в том, чтобы выступать одновременно образцами и партнерами для других стейкхолдеров с точки зрения методического и педагогического дизайна соответствующих продуктов. Ведь независимо от того,

какой провайдер и в каком формате реализует образовательную деятельность, эта деятельность должна соответствовать базовым методическим стандартам. Повышение методической проработанности образовательных продуктов может стать одним из важных векторов на следующем этапе развития «открытых инициатив» в области обучения предпринимательству в России и привести к росту их потенциала.

При этом пока российские вузы не рассматривают это направление как удобную возможность тестирования новых методологических и технологических решений (или как маркетинговый инструмент). Кроме того, не происходит переноса и интеграции удачных кейсов и практик в более длинные и традиционные образовательные программы. Также фактически нет инструментов объективной оценки эффективности программ, включая мониторинг выпускников, формирование кейсов (развернутых исследований, а не «историй успеха»).

Краткий анализ вебинаров по предпринимательству (в выборке было 55 вебинаров) показал, что это поле не идентично сектору «открытых инициатив» по многим параметрам. С одной стороны, это ожидаемый вывод, поскольку в существенной степени эти форматы различные — они имеют специфические цели и аудитории. С другой стороны, есть и конкретные неожиданные находки: относительно высокая представленность вебинаров по социальному предпринимательству, низкая — по инновационно-технологическому предпринимательству. Кроме того, в поле вебинаров более активны частные инициаторы при снижении участия государственных инициаторов и вузов. Несмотря на разницу «открытых инициатив» и вебинаров, в литературе отмечается, что обучение предпринимательству должно быть поддержано обоими формами [Pisoni et al., 2019].

### *Рекомендации на основании проведенного исследования*

Проведенное исследование позволило выявить ряд ключевых направлений для совершенствования поля «открытых инициатив» по предпринимательскому образованию в России по аналогии с зарубежными примерами.

1. По аналогии с мониторингами GEM и GUESS необходимо провести лонгитюдное исследование неформального сектора предпринимательского образования для всего международного сообщества. Такое исследование позволит оценить потенциал неформального сектора для всех участников, а также вовлечь большее число участников в предпринимательство в целом (современные исследования предпринимательского образования охватывают только тех, кто находится в секторе формального образова-

ния или в недавнем прошлом был его участником, при этом большая часть предпринимателей оказывается неизученной).

2. Следует сформировать систему изучения траекторий участников на протяжении всего предпринимательского пути (до обучения, во время обучения и после обучения). Система изучения мотивации к неформальному предпринимательскому образованию очень важна, поскольку позволит выявить стимулы к участию, компоненты человеческого капитала, побудившие заниматься предпринимательством. Изучение последующей траектории позволит понять, чем было полезно обучение, на что оно повлияло в будущем, какой эффект на экономику оказало обучение.

3. При входе и выходе предпринимательского обучения следует добавить систему проверки знаний (например, это может быть один и тот же тест для проверки знаний). Это позволит оценить, насколько улучшились (или не улучшились) знания участников обучения. Благодаря подобной проверке станут возможными сбор обратной связи непосредственно от участников обучения, а также корректировка образовательной программы под слушателей.

4. По аналогии с зарубежным опытом необходимо создание «открытых инициатив» для целевых групп. Зарубежный опыт показал, что подобные инициативы более эффективны, так как в этом случае образовательный контент подстроен под запросы целевой группы (например, программа для молодых предпринимателей, занимающихся технологическим предпринимательством).

5. Необходимо разработать систему возможности продолжения предпринимательского образования в рамках более длинных образовательных продуктов (по примеру зарубежного опыта).

6. Следует разработать систему предложений по использованию возможностей разовых вебинаров в качестве поддерживающих инструментов для более длительных программ обучения предпринимательству в неформальном секторе.



---

## Литература

---

- Аксентьев И. и др.* (2020) Общество и пандемия / Отв. ред. В.А. Мау, Я.И. Кузьминов, А.Д. Радыгин, В.А. Садовничий, С.Г. Синельников-Мурылев // Общество и пандемия: опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России. М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации.
- Бисенгалиева А.А., Смаулова Т.Н.* (2019) Анализ состояния предпринимательского образования в современных условиях // Проблемы современной науки и образования. Т. 4. № 137.
- Головина Т.А., Меркулов П.А., Полянин А.В.* (2017) Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России // Экономическая политика Т.12. № 5.
- Губанов А.Ю., Елашкина А.В.* (2020) Диагностика компетенций технологического предпринимателя // Образовательная политика. № 5. С. 66–78.
- Земцов С.П., Бабурин В.Л.* (2019) Предпринимательские экосистемы в регионах России // Региональные исследования. № 2. С. 4–14.
- Земцов С.П., Чепуренко А.Ю., Баринова В.А., Красносельских А.Н.* (2020) Новая предпринимательская политика для России после кризиса 2020 г. // Вопросы экономики. № 10. С. 46–60.
- Орлова Е.Ю.* (2017) Использование возможностей массовых открытых онлайн-курсов для обучения студентов технических вузов основам предпринимательства // Экономика и качество систем связи. Т. 3. № 1.
- Рубин Ю.Б.* (2015) Высшее предпринимательское образование в России: диагностика проблемы // Высшее образование в России. № 11.
- Рубин Ю.Б.* (2016) Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата // Высшее образование в России. № 1.
- Сорокин П.С., Черненко С.Е., Повалко А.Б.* (2020) Обучение предпринимательству в вузах России и мира: зачем, как и с какими результатами? / Отв. ред. и науч. ред. П.С. Сорокин. Ч. 9(39) // Современная аналитика образования. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ.

- Сорокин П.С., Повалко А.Б., Вятская Ю.А.* (2021) Открытые инициативы по обучению предпринимательству: характеристика российского поля // Форсайт. Т. 15. № 4.
- Стромов В.Ю., Сысоев П.В., Завьялов В.В.* (2019) Кластерный подход к развитию молодежного предпринимательства в классическом вузе // Высшее образование в России. Т. 28. № 7. С. 102–109.
- Чепуренко А.Ю.* (2017) Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки // Вопросы образования. № 3. С. 250–276.
- Aadland T., Aaboen L.* (2018) Systematising higher education: a typology of entrepreneurship education // Entrepreneurship, Innovation and Education. Edward Elgar Publishing.
- Acs Z.J., Audretsch D.B., Lehmann E.E., Licht G.* (2016) National systems of entrepreneurship // Small Business Economics. Vol. 46. No. 4. P. 527–535.
- Acs Z.J., Autio E., Szerb L.* (2014) National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications // Research Policy. Vol. 43. P. 476–494.
- Akhmetshin R.M., Palyakin R.B.* (2021) Challenges of Entrepreneurship Education in the Republic of Tatarstan // Ashmarina S., Mantulenko V., Vochozka M. (eds) Engineering Economics: Decisions and Solutions from Eurasian Perspective, Engineering economics week 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. Vol. 139. P. 633–639.
- Bingimlas K.A.* (2009) Barriers to the Successful Integration of ICT in Teaching and Learning Environments: A Review of the Literature // Eurasia Journal of Mathematics, Science & Technology Education. Vol. 5. No. 3. P. 235–245.
- Bogatyрева K., Shirokova G.* (2017) From Entrepreneurial Aspirations to Founding a Business: The Case of Russian Students // Foresight and STI Governance. Vol. 11. No. 3. P. 25–36.
- Brush C.G.* (2014) Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem // Innovative pathways for university entrepreneurship in the 21st century. Emerald Group Publishing Limited.
- Chawawa M., Raditloaneng W.* (2015) Entrepreneurship Development // Lifelong Learning for Poverty Eradication. Entrepreneurship Development Training and Lifelong Learning. Springer, Cham. P. 59–77.

- Chepurenko A., Kristalova M., Wyrvich M.* (2019) Historical and Institutional Determinants of Universities' Role in Fostering Entrepreneurship // *Foresight and STI Governance*. Vol. 13. No. 4. P. 48–59.
- Chepurenko A., Popovskaya E., Obraztsova O.* (2017) Entrepreneurship in Transition Economie // *Sauka A., Chepurenko A. (eds) Cross-regional Variations in the Motivation of Early-Stage Entrepreneurial Activity in Russia: Determining Factors. Societies and Political Orders in Transition*. Springer, Cham. P. 315–342.
- Dacin M.T., Dacin P.A., Tracey P.* (2011) Social entrepreneurship: A critique and future directions // *Organization Science*. Vol. 22. No. 5. P. 1203–1213.
- Fomina Y., Chahine T.* (2019) Responsible People Palgrave Studies in Governance, Leadership and Responsibility // *Farache F., Grigore G., Stancu A., McQueen D. (eds) Social Entrepreneurship Factors of Success and Failure in the Omsk Region of Russia*. Palgrave Macmillan, Cham. P. 89–111.
- Giones F., Brem A.* (2017) Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda // *Technology Innovation Management Review*. Vol. 7. No. 5.
- Hua S., Ren Z.* (2020) Online+ Offline' Course Teaching Based on Case Teaching Method: A Case Study of Entrepreneurship Education Course // *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*. Vol. 15. No. 10. P. 69–85.
- Kumar P., Kumar A., Palvia S., Verma S.* (2019) Online business education research: Systematic analysis and a conceptual model // *The International Journal of Management Education*. Vol. 17. No. 1. P. 26–35.
- Kuzminov Ya., Sorokin P., Froumin I.* (2019) Generic and Specific Skills as Components of Human Capital: New Challenges for Education Theory and Practice // *Foresight and STI Governance*. Vol. 13. No. 2. P. 19–41.
- Manimala M.J., Thomas P.* (2017) Entrepreneurship Education // *Manimala M., Thomas P. (eds) Entrepreneurship Education. Entrepreneurship Education: Innovations and Best Practices*. Singapore: Springer.
- Morris M.H., Shirokova G., Tsukanova T.* (2017) Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration // *European Journal of International Management*. Vol. 11. No. 1. P. 65–85.
- Nabi G., Liñán F., Fayolle A., Krueger N., Walmsley A.* (2017) The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research

- agenda // Academy of Management Learning & Education. Vol. 16. No. 2. P. 277–299.
- Nikolova E.V., Ricka F., Simroth D.* (2012) Entrepreneurship in the transition region: an analysis based on the Life in Transition Survey. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD).
- Pisoni G., Marchese M., Renouard F.* (2019) Benefits and challenges of distributed student activities in online education settings: Cross-university collaborations on a pan-european level. Global Engineering Education Conference (EDUCON). P. 1017–1021.
- Sansone G., Battaglia D., Landoni P., Paolucci E.* (2019) Academic spinoffs: the role of entrepreneurship education // International Entrepreneurship and Management Journal. P. 1–31.
- Semenova T.V., Rudakova L.M.* (2015) Barriers when taking massive open online courses (MOOCs) // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. No. 3. P. 35–48.
- Singh G., DeNoble A.* (2003) Early retirees as the next generation of entrepreneurs // Entrepreneurship theory and practice. Vol. 27. No. 3. P. 207–226.
- Sousa M.J., Carmo M., Gonçalves A.C., Cruz R., Martins J.M.* (2019) Creating knowledge and entrepreneurial capacity for HE students with digital education methodologies: Differences in the perceptions of students and entrepreneurs // Journal of Business Research. Vol. 94. P. 227–240.
- Sun D., Li S., Xu X.* (2020) Analysis of reform and development strategies of China's Internet innovation and entrepreneurship education // Entrepreneurship Education. Vol. 3. No. 1. P. 77–93.
- Wilson K.E., Vyakarnam S., Volkmann C., Mariotti S., Rabuzzi D.* (2009) Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century // World Economic Forum: A Report of the Global Education Initiative (WEF).
- Zhao H., Seibert S.E., Hills G.E.* (2005) The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions // Journal of Applied Psychology. Vol. 90. No. 6. P. 1265–1272.
- Zobnina M., Korotkov A., Rozhkov A.* (2019) Structure, Challenges and Opportunities for Development of Entrepreneurial Education in Russian Universities // Foresight and STI Governance. Vol. 13. No. 4. P. 69–81.

## **НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В РОССИИ: КЛАССИФИКАЦИЯ И СРАВНЕНИЕ С МИРОВЫМ ОПЫТОМ**

### **Сорокин Павел Сергеевич,**

доцент Института образования, старший научный сотрудник Центра развития навыков и профессионального образования, Институт образования НИУ ВШЭ.

E-mail: psorokin@hse.ru

### **Вятская Юлия Алексеевна,**

стажер-исследователь Центра развития навыков и профессионального образования, Институт образования НИУ ВШЭ.

E-mail: yumatyunenko@hse.ru

### **Повалко Александр Борисович,**

профессор Института образования НИУ ВШЭ.

E-mail: apovalko@hse.ru

**Аннотация.** Настоящий выпуск «Современной аналитики образования» посвящен одной из самых малоизученных тем: неформальному сектору предпринимательского образования в России в контексте зарубежного опыта. Авторами были изучены 45 образовательных курсов — «открытых инициатив» (бесплатных и доступных для всех граждан России). Анализ проводился на основе 5 критериев: подход к оценке образовательных результатов, формат (онлайн/очный); целевая аудитория; содержательная ориентация на обучение конкретным типам предпринимательства; инициаторы образовательного проекта; потенциал образовательных инициатив. В анализ также включены 55 вебинаров для начинающих предпринимателей, которые были проанализированы по схожим параметрам (при наличии информации). Особое внимание уделяется описанию зарубежного опыта в рамках неформального обучения предпринимательству. В качестве выводов представлены рекомендации по дальнейшему развитию обучения предпринимательству в России. Материал будет интересен и полезен исследователям и практикам в области реализации и поддержки программ обучения пред-

принимательству, а также образовательных продуктов, направленных на развитие инициативности, предприимчивости, для лиц любых возрастов, в рамках как формального, так и неформального образования.

**Ключевые слова:** неформальное образование; «открытые инициативы»; предпринимательство; обучение предпринимательству; вебинары по предпринимательству; зарубежный опыт.

# INFORMAL ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN RUSSIA: CLASSIFICATION AND COMPARISON WITH WORLD EXPERIENCE

## **Pavel Sorokin,**

PhD, Associate Professor, Senior Research Fellow, Institute of Education, NRU HSE.

E-mail: psorokin@hse.ru

## **Yulia Vyatskaya,**

Research Assistant of Institute of Education, NRU HSE.

E-mail: yumatyunenko@hse.ru

## **Alexander Povalko,**

Professor of Institute of Education NRU HSE.

E-mail: apovalko@hse.ru

**Abstract.** This issue of is devoted to one of the poorly studied topics: the informal sector of entrepreneurial education in Russia in the context of foreign experience. The authors studied 45 educational courses — «open initiatives» («free» format and available for all citizens of the Russian Federation). The analysis was carried out on the basis of 5 criteria: the approach to assessing educational results, including the format (online/face-to-face); the target audience; the content orientation towards teaching specific types of entrepreneurship; the initiators of the educational project; the relative «success» of educational initiatives. The analysis included 55 webinars for entrepreneurs, which were analyzed according to similar parameters (if information was available). Special attention is paid to the description of international experience. In conclusions, recommendations for the further development of entrepreneurship training in Russia are offered. This report would be of interest for researchers and practitioners in the field of support and development of entrepreneurship training programs and educational programs aimed at developing initiative and agentic features for audiences of any ages and in formal as well as non-formal education.

**Keywords:** non-formal education; «open initiatives»; entrepreneurship; entrepreneurship education; entrepreneurship webinars; foreign experience.

## Один из сильнейших университетов страны приглашает на бюджетные места

Институт образования НИУ ВШЭ предоставляет уникальную возможность для профессионального развития и карьерного роста. Образовательные программы построены с учетом научных разработок и изменений в законодательстве. Среди преподавателей — ведущие российские и зарубежные ученые, признанные эксперты-практики российского образования.

### МАГИСТЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ

#### Для выпускников бакалавриата и специалитета

Период обучения: 2 года

Форма обучения: очная

■ **«Доказательное развитие образования»**

Академический руководитель — К.Р. Романенко

Соруководитель — А.А. Егоров

■ **«Обучение и оценивание как наука»**

Академические руководители — И.В. Антипкина, М. Арсалиду

Научный руководитель — Е.Ю. Карданова

■ **«Педагогическое образование»**

Академический руководитель — М.А. Лытаева

#### Для руководителей вузов и школ

Период обучения: 2,5 года

Форма обучения: очно-заочная

■ **«Управление в высшем образовании»**

Академический руководитель — К.В. Зиньковский

■ **«Управление образованием»**

Академический руководитель — А.А. Кобцева

Научный руководитель — А.Г. Каспржак

■ **«Цифровая трансформация образования»**

Академический руководитель — Е.Д. Патаракин

Обучение осуществляется как бесплатно на бюджетной основе, так и с оплатой на договорной основе. Работникам государственных и муниципальных бюджетных учреждений социальной сферы предоставляется 50%-ная скидка на обучение.

Департамент образовательных программ Института образования НИУ ВШЭ

<https://ioe.hse.ru/masters>

Тел.: 8 (495) 772-95-90 (доб. 22550)

Тел.: 8 (916) 335-15-58



## АСПИРАНТСКАЯ ШКОЛА ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Институт образования НИУ ВШЭ приглашает к поступлению в уникальную для России Аспирантскую школу по образованию. Школа объединяет всех, кто хочет заниматься практическими и фундаментальными исследованиями в образовании, не ограничиваясь рамками традиционной педагогики. Поэтому, помимо тех, кто уже получил педагогическое образование, аспирантура ориентирована на выпускников социальных, гуманитарных, экономических и других специальностей.

### Преимущества программы:

- ✓ Практика исследований и возможность трудоустройства с первых дней
- ✓ Степень кандидата наук НИУ ВШЭ об образовании / PhD HSE in Education
- ✓ Междисциплинарная подготовка
- ✓ Зарубежные стажировки по теме исследования
- ✓ Участие в совместных проектах с лидерами мировых рейтингов: Бостонским колледжем, Стэнфордским университетом, Гарвардским университетом, Университетским колледжем Лондона и др.
- ✓ Доступ к уникальным данным международных и российских исследований из баз PISA, TIMSS, TALIS, SERU, iPIPS, PIAAC, МЭО
- ✓ Регулярные презентации новых исследований в сфере образования
- ✓ Доступ ко всем образовательным ресурсам Высшей школы экономики

### Школа предлагает две формы обучения:

**Академическая аспирантура** — для тех, кто хочет полностью сфокусироваться на развитии научной карьеры. Это очная аспирантура «полного дня» с обязательным включением в работу профильного для вас центра Института образования и обязательной стажировкой в зарубежном вузе-партнере. Аспиранты получают стипендию и зарплату аналитика или стажера-исследователя в выбранном центре.

**Профессиональная аспирантура** — для тех, кто уже нашел себя в бизнес- и управленческих структурах сферы образования. Эта очная программа дает возможность совмещать обучение с занятостью вне стен Института.

### Как поступить?

По конкурсу портфолио. Набор проходит два раза в год: с декабря по март и с августа по сентябрь. До подачи документов необходимо выбрать будущего научного руководителя и обсудить тему исследования, подготовить и согласовать его план-проект.

**Обучение бесплатное — три года. Иногородним предоставляется общежитие.**

Аспирантская школа по образованию:

<https://aspirantura.hse.ru/ed>

Тел.: 8 (495) 772-950-90 (внутренний 22714)

Лицензия на осуществление образовательной деятельности № 2593 от 24.05.2017.

Свидетельство о государственной аккредитации № 1820 от 30.03.2016.

На все вопросы о поступлении и обучении ответит академический директор Аспирантской школы Терентьев Евгений Андреевич:

E-mail: [eterentev@hse.ru](mailto:eterentev@hse.ru),

моб. тел.: +7(985) 386-63-49.

**Для заметок**

---

**Для заметок**

---

*Научное издание*

*Серия  
Современная аналитика образования*

№ 11 (60)

**НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В РОССИИ:  
КЛАССИФИКАЦИЯ И СРАВНЕНИЕ С МИРОВЫМ ОПЫТОМ**

Редактор: Н. Андрианова  
Компьютерная верстка: Н. Пузанова

Подписано в печать 30.12.2021. Формат 60×84 1/16  
Усл.-печ. л. 3,02. Уч.-изд. л. 2,38. Тираж 100 экз.

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20  
Тел./факс: (499) 611-15-52

Институт образования  
101000, Москва, Потаповский пер., д. 16, стр. 10  
Тел./факс: (499) 772-95-90\*22235  
ioe@hse.ru

