

УДК 378.14

DOI: 10.34670/AR.2022.54.31.026

Практико-ориентированное применение краудфандинговых технологий в образовательной среде высшей школы

Степаненко Сергей Григорьевич

Кандидат исторических наук,
старший преподаватель кафедры социологии, правоведения
и работы с персоналом,
Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, Краснодар, ул. Московская, 2;
e-mail: stepik71@mail.ru

Салменкова Марина Владимировна

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций,
Академия маркетинга и социально-информационных технологий,
350010, Российская Федерация, Краснодар, ул. Зиповская, 5;
e-mail: amilo-sim@mail.ru

Жидяева Елена Сергеевна

Кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций,
Академия маркетинга и социально-информационных технологий,
350010, Российская Федерация, Краснодар, ул. Зиповская, 5;
e-mail: Zhidyayeva_Elena@mail.ru

Аннотация

Цель данной статьи – выявление практических навыков создания и продвижения предпринимательских проектов на краудфандинговых платформах, используя социологические методы – опрос и эксперимент. Данные методы были выбраны как взаимодополняющие. Эксперимент является универсальной моделью, позволяющей сопоставить данные опроса с проблемами обучающихся в ходе реализации полученного учебного задания. В работе представлены результаты проведенного эксперимента в двух ведущих вузах города Краснодара. Анализ полученных результатов подтвердил необходимость совершенствования образовательной среды, формирования практико-ориентированных запросов в контексте краудфандинговых технологий. Цифровые технологии предпринимательства успешно показывают реализацию стартапов на начальном этапе, особенно если это касается малых групп. Проведенный эксперимент позволяет сделать вывод о том, что современные условия, сложившиеся в интернет-пространстве, благоприятны для формирования первоначальных практических навыков и знаний молодых специалистов в области предпринимательства. Образовательная среда

успешно реализовала опыт использования цифровых платформ. Но вот применение их в практике деятельности будущих предпринимателей встречается не часто, даже в период пандемии новой коронавирусной инфекции. Формирование необходимых компетенций у молодых специалистов, готовых быть вовлеченными в сектора среднего и малого бизнеса, является важнейшей задачей, стоящей не только перед образовательными учреждениями, но и перед государством. Качественно сформированные компетенции, а также совершенствование содержательного материала в образовательной сфере служит тем материалом, который позволит в перспективе сформировать грамотного специалиста с высоким качеством рабочей силы и интеллектуального капитала. Насколько будущий специалист (предприниматель) в рамках образовательной среды освоит азы современных инструментов предпринимательства, настолько он будет подготовлен и успешен. Новизна статьи состоит в рассмотрении проблем реализации учебного задания по продвижению созданного проекта на краудфандинговых платформах как возможности ликвидации разрыва между теорией и практикой предпринимательства.

Для цитирования в научных исследованиях

Степаненко С.Г., Салменкова М.В., Жидяева Е.С. Практико-ориентированное применение краудфандинговых технологий в образовательной среде высшей школы // Педагогический журнал. 2022. Т. 12. № 3А. С. 438-449. DOI: 10.34670/AR.2022.54.31.026

Ключевые слова

Платформы краудфандинга, цифровая экономика, образовательный процесс, учреждения высшего образования.

Введение

Предпринимательская деятельность в России давно «шагнула» за пределы обычного типового понимания предпринимательства и вышла на уровень интернет-технологий. Предпринимательство в интернет-сфере привлекает каждый год большое количество участников: предпринимателей разных уровней, самих потребителей и, конечно, инвесторов [Caselli, Negri, 2018; Wenqing Wu, Xuan Huang, Chia-Huei Wu, Sang-Bing Tsai, 2022]. Нельзя не отметить, что сложившаяся экономическая ситуация в мире в целом и в нашей стране в частности, вызванная коронавирусными ограничениями, позволила расширить границы сотрудничества, реализации, позиционирования предпринимательства. Так, краудфандинговые площадки позволяют осуществить бизнес-проекты в России посредством цифрового предпринимательства [Гончарова, 2020]. Понимая, что за подобными технологиями стоит будущее, правительство создает возможности, способствующие росту и развитию данного направления. Стоит отметить, что на сегодняшний день существует Федеральный закон от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», специалисты называют его «Закон о краудфандинге», хотя термина «краудфандинг» в его содержании нет [Федеральный закон от 02. 08.2019 № 259-ФЗ, 2019]. Анализируя данный правовой источник, можно отметить, что он ориентируется на цифровое предпринимательство и возможность использовать инвестиционные платформы и утилитарные цифровые права, что характеризует его достаточно прогрессивно. Насколько данный закон позволит развить

краудфандинговые технологии, покажет время, но для успешности цифрового предпринимательства необходимы практические навыки работы с соответствующими проектами в интернет-ресурсах [Cicchiello, Pietronudo, Leone, Caporuscio, 2021].

Так, на сегодняшний день в рамках учебных программ [РАНХИГС, рабочая программа дисциплины «Краудфандинг» (экономика, финансы, магистратура), www] ряд учебных заведений предлагают студентам ознакомиться с инструментами цифрового предпринимательства – краудфандингом и возможностями применения его в инвестиционной деятельности. При этом в большинстве своем учебные заведения ориентированы лишь на теоретическую часть подачи материала, игнорируя получение практических навыков.

Переосмысливая статус высших учебных заведений, стоит отметить, что если ранее вуз являлся неким «храмом знаний», то теперь на него возлагаются существенно важные цели, одна из которых заключается в том, чтобы не только предоставлять знания, но и получать базовые умения и хотя бы небольшой, но эффективный опыт. Нельзя сбрасывать со счетов то, что вуз, даже будучи в статусе государственного учреждения, вынужден вступать в так называемые предпринимательские отношения в образовательной сфере и отстаивать статус престижного заведения. В соответствии с этим необходимо формировать и корректировать имеющиеся учебные курсы и ориентироваться на нужды современного поколения, задолго оценивая перспективы экономических, социальных и правовых запросов предпринимательства и общества в целом.

В рамках данной статьи представим результаты проведенного эксперимента, где одним из инструментов выступали краудфандинговые инструменты.

Целью данного исследования является выявление возникающих у обучающихся проблем в ходе работы с краудфандинговыми технологиями, а также в процессе получения практических умений, знаний и навыков. Исследование проводилось в двух высших учебных заведениях города Краснодара: Кубанском государственном технологическом университете и Кубанском государственном аграрном университете. Эксперимент проходил в период 2020–2021 учебного года. Общее количество респондентов составило 99 человек очной и заочной формы обучения, гуманитарного и технологического направления. Объектом исследования стали знания, умения и навыки студентов, полученных в ходе применения краудфандинговых технологий в образовательном процессе. Гипотезой исследования стало то, что знания, умения и навыки студентов, полученные в ходе использования краудфандинговых технологий, расширят кругозор и позволят совершенствовать содержательную структуру образовательного процесса, а также реализовать взаимодействие будущих предпринимателей и интернет-технологий. Задачами исследования являются изучение знаний, умений и практических навыков обучаемых; сопоставление дифференцированных проблем по принадлежности к группам обучаемых гуманитарной и технической направленности; разработка на основе проведенного опроса и эксперимента новых подходов к организации изучения тем, связанных с предпринимательством; приобщение к творческому подходу будущих предпринимателей и пробуждение их интереса к рассматриваемой теме.

Задачами проводимого эксперимента являлись получение практических умений и навыков работы с краудфандинговым инструментом, обеспечение обратной связи от интернет-пользователей и освоение технологии без кредитной финансовой поддержки. Полученные результаты в перспективе должны были дать материал для возможности совершенствования контентного содержания учебных курсов.

Основная часть

Необходимо отметить, что участники эксперимента не ставили целью сравнить достоинства и недостатки краудфандинговых платформ, представленных в интернет-пространстве России. В Кубанском государственном аграрном университете была сформирована первая экспериментальная группа, состоявшая из 40 студентов, получающих образование по гуманитарному направлению (экономика, менеджмент) очной формы обучения, возраст которых составлял от 18-20 лет. В Кубанском государственном технологическом университете была сформирована вторая экспериментальная группа, состоявшая из 38 студентов очного отделения технологического направления (прикладная информатика, программная инженерия, электроэнергетика и электротехника), возраст которых также составлял от 18 до 20 лет. Контрольная группа была сформирована на базе этого же учебного заведения из студентов заочного отделения, количество которых составляло 21 человек, а возраст – от 23 до 29 лет, она была представлена студентами технологического направления. Проходя обучение согласно учебному плану по дисциплинам «Экономика», «Правовое регулирование коммерческой деятельности» в соответствующих вузах, все три группы получили задание-кейс по разработке бизнес-проекта в течении семестра и последующему размещению его на краудфандинговой площадк, с целью привлечения финансового инвестирования и развития предпринимательства. Всего в эксперименте участвовало три бизнес-проекта.

Авторы, формируя эксперимент, ориентировались на анализ опыта ряда исследователей и организаций: Belleflamme P. and Lambert T. (2016), а также Gerber L. and Hui J. (2016) [Belleflamme, Lambert, 2016; Gerber, Hui, 2016]. Применяемыми методами послужили объективность, анализ, последовательность и синтез, эмпирические методы.

В ходе проведения эксперимента были применены три анонимные анкеты. Первая анкета была использована на начальном этапе проведения эксперимента с целью выявления общего уровня знакомства студентов с возможностями применения краудфандинговых инструментов для развития и внедрения бизнес-проектов и идей. Сформулированные вопросы были представлены как в открытом, так и в закрытом виде, также студентам предлагался вариант свободного ответа. В таблице 1 отображены только некоторые вопросы анкеты, которая состояла из 11 вопросов.

Таблица 1 – Начальный этап эксперимента, ответы в процентном соотношении

Вопросы	Группа 1	Группа 2	Группа 3
	гуманитарная	технологическая	технологическая
Имеете/имели ли опыт предпринимательской деятельности?	5%	2,6%	42,8%
Знакомы ли Вы с инструментами финансирования без кредита (краудфандингом)?	2,5%	0	14,2%
Насколько, с Вашей точки зрения, эффективно применять краудфандинг в России?	0	2,6%	9,5%
Пользовались ли Вы на практике краудфандинговыми площадками?	0	0	0

Данные первой анкеты свидетельствуют о том, что респонденты достаточно слабо представляют возможность применения и использования краудфандинга и краудфандинговых площадок в целом, при этом в контрольной группе присутствует определенный интерес к данной тематике, оправданный тем, что около половины респондентов имеют либо имели опыт предпринимательской деятельности, возрастной и образовательный уровень их намного выше, чем в группах 1 и 2. Кроме того, все три группы в анкете выражали желание заниматься предпринимательской деятельностью. А на вопрос «Если ли у вас бизнес-идея, которую вы хотели бы реализовать?» в контрольной группе более половины респондентов ответили положительно, что также свидетельствует о том, что третья группа на данном этапе эксперимента имеет в сравнении с первой и второй группами более высокую заинтересованность в предпринимательской деятельности. Промежуточный этап эксперимента начался после формирования группами бизнес-идей, оформления и размещения заявки на краудфандинговых площадках. Сформированная анкета состояла из 15 вопросов открытого и закрытого типа.

В таблице 2 представлены обобщенные ответы, которые наиболее часто встречались в открытых вопросах. При анализе полученных данных обращает на себя внимание то, что достаточно большое количество респондентов в трех группах отмечают низкий уровень государственной поддержки краудфандинга, отмечая, что Федеральный закон № 259-ФЗ [Федеральный закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ, 2019] недостаточно способствует успешности развития данных ресурсов, а также отсутствие ознакомительных материалов использования и применения краудфандинга.

Таблица 2 – Промежуточный этап эксперимента, ответы респондентов в процентном соотношении

Ответы	Группа 1	Группа 2	Группа 3
	гуманитарная	технологическая	технологическая
Отсутствие ознакомительного материала с возможностями краудфандинга в России	57,5 %	50 %	23,8 %
Знакомы ли Вы с инструментами финансирования без кредита (краудфандингом)?	77,5 %	78,9 %	90,4 %
Обращение за помощью к сторонним специалистам при подаче заявки	30 %	21 %	9,5 %
Пользовались ли Вы на практике краудфандинговыми площадками?	47,5 %	57,8 %	52,3 %
Трудности оформления презентации	95 %	78,9 %	100 %
Неуверенность в предлагаемом бизнес-проекте	70 %	57,8 %	76,1 %
Удовлетворенность полученными результатами на этапе заявки бизнес-идеи	62,5 %	47,3 %	52,3 %

Респонденты из третьей группы отмечали, что «индивидуальным предпринимателям, чтобы выжить, нет возможности и средств отвлекаться на краудфандинг» или «кредитование намного более развито, чем возможность краудфандинга». Кроме того, обращают на себя внимание ответы, связанные с необходимостью обращения к сторонним специалистам. В частности, респонденты отмечали, что юридическая помощь и консультация была особенно важна, особенно в вопросах авторских прав и интеллектуальной собственности. Респонденты перечисляли, к каким сторонним специалистам они были вынуждены обращаться: фотографам,

видеомонтажерам, программистам, визажистам, юристам, экономистам. Также были отмечены трудности с оформлением презентаций, которые необходимы были при подаче заявки (одно из условий кейса). Они выражались в: видеомонтаже, маркетинговой подаче продукта, содержательном контенте презентации, качестве фото- и видеоматериалов и прочее.

Следующий, наиболее часто встречающийся блок связан был с удовлетворенностью предлагаемым проектом и неуверенностью в нем. Данный блок ответов тесно связан не только с вышеперечисленными моментами, но и с психолого-социальными аспектами, которые выражались в удовлетворенности/неудовлетворенности от проделанной работы на данном этапе, а также составляющей оценке интернет-сообществом своего проекта. На данном этапе эксперимента мы можем наблюдать, что респонденты достаточно неуверенны, опять же в силу своего первого опыта и преимущественного отсутствия предпринимательских навыков и опыта маркетинговых продаж и продвижения товара.

Подводя итог промежуточного этапа, можно сказать о том, что все группы отмечали дискомфорт с формированием заявки, определенный информационный и правовой «вакуум», а также высокую потребность в консультациях.

Третья анкета была применена на итоговом этапе эксперимента, после размещения своего бизнес-проекта на краудфандинговых площадках. В сценарии предлагаемого кейса ставилась задача не только получить практические навыки работы с краудфандинговым инструментом, но и получить обратную связь от интернет-пользователей и освоить технологию без кредитной финансовой поддержки. Так, предлагаемая анкета содержала семь вопросов.

Таблица 3 – Итоговый этап эксперимента, ответы респондентов в процентном соотношении

Мнения	Группа 1	Группа 2	Группа 3
	гуманитарная	технологическая	технологическая
Нужно ли делится полученным опытом применения, использования краудфандинговых инструментов в образовательной сфере?	95	100	95,2
Достаточно ли на сегодняшний день платформ?	92,5	92,1	76,1
Будете ли Вы в своей предпринимательской деятельности применять инструменты краудфандинга?	62,5	78,9	33,3
Насколько успешен был опыт бизнес-проекта?	75	71	52,3

В таблице 3 представлен обзор некоторых ответов. Так, большинство студентов трех групп отметили необходимость более глубокого изучения возможности финансирования без кредитования, то есть инструментами краудфандинга. Многие респонденты указывали, что современное состояние представленных в Интернете краудфандинговых площадок удовлетворяет потребности. Результаты ответов на вопрос о применении в будущем инструментов краудфандинга получились неоднозначные. Так, контрольная группа посчитала, что в перспективе полученные знания, навыки и опыт им не пригодятся. Как отмечают респонденты контрольной группы, это связано с «нестабильностью финансового и экономического рынка», а также «отсутствием правовых гарантий».

Анализ полученных результатов показал, что более молодые респонденты, не имеющие

опыта в предпринимательской деятельности, готовы более активно использовать краудфандинговые инструменты, а также поддерживают возможность их внедрения в учебных циклах.

В целом, можно заключить, что сформулированная гипотеза нашла свое подтверждение, в ходе проведения эксперимента все три анкеты показывали устойчивую заинтересованность в объекте исследования и проявляли личную заинтересованность в этом вопросе.

Проведенный эксперимент подтвердил сформулированную гипотезу и позволил наметить пути по совершенствованию применения практико-ориентированного подхода использования краудфандинговых технологий в вузе. При этом разделение респондентов на гуманитарные и технологические группы не выявило характерных отличий, все студенты, вне зависимости от формы обучения и направленности, были активно вовлечены в бизнес-проект и имели схожие проблемы.

На протяжении всего эксперимента в обоих учебных заведениях отмечалось отсутствие необходимого оборудования для проведения данных проектов, что больше относится к недостаткам материально-технического характера организации. В процессе подготовки проекта в трех группах наблюдалась слабая правовая подготовленность, отсутствие знаний в области авторских, патентных и смежных прав. Существенными недостатками явились мотивационная составляющая обучающихся, что оправдано отсутствием желания продать товар.

На промежуточном этапе респонденты столкнулись с необходимостью защиты своих прав, с отсутствием знаний механизма продаж и практических навыков работы с интернет-технологиями.

Следует отметить, что все респонденты были охотно вовлечены в формирование актуальной бизнес-заявки, поиск наиболее оптимального и востребованного продукта, что позволило вовлечь всех студентов в образовательный процесс. Студенты на этапе эксперимента активно изучали особенности краудфандинговой технологии и дополняли свои знания из следующих наук: экономики, юриспруденции, менеджмента, социологии, психологии, что также позволило расширить границы изучаемого материала и дифференцировать полученные знания, умения и навыки.

Отметим, что студентов также волновали не только возникающие, формирующиеся авторские права на продукт (проект), но и последующие правоотношения, что подчеркивает заинтересованность в создаваемом проекте и указывает на высокую мотивационную значимость для них.

Следует выделить характерные проблемы и потребности, с которыми сталкивались и которые выделяли респонденты на протяжении всего эксперимента (оценочная составляющая – 87,8%): отсутствие навыков работы с интернет-технологиями, навыков в маркетинговой и социальной сфере, опыта расчетов экономических ошибок, защиты авторских прав и знаний некоторых особенностей обязательного и договорного права.

Таким образом, результат эксперимента характерно подчеркивает необходимость нивелирования разрыва между теоретической и практической составляющей, акцентирует внимание на необходимости создания соответствующих кейсов в практико-ориентированной среде образования. Не будет лишним для повышения эффективности практической реализации учебных курсов, где используются соответствующие кейсы, проводить мониторинг запросов студентов, выявлять наиболее интересные их технологии предпринимательской деятельности, знакомить с новинками цифрового предпринимательства.

Проведенный эксперимент показал, что в контрольной группе, где присутствовало большее количество респондентов, имеющих предпринимательский опыт, отмечалась определенная

«разочарованность» в существующих на сегодняшний день поддержках со стороны государства предпринимателям, а также выдвигались мнения про определенную «закрытость» и нежелание делиться опытом со сторонними лицами, что, в частности, объяснялось не только имеющимся отрицательным опытом предпринимательства, но и желанием защитить себя от возможных конкурентов.

В Европейском Союзе использование краудфандинга ограничено национальными нормативными положениями. Р. Belleflamme анализирует закономерности и принципы деятельности краудфандинговых платформ, утверждая, что их саморегулируемость вступает в противоречие с попытками упорядочить их с помощью законодательной основы. В 2021 г. с помощью закона Jumpstart Our Business Startups Act (JOBS) с целью соответствия требованию закона в странах ЕС запущен механизм консультирования, как правильно использовать возможности платформ. Для нас важно подчеркнуть, что этот процесс реально необходим, так как уровень осведомленности, даже лиц, желающих применять краудфандинг в создании и расширении бизнеса, определенно низок. Р. Belleflamme утверждает, что краудфандинг – явление, тесно связанное с предоставлением посреднических услуг, по сути, выступающее коммуникативным элементом бизнеса, связывая три группы лиц: поставщиков услуг, предпринимателей и спонсоров проектов. Автор рассматривает ценовые стратегии и возможности для предпринимателей [Belleflamme, Lambert, 2016; Junge, Cleveland, Roed, 2022]. Он утверждает, что краудфандинг синонимичен понятию «многоуровневость». В качестве участников автор называет предпринимателей, спонсоров и всех желающих присоединиться к проекту, условно называя их «вкладчиками». Вкладчики имеют право голосовать, выражая альтернативное мнение и привлекая внимание к проекту. Он перечисляет виды моделей, среди которых выделяются модели прямого финансирования, кредитования или обмена материальными выгодами. Bi G., Xiang Q., Geng B. and Xia Q. приводят конкретные примеры успешной реализации проектов на основе системы вознаграждения [Bi, Xiang, Geng, Xia, 2019]. Авторы анализируют проекты и способ их реализации на основе пожертвования как альтернативу и дополнение других моделей краудфандинга на платформах. Все модели краудфандинга совместимы с инвестированием. Особенности инвестирования изложены в статье Cicchiello A.F., Pietronudo M.C., Leone D. и Caporuscio [Cicchiello, Pietronudo, Leone, Caporuscio, 2021]. Для реализации проекта необходимо не только знать стратегию краудфандинга, но и привлечь потребителя к созданным проектам за счет дополнительных информативных средств, в том числе визуализации. Gerber L. и Hui J. подчеркивают важную роль дизайна в заинтересованности предпринимателей [Gerber, Hui, 2016]. Вопросы влияния краудфандинга на экономическую политику рассматривались в работе Hui-Ching Hsieh, Thi Huyen Chi Vu [Hui-Ching Hsieh, Thi Huyen Chi Vu, 2021]. Этот аспект важен в изучении мотивов потребителей и степени их участия в краудфандинге. Проблемы российских предпринимателей изложены в работах Н. Гончаровой [Гончарова, 2020].

Таким образом, тема востребованности краудфандинга может быть весьма актуальной в условиях современных проблем российского предпринимательства. Огромный интерес с этой точки зрения имеют статьи N. Maehle об устойчиво реализуемых проектах краудфандинга и их характерных особенностях [Maehle, 2020]. То есть для реализации проекта необходимо знать как правовую и нормативную основу предпринимательского поведения в целом для ЕС [Хронова, 2019], изложенную на основании Кодекса поведения ЕС [Odorović, Wenzlaff, 2020], так и выражающие их дизайнерские особенности [Belleflamme, Lambert, 2016], что делает изучение осведомленности о возможностях краудфандинга необходимым условием современного образования. Эмпирическим анализом занималась Mari-Liis Kukk которая

выявила определенные характеристики компаний и платформ на предмет последующего провала при использовании краудфандинговых технологий [Kukk, 2022].

Заключение

Подводя итог, отметим, что образовательным учреждениям следует учесть необходимость введения в обязательную практическую составляющую учебных курсов подобных экспериментальных кейсов с обязательным ознакомлением студентов с цифровыми технологиями предпринимательства. Кроме того, высшей школе стоит задуматься над созданием совместных бизнес-проектов, так как это не только позволит получить необходимые умения, навыки и знания у обучающихся, но и поможет учебному заведению конкурировать на предпринимательской сфере, предлагая бизнес-проекты, разработанные на базе вуза. Также рекомендуется наращивать материальную базу государственных образовательных учреждений. В этом ключе хотелось бы предложить правительству разработать возможные механизмы участия образовательных учреждений в краудфандинговых технологиях.

Итоги эксперимента позволили оценить перспективы развития знаний, умений и навыков, раскрывающихся у студентов в процессе проведения и реализации бизнес-проектов на основе краудфандинговых инструментов, а определенных навыков, что позволило некоторым участникам проекта продолжить свой эксперимент (оценочная составляющая – 4%).

В последние годы Правительство Российской Федерации стремится поддержать и расширить ряд мер по внедрению технологических стартапов. Соответственно, данные возможности поддержки малого и среднего бизнеса, а, как известно, краудфандинговые технологии преимущественно ориентированы на данные сферы предпринимателей, позволят сориентировать учебные заведения на подготовку специалистов с соответствующими знаниями и навыками, а также успешно реализовывать подобные стартапы и внедрять краудфандинговые технологии.

Библиография

1. Гончарова Н.А. Проблемы предприятий малого и среднего бизнеса в условиях пандемии // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2020. № 8(50). С. 17-24.
2. О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ // *Собрание законодательства Российской Федерации*. 2019. № 31. Ст. 4418.
3. РАНХиГС, рабочая программа дисциплины «Краудфандинг» (экономика, финансы, магистратура). URL: <https://kpfu.ru/pdf/portal/ooop/282977.pdf/>
4. Хронова И.А. Правовые вопросы туризма и гостиничного сервиса. Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2019. 111 с.
5. Belleflamme P., Lambert T. An Industrial Organization Framework to Understand the Strategies of Crowdfunding Platforms // *Méric, J., Maque I. and Brabet J. (eds.) International Perspectives on Crowdfunding*. Emerald Group Publishing Limited, Bingley. 2016. P. 1-19.
6. Bi G., Xiang Q., Geng B., Xia Q. Decision strategies in reward-based crowdfunding: the role of crowdfunding platforms // *Journal of Modelling in Management*. 2019. No. 14 (3). P. 569-589.
7. Caselli S., Negri G. Chapter 19 – New Trends and Solutions in the Private Equity and Venture Capital Industry // *Academic Press*. 2018. P. 269-278.
8. Cicchiello A.F., Pietronudo M.C., Leone D., Caporuscio A. Entrepreneurial dynamics and investor-oriented approaches for regulating the equity-based crowdfunding // *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. 2021. № 10 (2). С. 235-260.
9. Gerber L., Hui J. Crowdfunding: How and Why People Participate // *Méric J., Maque I. and Brabet J. (eds.) International Perspectives on Crowdfunding*. Emerald Group Publishing Limited, Bingley. 2016. P. 37-64.
10. Hui-Ching Hsieh, Thi Huyen Chi Vu. The impact of economic policy uncertainty on crowdfunding success // *Journal*

-
- of International Financial Markets, Institutions and Money. 2021. Vol. 75.
11. Junge L.B., Cleveland L.I., Roed N.K. Choosing crowdfunding: Why do entrepreneurs choose to engage in crowdfunding? // *Technovation*. 2022. Vol. 111.
 12. Kukk M.-L. Predicting business failure after crowdfunding success: Are platforms the unsung heroes? // *Journal of Business Venturing Insights*. 2022. Vol. 17.
 13. Maehle N. Sustainable crowdfunding: insights from the project perspective // *Baltic Journal of Management*. 2020. No. 15 (2). P. 281-302.
 14. Odorović A., Wenzlaff K. The joint production of confidence – self-regulation in European crowdfunding markets // *Baltic Journal of Management*. 2020. No. 15 (2). P. 303-331.
 15. Wenqing Wu, Xuan Huang, Chia-Huei Wu, Sang-Bing Tsai. Pricing strategy and performance investment decisions in competitive crowdfunding markets // *Journal of Business Research*. 2022. Vol. 140. P. 491-497.

Practice-oriented application of crowdfunding technologies in the educational environment of higher education

Sergei G. Stepanenko

PhD in Historical Sciences,
Senior Lecturer of the Department of sociology, law
and human resources,
Kuban State Technological University,
350072, 2 Московская str., Krasnodar, Russian Federation;
e-mail: stepik71@mail.ru

Marina V. Salmenkova

PhD in Pedagogy,
Associate Professor of the Department of pedagogy
and intercultural communications,
Academy of Marketing and Social Information Technologies,
350010, 5 Zipovskaya str., Krasnodar, Russian Federation;
e-mail: amilo-sim@mail.ru

Elena S. Zhidyaeva

PhD in Sociology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of pedagogy
and intercultural communications,
Academy of Marketing and Social Information Technologies,
350010, 5 Zipovskaya str., Krasnodar, Russian Federation;
e-mail: Zhidyaeva_Elena@mail.ru

Abstract

The purpose of this article is to identify practical skills for creating and promoting entrepreneurial projects on crowdfunding platforms using sociological methods – surveys and experiments. These methods were chosen as complementary. The experiment is a universal model that allows us to compare the survey data with the problems of students during the implementation

of the received training task. This paper presents the results of an experiment conducted in two leading universities in Krasnodar. The analysis of the results confirmed the need to improve the educational environment, the formation of practice-oriented requests in the context of crowdfunding technologies. Digital entrepreneurship technologies successfully demonstrate the implementation of startups at the initial stage, especially if it concerns small groups. Also, the conducted experiment allows us to conclude that the current conditions prevailing in the Internet space are favorable for the formation of initial practical skills and knowledge of young professionals in the field of entrepreneurship. The novelty of the article is due to the fact that the educational environment has successfully implemented the experience of using digital platforms. But their use in the practice of future entrepreneurs is not common, even during the pandemic of a new coronavirus infection. The formation of the necessary competencies of young professionals who are ready to be involved in the sectors of medium and small businesses is the most important task facing not only educational institutions, but also the state. The qualitatively formed competencies, as well as the improvement of the content material in the educational sphere, serve as the material that will allow in the future to form a competent specialist with high quality of labor and intellectual capital. To the extent that a future specialist (entrepreneur) will master the basics of modern entrepreneurship tools within the educational environment, he or she will be so prepared and successful. The novelty of the article consists in considering the problems of implementing a training assignment to promote a created project on crowdfunding platforms, as an opportunity to bridge the gap between the theory and practice of entrepreneurship.

For citation

Stepanenko S.G., Salmenkova M.V., Zhidyayeva E.S. (2022) Praktiko-orientirovannoe primeneniye kraudfandingovykh tekhnologii v obrazovatel'noi srede vysshei shkoly [Practice-oriented application of crowdfunding technologies in the educational environment of higher education]. *Pedagogicheskiy zhurnal* [Pedagogical Journal], 12 (3A), pp. 438-449. DOI: 10.34670/AR.2022.54.31.026

Keywords

Crowdfunding platforms, digital economy, educational process, institutions of higher education.

References

1. Belleflamme P., Lambert T. (2016) An Industrial Organization Framework to Understand the Strategies of Crowdfunding Platforms. Méric, J., Maque I. and Brabet J. (eds.) *International Perspectives on Crowdfunding*. Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 1-19.
2. Bi G., Xiang Q., Geng B., Xia Q. (2019) Decision strategies in reward-based crowdfunding: the role of crowdfunding platforms. *Journal of Modelling in Management*, 14 (3), pp. 569-589.
3. Caselli S., Negri G. (2018) Chapter 19 – New Trends and Solutions in the Private Equity and Venture Capital Industry. *Academic Press*, pp. 269-278.
4. Cicchiello A.F., Pietronudo M.C., Leone D., Caporuscio A. (2021) Entrepreneurial dynamics and investor-oriented approaches for regulating the equity-based crowdfunding. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 10 (2), pp. 235-260.
5. Gerber L., Hui J. (2016) Crowdfunding: How and Why People Participate. In: Méric J., Maque I. and Brabet J. (eds.) *International Perspectives on Crowdfunding*. Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 37-64.
6. Goncharova N.A. (2020) Problemy predpriyatii malogo i srednego biznesa v usloviyakh pandemii [Problems of small and medium-sized businesses in a pandemic]. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovative economy: prospects for development and improvement], 8(50), pp. 17-24.
7. Hui-Ching Hsieh, Thi Huyen Chi Vu. (2021) The impact of economic policy uncertainty on crowdfunding success. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 75.

8. Junge L.B., Cleveland L.I., Roed N.K. (2022) Choosing crowdfunding: Why do entrepreneurs choose to engage in crowdfunding? *Technovation*, 111.
9. Khronova I.A. (2019) *Pravovye voprosy turizma i gostinichnogo servisa* [Legal issues of tourism and hotel service]. Krasnodar: Kuban State Technological University.
10. Kuk M.-L. (2022) Predicting business failure after crowdfunding success: Are platforms the unsung heroes? *Journal of Business Venturing Insights*, 17.
11. Maehle N. (2020) Sustainable crowdfunding: insights from the project perspective. *Baltic Journal of Management*, 15 (2), pp. 281-302.
12. O privilechenii investitsii s ispol'zovaniem investitsionnykh platform i o vnesenii izmenenii v otchel'nye zakonodatel'nye akty Rossiiskoi Federatsii: feder. zakon ot 02.08.2019 № 259-FZ [On attracting investments using investment platforms and on amending certain legislative acts of the Russian Federation: Federal Law No. 259-FZ of August 2, 2019] (2019). *Sobranie zakonodatel'stva Rossiiskoi Federatsii* [Collection of Legislation of the Russian Federation].. № 31. St. 4418.
13. Odorović A., Wenzlaff K. (2020) The joint production of confidence – self-regulation in European crowdfunding markets. *Baltic Journal of Management*, 15 (2), pp. 303-331.
14. RANKhIGS, *rabochaya programma distsipliny «Kraudfanding» (ekonomika, finansy, magistratura)* [RANKHIGS, the work program of the discipline "Crowdfunding" (economics, finance, master's degree)]. Available at: <https://kpfu.ru/pdf/portal/oop/282977.pdf> [Accessed 14/03/2022].
15. Wenqing Wu, Xuan Huang, Chia-Huei Wu, Sang-Bing Tsai (2022) Pricing strategy and performance investment decisions in competitive crowdfunding markets. *Journal of Business Research*, 140, pp. 491-497.