УДК 330.190.2

**Ялунер Е.В.**

Заведующий кафедрой экономики предпринимательства, д.э.н., профессор

Российская Федерация, Санкт-Петербург

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический факультет»

Главный научный сотрудник Института проблем региональной экономики РАН

**Аннотация:** в условиях необходимости перехода к креативной экономике актуальной является задача формирования креативного класса, основой которого в настоящее время являются предприниматели. В статье рассматривается проблема данного перехода применительно к системе высшего образования – каким образом нужно осуществлять структурную перестройку методов и приемов образования, насколько осознанно следует подходить к данной проблеме.

**Ключевые слова:** креативная экономика, предпринимательство, высшее образование, эмоциональный капитал, креативный капитал

**ПОДГОТОВКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Yaluner E.V.**

Head of the Department of Business Economics, Doctor of Economics, Professor

Russian Federation, St. Petersburg

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "St. Petersburg State Faculty of Economics"

Chief Researcher at the Institute of Regional Economics of the Russian Academy of Sciences

**Abstract:** in the context of the need for a transition to a creative economy, the urgent task of forming a creative class, the basis of which is currently entrepreneurs. The article examines the problem of this transition in relation to the higher education system - how to carry out a structural restructuring of the methods and techniques of education, how consciously this problem should be approached.

**Key words:** creative economy, entrepreneurship, higher education, emotional capital, creative capital

**PREPARATION OF ENTREPRENEURIAL PERSONNEL IN CONDITIONS OF TRANSITION TO A CREATIVE ECONOMY**

В настоящее время в условиях жесткой борьбы за политическое влияние в мировом пространстве все большее значение для каждой страны имеет время и возможность перехода на новый для нее экономический уклад. От возможности и времени перехода к укладу креативной экономики зависит - сможет ли та или иная страна играть важную политическую роль и иметь экономическое влияние на мировом пространстве. Таким образом, в настоящее время креативность является самым востребованным качеством на всех уровнях институциональных систем государства. Экономика, основанная на производстве новых идей и смысловых парадигм, может быть определена как креативная. С конца XX века развивается и наполняется смыслами понятийный аппарат креативной экономики – мы говорим уже о креативном пространстве, креативном классе, креативной индустрии, креативном кластере, креативном обществе, креативном капитале, креативном городе. В регионах вводят так называемый «индекс креативности». Не является ли все это подменой понятий, попыткой ухода от основной проблемы, имеющей комплексные причины – все еще не решена проблема подготовки, формирования креативной личности и времени, которое нужно для создания условий подготовки идеального сотрудника, обладающего ключевыми компетенциями, содержащими в себе элементы креативности – от умения решать сложные задачи до критического мышления, когнитивной гибкости и умения управлять людьми на основе развития эмоционального интеллекта. Каким образом приходит в нашу жизнь креативность? Все чаще этот вопрос задается именно в настоящее время – время, когда все более актуальным становится проблема не разработки технологий по производству вещей, а формирования новых технологий по производству «креативных людей», накоплению креативного капитала всего общества. Одним из новых ресурсов и движущим мотивом в данном процессе становится информация. Теперь ее недостаточно накопить, переработать, переработка информации переходит на новый, креативный уровень. Таким образом, не только логика, творчество и разум становятся основой креативности, а весь интеллектуальный потенциал, накопленный всем человечеством. Разнообразие креативных практик порождает многочисленные формы креативности, и наоборот. Как пишет Р. Флорида, «…в экономике наших дней креативность – это масштабная и непрерывная практика. Мы постоянно модифицируем и улучшаем всевозможные продукты, процессы и операции, по-новому подгоняя их друг к другу. Кроме того, техническая и экономическая креативность подпитывается взаимодействием с культурной креативностью и художественным творчеством» [2, с. 20].

Вследствие этого происходит сращивание, проникновение друг в друга производственной, предпринимательской и творческой (креативной) деятельности. Проанализируем причины этого явления.

Во-первых, появляются и показывают стабильный рост те сферы предпринимательской деятельности, в которых все традиционные границы размыты – реклама, модная индустрия, финансовые и медийные проекты, книгоиздание, туризм, вовлекающий в себя большое число сопутствующих творческих видов деятельности. Во-вторых, успешная предпринимательская деятельность в настоящее время требует не только академических знаний, расчета, аналитических способностей, но и высокого уровня эмоционального капитала, развитой интуиции, образного моделирования, визуализации – все это можно назвать новыми творческими компонентами планирования предпринимательской деятельности. Таким образом, весь социально-эволюционный процесс ставит перед обществом задачу существенного пересмотра своих государственных институтов, в противном случае неизбежно уже проявляющееся противоречие наступающей эпохи – противоречие организации и креативности. Организации должны меняться, вырабатывать новые формы поддержки или воспроизводства креативности. Для подготовки предпринимателей перед вузами стоит задача таким образом пересмотреть свои институциональные основы, чтобы была обеспечена возможность применения креативных сетевых практик. Вообще, на взгляд автора, креативные сетевые практика для подготовки специалистов предпринимательской деятельность в настоящее время являются самым эффективным способом переломить ситуацию в системе образования. Особо стоит отметить, что данная проблема является проблемой не только нашей страны и понимание значимости именно академического предпринимательство пришло еще в начале 2000-х, когда количество стартапов, созданных выпускниками и студентами ведущих вузов мира стало значительно влиять на изменение экономического уклада отдельно взятых государств. В РФ в 2015 году стартовал проект «Вузы как центры пространств инноваций», результатом которого к 2020 году должно было быть создано 100 центров инноваций. Однако, поскольку проект был придуман и реализовывался специалистами, прошедшими обучение в совершенно иной парадигме образования, никто не знал наверняка, каким образом должны были быть устроены эти пространства. В настоящее время, несмотря на значительное количество реализуемых вузом программ по обучению предпринимательства (как бакалавров, так и магистров), все чаще звучит вопрос – а возможно ли вообще обучение предпринимательству, если, с одной стороны, только 5 % людей имеют врожденную способность заниматься предпринимательской деятельностью, с другой – само понятие предпринимательства значительно эволюционировало не только за последние 200 лет, но и за последние 10 лет.

Адам Смит, Йозеф Шумпентер, Друкер, К.Х. Стивенсон внесли неоценимый вклад в изучение данного феномена, вида человеческой деятельности, рассмотрев наряду с получением выгоды, прибыли еще и новаторские способности предпринимателя, проявление его активности по использованию новых возможностей, создание новых рынков и новых потребителей. В настоящее время все больше говорят об академическом предпринимательстве как о создании определенного технологического пространства с элементами креативности как платформы не только для появления новых продуктов, но и для формирования нового креативного образованного класса предпринимателей и новаторов.

По результатам блиц-опроса экспертов-предпринимателей составлен рейтинг самых важных 10 ключевых качеств, характеризующих и формирующих ключевое понятие современного предпринимателя (приводится в первоначальной стилистике опрашиваемых) [1]:

1. Безумие, готовность принимать неожиданные и необъяснимые решения, убеждать в них себя и других, рискованность.

2. Толерантность к собственным ошибкам, умение совершать их вовремя.

3. «Внутренняя твердость», следование убеждениям в трудных ситуациях.

4. Колоссальная интеллектуальная выносливость.

5. Быть гибким, быстро принимать и реализовывать решения.

6. Быть эмпатичным, влюбляться в свое дело, увлекать за собой команды, работать в стратегии win-win.

7. Обладать стратегическим мышлением, мечтать и смотреть за горизонт.

8. «Быть на хайпе», чувствовать время, идти вперед трендов, находить недооцененные большинством идеи.

9. Умение начинать сначала еще раз.

10. Умение смотреть «за рамки».

Можно заметить, что никто не упомянул о тех компетенциях, которые требует в настоящее время Министерство образования – по большому счету, такими характеристиками как коммуникативные способности, чувствительность к трендам или стратегическое мышление, проектная деятельность в современном мире должны обладать не только представители предпринимательского сообщества. Экспертами акцент делается именно на креативных навыках, личностных характеристиках, эмоциональном и креативном капитале человека.

Реализуя в вузах программы по подготовке предпринимателей, мы, по существу, готовим специалистов, помогающих сопровождать и, возможно, вести технические стороны бизнеса. Какой же в настоящее время является роль университета в развитии программ профессиональной подготовки предпринимателя, и всех ли предпринимателей может готовить вуз в принципе? Если обратиться к основным трендам перехода к креативной экономике, то можно определить два типа предпринимателей, способных создать новую ценность, чувствующих идею, потребность еще до того, как она осознана обществом (или формирующих данную потребность) и предпринимателей-технологов, умеющих находить нишу для определенного нового товара или услуги либо пристраивать классические продукты. Такие люди, не имея таланта создания новой ценности, могут помогать реализовывать мечту предпринимателей первого типа. Профессионалов данного вида в основном и готовят университеты - вовлекая студентов в проектное управление, разработку определенных задач, предлагаемых бизнесом. Важным моментом, впрочем, является не «натаскивание» студентов на решение конкретных задач, а на формирование в ребятах определенных ценностных качеств, которые помогут в общении с будущими партнерами и клиентами. В настоящее время не навыки и умения (компетенции), которым можно научиться уже в процессе работы, а именно личностные качества (принятие на себя ответственности, коммуникабельность, знание психологии и т. п.) играют важную роль в трудоустройстве и дальнейшем картерном росте. Это нисколько не умаляет важность овладения студентами общеобразовательных предметов, однако на последних курсах необходимо разрабатывать уже междисциплинарные предметы, способствующие развитию лидерских качеств личности.

В настоящее время существующая система высшего образования для этого слишком стандартизирована. Многие молодые предприниматели отмечают, что в процессе учебы им не хватало так называемого играющего тренера - представителя бизнеса на кафедре, предоставляющего возможность проектной работы, не хватало среды, формирующей зрелой позиции и ответственности за свой личностный выбор.

C другой стороны, предприниматель «создает» себя сам, задача вуза - создать комфортную среду обучения с элементами креативности, показывает ценность классических знаний как старта для развития личностных качеств, осуществлять подготовку элиты, локомотива дальнейшего развития страны. Вуз не может подготовить предпринимателя, можно сказать, что предпринимателем надо родиться, но вуз имеет возможность сформировать человека, широко образованного и обладающего критическим мышлением. Общность именно таких людей создаст среду, комфортную для предпринимателя. Причем создавать такую среду могут вузовские преподаватели, сами не имеющие опыта предпринимательской деятельности. Несмотря на различия университетского и прикладного бизнес-образования, у лучших мировых бизнес-школ очень много общего с лучшими университетами. Во-первых — это создание особой среды, пронизанной настоящими познавательными интересами, доверием и ценностями. Кроме того, это воспитание «живых» людей, способных осуществить свободный выбор. Также важно обеспечение для них широкого потока знаний. Гораздо важнее, чтобы люди поняли, что такое развитие (линейное понятие) и что такое трансформация (нелинейное понятие), чтобы потом уметь развивать и трансформировать свой бизнес. Таким образом, в силах университета осуществлять генерацию людей и генерацию знаний. Студенты вправе сами выбирать свои образовательные траектории, ориентируясь на ценностные и культурные компетенции, быть ответственными за свой выбор. Таким образом, задачей вузов является отфильтровать 5 % потенциальных предпринимателей, способных генерировать идеи, погрузив их в особую познавательную среду, подготовить как людей, обладающих критическим мышлением, широкими знаниями и желанием решать сложные проблемы. Именно такие люди в будущем станут лидерами в разных областях, включая предпринимательскую деятельность. Подготовка предпринимателей - задача многих государственных и независимых образовательных структур. Применительно к университетам просматриваются три уровня такой подготовки. Первый - создание в вузе общей среды (на факультетах, образовательных направлениях и т. д.), мотивирующей интерес студентов к предпринимательству как таковому и их выбор этого вида деятельности как будущей профессии. Второй - создание совместно с партнерскими бизнес-компаниями специальной среды для формирования у студентов собственно предпринимательских навыков. Третий - создание университетской экосистемы с масштабной предпринимательской инфраструктурой, включающей условия для построения реальных стартапов. Но для всего этого должна измениться сама система управления вузами.

*Библиография*

1. Подготовка предпринимателей как университетская задача. Часть 1 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.tsu.ru/university/rectorjsage/podgotovlm-predprininrateleydcak^miversitetskayazadacha-chast-І/](http://www.tsu.ru/university/rectorjsage/podgotovlm-predprininrateleydcak%5emiversitetskayazadacha-chast-І/).
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. Москва: Классика – XXI, 2005. 421 с.
3. Ялунер Е.В. Вопросы поиска новых форм подготовки предпринимателей в условиях трансформации бизнес-среды / Актуальные проблемы бизнес-образования: Сборник статей по материалам XVIII Международной научно-практической конференции // под ред. П.И. Бригадина. Минск, Изд-во Минского ГУ 2019. С. 274-277.

*Bibliography*

1. Training entrepreneurs as a university task. Part 1 [Electronic resource]. - Access mode: http://www.tsu.ru/university/rectorjsage/podgotovlm-predprininrateleydcak^miversitetskayazadacha-chast-І/.
2. 2. Florida R. Creative class: people who change the future / R. Florida. Moscow: Classics - XXI, 2005. 421 p.
3. 3. Yaluner E.V. Questions of searching for new forms of training entrepreneurs in the context of transformation of the business environment / Current problems of business education: Collection of articles based on the materials of the XVIII International Scientific and Practical Conference // ed. P.I. Brigadina. Minsk, 2019. pp. 274-277.