

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 378.4

DOI: 10.17853/1994-5639-2018-1-171-187

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕХНОЛОГИИ «СОЦИАЛЬНЫЙ АКСЕЛЕРАТОР» ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В КЛАССИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Е. Г. Сырямкина¹, Т. Б. Румянцева², Е. Ю. Ливенцова³

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия.*

E-mail: ¹syryamkinaeg@mail.ru, ²rtb98@mail.ru, ³evg.liv@mail.ru

Аннотация. Введение. Современные тенденции эволюционирования образования и человеческого сообщества в целом не только усиливают роль университетов в преобразовании социальной сферы, но и требуют от высшей школы новых подходов к формированию навыков и надпрофессиональных компетенций студентов, которым предстоит жить в условиях нового (шестого) технологического уклада. Для классических университетов социальное и культурное совершенствование общества является изначальной миссией. Однако сегодня вузам отводится особая роль в укреплении социально-экономической стабильности и поступательном развитии территорий, на которых они расположены. Среди актуальных образовательных задач, решение которых способно обеспечить дополнительные ресурсы для роста благосостояния сограждан, выделяется подготовка социальных предпринимателей, деятельность которых направлена на креативное решение социальных проблем региона, помощь его жителям и позитивные перемены в местном социуме.

Цель публикации – представить результаты апробации инновационной образовательной технологии развития социально-предпринимательской компетентности студентов в классическом университете.

Методология и методики. Методологическую базу работы составили идеи системно-деятельностного и компетентностного подходов. В процессе исследования использовались такие методы, как анализ научной литературы и документов, имеющих отношение к рассматриваемой теме; кабинетное исследование (desktop research); интервьюирование и анкетирование участни-

ков образовательного процесса; образовательный эксперимент; рефлексия и обобщение практического опыта реализации программы акселерации бизнес-проектов в классическом университете (case study).

Результаты и научная новизна. Предложен новый подход к развитию социально-предпринимательской компетентности студентов, основанный на внедрении в образовательную практику вуза технологии «Социальный акселератор». Описана структура технологии, которая в качестве обязательных компонентов включает краткосрочную, рассчитанную на несколько месяцев программу обучения начинающих предпринимателей; менторское сопровождение продвижения студенческих стартапов; создание условий для предъявления общественности продуктов проектной деятельности обучающихся. В обобщенном виде изложен цикл функционирования «акселератора» и результаты его апробации, которая осуществлялась с 2015 по 2017 г. на площадке «Парка социогуманитарных технологий» Томского государственного университета. Анализ отзывов студентов демонстрирует появление у них устойчивого интереса к социально-преобразующей деятельности и желание продолжать обучение по выбранному направлению в городских, региональных, всероссийских и международных школах.

Практическая значимость. Предлагаемая авторами технология «Социальный акселератор» является инновационным эффективным инструментом генерации новой волны предпринимателей, который может тиражироваться для использования обучения студентов в классических университетах. Технология позволяет своевременно распознавать лиц, способных к бизнес-деятельности; активизировать их инициативу; оказывать им действенную помощь в развитии предпринимательских склонностей и получении необходимых знаний.

Ключевые слова: образование, университеты, социальное предпринимательство, социально-предпринимательская компетентность, акселератор, стартап.

Благодарности. Работа выполнена по программе повышения конкурентоспособности Национального исследовательского Томского государственного университета при финансовой поддержке РФФИ, грант № 16-29-12858.

Авторы выражают глубокую признательность и искреннюю благодарность рецензентам данной статьи.

Для цитирования: Сырямкина Е. Г., Румянцева Т. Б., Ливенцова Е. Ю. Образовательный потенциал технологии «Социальный акселератор» для развития социально-предпринимательской компетенции студентов в классическом университете // Образование и наука. 2018. Т. 20, № 1. С. 171–187. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-1-171-187

EDUCATIONAL POTENTIAL OF THE “SOCIAL ACCELERATOR” TECHNOLOGY: DEVELOPING SOCIAL – ENTREPRENEURIAL COMPETENCE OF STUDENTS AT CLASSICAL UNIVERSITIES

E. G. Syryamkina¹, T. B. Rumyantseva², E. Yu. Liventsova³

National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia.

E-mail: ¹syryamkinaeg@mail.ru, ²rtb98@mail.ru, ³evg.liv@mail.ru

Abstract. *Introduction.* Modern trends in the development of education and society as a whole not only strengthen the role of modern universities in transformation of the social sphere, but also require a new approach to developing skills and over-professional competencies of university students, especially students of social and humanitarian specialties, who will live in conditions of a new technological paradigm. In this connection, classical universities have a special role because social and cultural development of society is their original mission. Therefore, development of social and entrepreneurial competence of students is an urgent educational task of modern classical universities. Education of social entrepreneurs is one of the relevant educational tasks which solution enables to provide additional resources for growth of welfare of fellow citizens. The work of social entrepreneurs is directed to the creative solution of social problems of the region, the help to its residents and positive changes in local society.

The aim of the article is to demonstrate the experience of approbation of the educational technology for developing social and entrepreneurial competence of students in a classical university.

Methodology and research methods. The methodological basis of the work is based on system-activity and competence approaches. The authors have used such methods as analysis of scientific literature; analysis of documents; desktop research; interviewing and questioning of participants in the educational process; educational experiment; reflection and generalisation of practical experience of implementing a program of accelerating business projects in a classical university (case study).

Results and scientific novelty. The new approach to the development of social and entrepreneurial competence of students is proposed by the authors; that approach is based on the introduction of “Social Accelerator” technology into educational practice of higher education institutions. The technology structure is described; as obligatory components, the structure includes: short-term (several months long) program of training of the beginning entrepreneurs; mentor maintenance of students’ start-ups promotion; creation of conditions to present students’ project products to the public. The summary of the “Social Accelerator” functioning cycle is given. The results of its approbation carried out from 2015 to 2017 on the platform of the Park of Social and Humanitarian Technologies of the

Tomsk State University are presented. The analysis of students' responses proved emergence of a sustained interest to social and reformative activity and desire to continue training in the chosen direction at city, regional, all-Russian and international schools and programs.

Practical significance. The "Social Accelerator" technology proposed by the authors is the innovative effective instrument of generation of a new wave of entrepreneurs; the technology can be used for students' education at classical universities. The technology allows to: timely distinguish the persons who are capable of business activity; make active their initiative; provide timely assistance in development of enterprise tendencies and obtaining necessary knowledge.

Keywords: education, universities, social entrepreneurship, social and entrepreneurial competence, accelerator, start-up.

Acknowledgements. The present research was performed within the Competitiveness Increase Program of National Research Tomsk State University and supported by the Russian Foundation for Basic Research, grant № 16-29-12858.

The authors express their profound gratitude and sincere appreciation to all the reviewers of the present article.

For citation: Syryamkina E. G., Rumyantseva T. B., Liventsova E. Yu. Educational potential of the "Social Accelerator" technology: Developing social-entrepreneurial competence of students at classical universities. *The Education and Science Journal*. 2018; 1 (20): 171–187. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-1-171-187

Введение

В российской системе высшего образования происходят кардинальные перемены, связанные с переходом к постиндустриальному обществу, которое «нарушило прежнюю онтологию образования вообще, университетского образования в том числе, устранив такие ее характеристики, как традиционная устойчивость, стандартность программ, однолинейность стратегий и заданность извне норм и идеалов развития» [1]. Изменения вызваны, во-первых, вхождением современных университетов в рыночные отношения и обострением конкуренции между ними, во-вторых, постоянным поступательным приростом нового знания, а значит, и содержания образования, что требует непрерывного пересмотра программ изучаемых дисциплин и разработки новых образовательных технологий, которые должны обеспечить освоение студентами большего объема необходимой информации в более короткие сроки, но с сохранением качества подготовки.

Кроме того, университеты сегодня рассматриваются как действующий на постоянной основе генератор инноваций. Социально активный

вуз – это организация, открытая местному сообществу, эффективно использующая внешние инфраструктурные ресурсы и в ответ вносящая свой вклад в развитие региона через реальное участие своих студентов и сотрудников в решении локальных социальных проблем. При этом сохраняются основные классические критериальные характеристики университета – прежде всего, его ответственная общекультурная и гражданская позиция [2].

Иными словами, перед современными университетами стоит задача развития территории, на которой они расположены. Именно через вовлеченность в жизнь социума университет выполняет миссию общественного служения, что сочетается с целым рядом релевантных как для общества и государства, так и для университета и студентов мотивов объединения общих усилий с целью улучшения условий жизни и работы граждан, ликвидации социальной несправедливости и, как следствие, установления благополучия и стабилизации среды проживания и трудовой деятельности [3–5]. И зарубежные, и отечественные ведущие высшие учебные заведения активно занимаются реализацией программ и проектов, оказывающих положительное влияние на социально-экономическое развитие своих регионов. К таким проектам относятся и студенческие стартапы, проблемы быстрого запуска и практического использования которых закономерно становятся предметом научного осмысления.

В данной публикации мы предприняли попытку обосновать образовательный потенциал и описать опыт применения технологии «Социальный акселератор», предназначенной для развития социально-предпринимательской компетентности студентов классического университета. Необходимость внедрения подобных технологий в учебный процесс обусловлена повышенными требованиями к формированию навыков социальной адаптации и надпрофессиональных компетенций у учащихся (прежде всего, социальных и гуманитарных специальностей), которым предстоит жить и работать в условиях нового технологического уклада.

Обзор литературы

Социальное предпринимательство – это особый вид бизнеса, который направлен на решение социальных проблем и помощь людям. Д. О. Шеяненко и Т. Н. Мартынова определяют его как новый способ социально-экономической деятельности, который сочетает в себе социальное назначение, предпринимательское новаторство и достижение самоокупаемости для дальнейшего расширения деятельности [6, с. 112].

Рассматривая условия развития социально-предпринимательской компетентности в образовании, мы обратились, в частности, к работам Г. Диза,

С. Элворда, Д. Брауна и К. Леттса, Ф. Перрини, Л. Вурро, Дж. Мэйр и И. Марти, где в качестве конституирующего признака социального предпринимательства указывается особенность производимого продукта, обладающего общественно значимой ценностью, результатом распространения которой становится определенный позитивный социальный эффект [7–10].

М. С. Волкова среди основных критериев социального предпринимательства обращает внимание на его поведенческую и коллективистскую составляющие: чем больше представителей местного сообщества будет вовлечено в процесс создания социальной ценности при реализации социально-предпринимательских проектов, тем больше вероятность скорейших положительных социальных перемен в окружающем социальном пространстве [11].

Дж. Кикала и Т. Лайонса пишут о том, что «социальное предпринимательство создает, поддерживает и использует социальный капитал. Важнейшим фактором в социальном предпринимательстве является нетворкинг¹. Сила социального предпринимательства в том, что оно сводит воедино людей и организации, позволяет им сконцентрироваться на проблеме, собрать из множества источников ресурсы для реализации решения и продемонстрировать обществу результаты. Сети из людей и организаций создаются на базе единой миссии и схожего видения позитивных изменений» [12, с. 22].

В то же время и в зарубежных, и в отечественных источниках отмечается, что стать субъектом социального предпринимательства может далеко не каждый, а только тот, кто занимает ответственную социально-активную позицию, обладает особым видением социальных проблем, ищет нестандартные подходы к их решениям и имеет навыки эффективной коммуникации. Некоторые авторы (например, Т. Миллер и др.) особо подчеркивают, что социальный предприниматель должен уметь сформировать сильную, работоспособную команду единомышленников, наладить на основе межличностной коммуникации конструктивное общение с партнерами [13].

Международным фондом «Ашока» – первой организацией, системно занявшейся поддержкой предпринимательских социальных инициатив и популяризацией социального предпринимательства, – также было проведено исследование характеристик социального предпринимателя. В результате были выделены пять основных черт, присущих данному типу людей:

- способность анализировать социальную обстановку и «продвигать» новые идеи;
- креативность в решении социальной проблемы;

¹ Нетворкинг – создание круга друзей и знакомых для ведения бизнеса.

- обладание практическими навыками ведения самостоятельной предпринимательской деятельности;
- умение прогнозировать социальный эффект от своей деятельности, включающий как степень полезности производимого продукта для целевой группы, так и весомость выгоды, которую получают люди, задействованные в его бизнесе;

- честность и умение расположить к себе¹.

В 2012–2013 гг. на основе социологического опроса коллективом «ЦИРКОН»² под руководством Л. В. Шубиной был составлен отчет «Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики», который содержит набор типовых социально-демографических параметров личности изучаемого субъекта деятельности; описание мотивации человека, склонного к социальному предпринимательству; анализ социальных связей и специфики взаимодействия внутри сообщества социальных предпринимателей и вне его – с органами власти и местного самоуправления³. Аналогичное изыскание было проделано в 2014 г. Фондом общественного мнения, который сосредоточился на формах гражданского участия предпринимателей в решении социальных вопросов страны⁴.

Материалы и методы

Методологическую базу нашей работы, посвященной формированию социально-предпринимательских компетенций посредством «социальной акселерации», составили идеи и положения системно-деятельностного и компетентностного подходов. В связи с этим следует сделать несколько пояснений.

Трактовок компетентности в настоящее время существует достаточно много. Мы ориентируемся на те из них, в которых делается акцент на ее развитии в процессе *деятельности* (см. определения А. Г. Асмолова, Е. В. Бондаревской, Н. А. Лацко, И. Ю. Малковой, Б. Д. Эльконина и др.).

¹ Defining characteristics of a leading social entrepreneur [Электрон. ресурс] // Ashoka innovators for the public. 2015. Режим доступа: <https://www.ashoka.org/sites/ashoka/files/Criteria%20and%20selection%20guide.pdf> (дата обращения 08.09.2017).

² «ЦИРКОН» – российская исследовательская организация, специализирующаяся на проведении социологических и маркетинговых исследований, информационно-аналитическом обслуживании, политическом и управленческом консультировании.

³ Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики [Электрон. ресурс]. Версия 1.1. Москва: Циркон, 2013. Режим доступа: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения 08.09.2017).

⁴ Социальное предпринимательство как форма гражданского участия [Электрон. ресурс]. Фонд «Общественное мнение», 2014. Режим доступа: http://soc.fom.ru/uploads/files/socialnoe_predprinimatelstvo_kak_forma_grazhdanskogo_uchastija.pdf (дата обращения 10.11.2017).

Так, согласно А. Г. Асмолову, компетенция «как объективная характеристика реальности должна пройти через деятельность, чтобы стать компетентностью как характеристикой личности» [14].

Субъектно-деятельностный подход к содержанию и организации учебного процесса позволяет создать оптимальные условия для становления субъекта социального предпринимательства. Главным условием в нашем случае является осуществление образовательной деятельности и образовательных коммуникаций в открытом образовательном пространстве, которое способствует раскрытию потенциала личности обучающегося, формированию у него ценностных смыслов и потребности в субъектном самоопределении, стимулирует его включение в процесс социального партнерства. Таким образом, открытая образовательная среда отвечает сразу двум главным образовательным вызовам:

- интенсификации образования с сохранением его качества;
- обучению через деятельность и коммуникацию.

В зарубежных академических и неакадемических учебных заведениях при подготовке социальных предпринимателей большое внимание уделяется системным мероприятиям, обеспечивающим непосредственные контакты с бизнес-средой. Основным фактором успеха при формировании социально-предпринимательской компетенции в университете является наличие полного замкнутого цикла обучения начинающих предпринимателей и их поддержки от передачи базовых знаний до сопровождения действующего бизнеса [15].

Всё большую популярность при подготовке предпринимателей в университетской среде завоевывают так называемые «акселераторы». Согласно определению Б. Шлея, с помощью этого понятия описываются «как учреждения, так и организованные ими программы интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку в обмен на долю в капитале компании» [16, с. 15].

В нашей работе под термином «акселератор» понимается образовательная программа и краткосрочные курсы, в ходе которых начинающих предпринимателей обучают и консультируют квалифицированные эксперты, помогающие продвижению студенческих стартапов.

Изначально применение акселераторов было сосредоточено в основном на сфере высоких технологий, в частности информационных (ИТ). Однако наблюдается общемировая тенденция появления социальных акселераторов, нацеленных на поддержку социальных проектов в интересах отдельных категорий лиц и/или направленных на решение отдельных острых социальных проблем в обществе. В качестве примеров подобных успешных акселе-

раторов можно привести Start Up Chile (Чили)¹, HSE Start Up (Россия)², Social Entrepreneurship Accelerator at Duke (США)³, «Рыбаков Фонд» (Россия)⁴.

С точки зрения организации деятельности на базе классического университета социальные акселераторы могут функционировать либо как отдельные учебные программы, либо как подразделения образовательного учреждения.

В Национальном исследовательском Томском государственном университете (НИ ТГУ) действует структурное подразделение научного управления вуза «Парк социогуманитарных технологий» (далее – «Парк СГТ ТГУ»). Его деятельность ориентирована на консультационное и информационное сопровождение студенческих социальных проектов, отличающихся долгосрочностью и устойчивостью, с целью их вывода в режим реального социального предпринимательства⁵. На базе «Парка СГТ ТГУ» в экспериментальном порядке была разработана и апробирована образовательная программа «Startup Social», осуществляющаяся на основе технологии «Социальный акселератор».

Анализ результатов образовательного эксперимента, обобщение трехлетнего опыта и данные проведенных нами интервью и анкетирования, в которых приняли участие студенты, менторы и консультанты – всего 120 человек, позволяют говорить об эффективности технологии по развитию предпринимательской компетентности студентов.

Результаты исследования

Кабинетное исследование (desktop research) с глубиной хронологического среза в последние 10 лет, заключавшееся в сборе, систематизации и анализе информации из официальных печатных и электронных источников на русском и английском языках, включая материалы, размещающиеся на интернет-порталах и сайтах акселераторов, позволило нам определить структуру технологии «Социальный акселератор», которая включает образовательные мероприятия, консультации, менторскую поддержку, доступ к оборудованию и прочим ресурсам, предназначенным для ускоренной реализации предпринимательских проектов учащихся.

¹ Official web-site of StartUp Chile [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.startupchile.org/> (дата обращения 08.09.2017).

² Официальный сайт HSE{INC}. Режим доступа: <https://startup.hse.ru/accelerator> (дата обращения 08.09.2017).

³ Official web-site of Social Entrepreneurship Accelerator at Duke [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.dukesead.org/> (дата обращения 10.09.2017).

⁴ Официальный сайт «Рыбаков Фонд» [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <https://rybakovfond.ru/about> (дата обращения 06.09.2017).

⁵ Парк социогуманитарных технологий ТГУ [Электрон. ресурс]. 2017. Режим доступа: <http://parksqt.tsu.ru> (дата обращения 11.03.2016).

Технология подразумевает:

- четко обозначенный период обучения;
- групповую подготовку;
- участие в ней менторов и известных бизнесменов;
- завершение обучения презентацией проектов инвесторам.

В обобщенном виде цикл функционирования акселератора состоит из пяти основных фаз: знакомства, отбора заявок, образовательной программы, демодня и дальнейшего сопровождения.

На фазе знакомства информация о запуске акселератора и/или программы размещается в сети Интернет, социальных сетях или распространяется через бизнес-сообщества. Возможно также проведение специальных очных ознакомительных мероприятий.

Далее происходят регистрация, отбор кандидатов и формирование команды для обучения с учетом специфики тематики и потенциала проектов.

Образовательная программа включает цикл лекций, семинаров, тренингов, мастер-классов и деловых игр, направленных на приобретение членами команды необходимых знаний и требуемых навыков. Длительность обучения – от шести недель до нескольких месяцев. С каждой командой работает ментор, который является профессионалом в конкретной области и/или виде деятельности.

Обучение завершается демоднем, когда участники проектов демонстрируют их заинтересованным лицам, завязывают полезные контакты с целью привлечения инвестиций. Существуют различные форматы проведения демодней: публичные презентации, личные презентации, презентации в формате Elevator Pitch и др.

Университетский акселератор «Startup Social», функционирующий в НИ ТГУ как вариативные образовательные программы, позволяет студентам не только погрузиться в изучение основ ведения бизнеса, но и расширить свои профессиональные знания, оценить свой предпринимательский потенциал. За 2015–2017 гг. через акселератор «Парка СГТ ТГУ» прошли 90 учащихся: одни из них приступали к обучению, имея только начальную идею стартапа, другие – с уже действующими социальными проектами, но нуждающимися в дополнительной коммерциализации.

Образовательный курс акселератора представляет собой комплекс тем, раскрывающих последовательность запуска социального стартапа: создание дорожной карты проекта, маркетинг, формирование команды проекта, организацию продаж, фандрайзинг и работу со спонсорами, пиар бизнес-проекта в социальной сфере, подготовку эффективной презентации и др. Подбираемые сотрудниками «Парка СГТ ТГУ» эксперты, ком-

петентные в различных сферах разработки и продвижения стартапов, делятся со студентами своими знаниями и опытом, а менторы сопровождают процесс создания бизнес-модели проекта и помогают построить эффективный план ее реализации. По завершении изучения каждой темы для закрепления соответствующей приобретаемой компетенции студенты в обязательном порядке должны совершить конкретное действие: организовать группу единомышленников в социальной сети, провести первое фандрайзинговое мероприятие и т. п.

Особое внимание в работе акселератора уделяется менторскому сопровождению проектов обучающихся. Ментор в программе «Startup Social» выполняет следующие функции:

- мотивационную (менторы – действующие предприниматели, обладающие опытом успешной реализации от одного до трех проектов);
- консультационную (менторство обеспечивает обучающимся оперативную обратную связь синхронно совершаемым ими действиям в рамках проекта);
- организационную (у ментора имеются наработанные деловые связи, благодаря которым он в случае необходимости помогает подопечным наладить контакты с нужными партнерами, инвесторами, клиентами).

Тесное взаимодействие обучающихся с ментором, совместный с ним детальный разбор конкретного проекта позволяют быстрее и результативнее пройти путь «от идеи к действию».

Для обучения студентов социальному предпринимательству наиболее целесообразны и эффективны «компетентностная модель», когда обучение сочетается с практическим приложением знаний; и «модель развития», основанная на достижении личного и профессионального роста через рефлексию ментора как помощника обучающегося и рефлексию самого учащегося [17]. Использование этих моделей дает возможность студентам перенимать предпринимательский опыт «из первых рук», что повышает уверенность молодых людей в собственных силах, в том числе в области принятия управленческих решений [18].

Одна из задач акселератора – обретение обучающимися умений и навыков профессионального менеджмента. Студенческие стартапы «Парка СГТ ТГУ» реализуются командами, в которые объединяются учащиеся, обладающие лидерскими качествами или, по крайней мере, желающие их приобрести. Предприниматель не может не быть лидером, так как он должен сплотить вокруг себя людей, воодушевить их для достижения цели, а иногда и убедить в том, что они способны справиться с задачами, который раньше казались им неразрешимыми и недоступными. Это под силу

человеку, умеющему создавать оптимистические планы, просчитывать все возможные риски, доступно объяснять суть инноваций, сплачивать вокруг себя коллектив и т. д. По словам А. Менегетти, «лидер – это человек, который, удовлетворяя собственный эгоизм, реализует общественный интерес. Развивая собственную деятельность, он распределяет материальные блага и обеспечивает работой сотни людей. При этом попутно лидер стимулирует прогресс в обществе и вносит оживление в экономику, что дает толчок эволюции общества» [19, с. 15].

Проектная деятельность «Startup Social» нацелена также на формирование у студентов навыков коммуникации с местными и более крупными сообществами. Как свидетельствует наш опыт, успех любого проекта во многом зависит от умения его авторов и исполнителей наладить прочные связи с представителями бизнеса, производства, органов самоуправления, широкой общественности, которым студенческие команды смогли убедительно продемонстрировать свои идеи сначала на организуемых ТГУ региональных выставках «Важное дело», где происходят презентации стартапов, а затем – в реальной жизни.

За три года участниками образовательной программы «Парка СГТ ТГУ» стали 36 студенческих команд. В анкетах и интервью 92% выпускников 2015 и 2016 гг. отметили, что обучение в акселераторе «Startup Social» позволило им получить базовые знания и навыки для запуска проектов, 89% указали на важность профессионального общения с членами предпринимательского сообщества и менторского сопровождения.

Сегодня из 24 проектов, предложенных выпускниками «Startup Social», 16 являются действующими: 3 проекта (юридическая компания, театральная школа, агентство содействия молодым семьям) зарегистрированы как автономные юридические лица, 13 команд развивают свою проектную деятельность. Относительно последних пока рано вести речь о полноценных социальных предприятиях, однако на основе данных проектов продолжают реализовываться две главные стратегии развития социальных стартапов: повышение качества жизни местного населения (жителей Томска) и поиск инновационных решений перехода на самокупаемость.

Трехлетний опыт «Startup Social» позволяет оценить образовательный потенциал технологии. Он заключается, прежде всего, в появлении у студентов устойчивой мотивации к социально-преобразующей деятельности в целом и в желании продолжать начатое обучение в городских, региональных, всероссийских и международных школах. Кроме того, у обучающихся развиваются «новый взгляд» на общественное развитие, готовность участвовать в нем, демонстрируя ценности социального предприни-

мательства широкой аудитории и предъявляя результаты своей деятельности местному сообществу.

Важно и то, что подобная проектная деятельность студентов способствует расширению их кругозора, формированию надпрофессиональных компетенций и личностных качеств, повышающих «стоимость» выпускников на рынке труда.

Заключение

Сегодня в России молодежные стартапы получают всё большее распространение. Существенный вклад в этот процесс могут внести и классические университеты, предлагающие студентам дополнительные образовательные программы по формированию социально-предпринимательских компетенций.

Апробированная в НИ ТГУ технология «Социальный акселератор» – это инновационный инструмент, предназначенный для достижения стоящей перед высшей школой задачи генерации новой волны предпринимателей. Данная технология позволяет:

- своевременно распознавать лиц, способных к бизнес-деятельности, с целью развития у них соответствующих качеств и оказания им индивидуальной действенной помощи в претворении в жизнь социально значимых идей и предпринимательских проектов;
- создать в учебном заведении творческую атмосферу, стимулирующую гражданскую и предпринимательскую инициативу учащихся, их желание активно участвовать в решении социальных проблем;
- познакомить студентов с позитивным опытом предпринимательства, с различными формами и видами его успешных практик и посредством общения с лучшими специалистами побудить учащихся к деловой активности и ответственным самостоятельным действиям в социально-гуманитарной сфере [20].

Схема реализации описанной технологии включает три взаимодополняющих друг друга образовательных компонента:

- получение и систематизацию предметных знаний в сфере социального предпринимательства;
- обучение через деятельность (разработку и реализацию собственного проекта);
- коммуникацию с целевыми группами, экспертами, партнерами, спонсорами и т. д.

Технология «Социальный акселератор» является, на наш взгляд, весьма перспективной и может быть широко растиражирована для под-

готовки в классических университетах будущих субъектов социального предпринимательства – людей, способных обеспечить более высокое качество жизни своих сограждан.

Список использованных источников

1. Петрова Г. И. Социальные коммуникации и коммуникативная онтология образования // Межкультурные взаимодействия и формирование единого научно-образовательного пространства. Санкт-Петербург: Политехника-сервис, 2005. С. 181–190.
2. Сырямкина Е. Г. Социально-активный университет: формирование субъекта гражданского общества // Классический университет в неклассическое время: Труды Томского государственного университета. 2008. Т. 269. С. 71–74.
3. Бахмин В. Вузы и местные сообщества – инструмент инновационного развития регионов [Электрон. ресурс] // Комитет гражданских инициатив. 2017. Режим доступа: <https://komitetgi.ru/analytics/3402/> (дата обращения 08.09.2017).
4. Зиневич О. В., Балмасова Т. А. «Третья миссия» и социальная вовлеченность университетов: к постановке проблемы // Власть. 2015. № 6. С. 67–72.
5. Балмасова Т. А. Третья миссия университета в условиях модернизации российского образования // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сборник статей по материалам LV Международной научно-практической конференции. Новосибирск: СибАК, 2015.
6. Шеяненко Д. О., Мартынова Т. Н. Инновационные формы оказания социальных услуг: социальное предпринимательство // Управление инновациями: теория, методология, практика. 2014. № 11. С. 111–119.
7. J. Gregory Dees. The Meaning of Social Entrepreneurship. 1998. Available from: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofSocialEntrepreneurship.pdf> (дата обращения 08.09.2017).
8. Alvord S. H., Brown L. D., & Letts C. W. Social entrepreneurship and societal transformation // Journal of Applied Behavioral Science. 2004. № 40 (3). P. 260–282.
9. Perrini F., & Vurro P. Social Entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice // J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.) Social Entrepreneurship. New York: Palgrave MacMillan, 2004. P. 57–86.
10. Mair J., & Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. 2006. № 41. P. 36–44.
11. Волкова М. С. Понятие социального предпринимательства и его критерии // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10, № 9. С. 39–48.
12. Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше. Москва: Альпина Паблишер, 2014, 353 с.
13. Miller T., Wesley C., Williams D. Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social

Entrepreneurship Competencies // Academy of Management Learning and Education. 2012. Vol. 11, № 3. P. 349–370.

14. Асмолов А. Г. Стратегия и методология социокультурной модернизации образования [Электрон. ресурс]. Москва: ФИРО, 2011. Режим доступа: http://mboug-97.ucoz.ru/Fgos/strategija_i_metodologija_sociokulturnoj_moder-niza.pdf (дата обращения 08.09.2017).

15. Логвинова И. Л. Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт // Современная конкуренция. 2015. Т. 9, № 5 (53). С. 84–106.

16. Шлей Б. Неудержимые: Интенсив для будущих предпринимателей. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 288 с.

17. Соколова Е. И. Анализ терминологического ряда «коуч», «ментор», «тьютор», «фасилитатор», «эдвайзер» в контексте непрерывного образования // Непрерывное образование: XXI век. 2013. № 4. С. 1–11.

18. White Eric R. Academic Advising in Higher Education: A Place at the Core // The Journal of General Education. 2015. Vol. 64. № 4. P. 263–277.

19. Менегетти А. Психология лидера: пер с итал. Москва: ННБФ «Онтопсихология», 2004. 256 с.

20. Беленький В. Х., Паульман В. Ф. Предпринимательство: развитие, природа, проблемы // Социологические исследования. 2012. № 10. С. 11–20.

References

1. Petrova G. I. Mezhluk'turnye vzaimodejstvija i formirovanie edinogo nauchno-obrazovatel'nogo prostranstva = Intercultural interactions and the formation of a single scientific and educational space. In: L. A. Verbickaja, V. V. Vasil'kova, editors. Social'nye kommunikacii i kommunikativnaja ontologija obrazovanija = Social communications and communicative ontology of education. St.-Petersburg: Polytechnic Service; 2005. p. 181–190. (In Russ.)

2. Syryamkina Ye. G. Socially-active university: The formation of a subject of civil society. *Klassicheskiy universitet v neklassicheskoe vremya: Trudy Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Classical University in Non-Classical Time: Proceedings of Tomsk State University*. 2008; 269: 71–74. (In Russ.)

3. Bakhmin V. Higher institutions and local communities – instruments for development of regions (analytical review) [Internet]. Committee of Civil Initiatives. 2017 Aug 29 [cited 2017 Sep 08]. Available from: <https://komitetgi.ru/analytics/3402/> (In Russ.)

4. Zinevich O. V., Balmasova T. A. “The third mission” and social involvement of the universities: A problem statement. *Vlast' = Power*. 2015; 6: 67–72. (In Russ.)

5. Balmasova T. A. The third mission of the university in the conditions of modernization of Russian education. In: *Aktual'nye voprosy obshhestvennyh nauk: sociologija, politologija, filosofija, istorija: sbornik statej po materialam LV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii = Topical Issues of Social Sciences: Sociology, Political Science, Philosophy, and History. The Collection of Articles*

on the Materials of LV International Scientific and Practical Conference; 2015 Nov 25; Novosibirsk. Novosibirsk: Publishing House SibAK; 2015.

6. Sheyanenko D., Martynova T. Innovative forms of social services: Social entrepreneurship. *Upravleniye innovatsiyami: teoriya, metodologiya, praktika = Innovation Management: Theory, Methodology, Practice*. 2014; 11: 111–119. (In Russ.)

7. J. Gregory Dees. The Meaning of social entrepreneurship. 1998 [cited 2017 Sep 08]. Available from: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningof-SocialEntrepreneurship.pdf>

8. Alvord S. H., Brown L. D., & Letts C. W. Social entrepreneurship and societal transformation. *Journal of Applied Behavioral Science*. 2004; 40 (3): 260–282.

9. Perrini F., & Vurro P. Social Entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In: J. Mair, J. Robinson, & K. Hockert, editors. *Social Entrepreneurship*. New York: Palgrave MacMillan; 2004. p. 57–86.

10. Mair J., & Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. 2006; 41: 36–44.

11. Volkova M. The concept of social entrepreneurship and its criteria. *Sotsialno-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Socio-Economic Phenomena and Processes*. 2015; 10 (9): 39–48. (In Russ.)

12. Kickul J., Lyons T. Sotsialnoe predprinimatelstvo. Missiya – sdelat' mir luchshe = Social entrepreneurship: The mission is to make the world better. Moscow: Publishing House Alpina Publisher; 2014. 353 p. (In Russ.)

13. Miller T., Wesley C., Williams D. Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social Entrepreneurship Competencies. *Academy of Management Learning and Education*. 2012; 11 (3): 349–370.

14. Asmolov A. G. Strategiya i metodologiya sotsiokulturnoi modernizatsii obrazovaniya = Strategy and methodology of socio-cultural modernization of education [Internet]. Moscow: FIRO; 2011 [cited 2017 Sep 05]. 73 p. Available from: http://mboug-97.ucoz.ru/Fgos/strategija_i_metodologija_sociokulturnoj_moder-niza.pdf (In Russ.)

15. Logvinova I. Training in social entrepreneurship: Foreign experience. *Sovremennaya konkurentsya = Contemporary Competition*. 2015; 9, 5 (53): 84–106. (In Russ.)

16. Schley B. Neuderzhimyye: Intensiv dlya budushchikh predprinimateley = The Unstoppables: Intensive for future entrepreneurs. Moscow: Publishing House Mann, Ivanov and Ferber; 2014. 288 p. (In Russ.)

17. Sokolova E. Analysis of the terminology «coach», «mentor», «tutor», «facilitator», «adviser» in the context of continuing education. *Nepreryvnoye obrazovaniye: XXI vek = Lifelong Education: 21st Century*. 2013; 4: 1–11. (In Russ.)

18. White Eric R. Academic Advising in Higher Education: A Place at the Core. *The Journal of General Education*. 2015; 64 (4): 263–277.

19. Menegetti A. Psihologija lidera = Psychology of the leader. Transl. from Italian. Moscow: Publishing House NNBF "Ontopsihologija"; 2004. 256 p.

20. Belenky V. Kh., Paulman V. F. Entrepreneurship: Development, nature, problems. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Research*. 2012; 10: 11–20. (In Russ.)

Информация об авторах:

Сырямкина Екатерина Гавриловна – кандидат философских наук, доцент кафедры общей и педагогической психологии факультета психологии, директор Парка социогуманитарных технологий Национального исследовательского Томского государственного университета, Томск, Россия. E-mail: syryamkinaeg@mail.ru

Румянцева Татьяна Борисовна – ассистент кафедры управления качеством факультета инновационных технологий, сотрудник Парка социогуманитарных технологий Национального исследовательского Томского государственного университета, Томск, Россия. E-mail: rtb98@mail.ru

Ливенцова Евгения Юрьевна – старший преподаватель кафедры общей и педагогической психологии факультета психологии, сотрудник Парка социогуманитарных технологий Национального исследовательского Томского государственного университета, Томск, Россия. E-mail: evg.liv@mail.ru

Статья поступила в редакцию 16.09.2017; принята в печать 13.12.2017. Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Information about the authors:

Ekaterina G. Syryamkina – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Department of General and Pedagogical Psychology, Faculty of Psychology, Director of the Park of Social and Humanitarian Technologies, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia. E-mail: syryamkinaeg@mail.ru

Tatiana B. Rummyantseva – Teaching Assistant, Department of Quality Management, Faculty of Innovative Technologies, Officer of the Park of Social and Humanitarian Technologies, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia. E-mail: rtb98@mail.ru

Evgeniya Yu. Liventsova – Senior Lecturer, Department General and Pedagogical Psychology Department, Faculty of Psychology, Officer of the Park of Social and Humanitarian Technologies, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia. E-mail: evg.liv@mail.ru

Received 16.09.2017; accepted for publication 13.12.2017.

The authors have read and approved the final manuscript.