

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
В ВЕДУЩЕЙ ШКОЛЕ БИЗНЕСА «СИНЕРГИЯ»

MBA ONLINE

СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ MBA ONLINE:

- Стратегический менеджмент
- Финансовый менеджмент
- Управление человеческими ресурсами
- Маркетинг и продажи
- Налоговый консалтинг
- MBA Менеджмент в фитнес-индустрии

ISSN 1993-7598



17001

9 771993 759008

КОНТАКТЫ

105318 | Москва |
Измайловский Вал, дом 2

+7 (495) 545-43-14 |
info@sbs.edu.ru | sbs.edu.ru

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

2017. Том 11. №1(61)

СОВРЕМЕННАЯ
научно-практический журнал

2017. Том 11. №1(61)

ISSN 1993-7598

КОНКУРЕНЦИЯ

Ресурсы комплексного развития
предпринимательских компетенций

Экосистема предпринимательского образования
как объект государственной поддержки

Предпринимательское образование
в университетах страны:
масштабы, виды программ,
баланс компетенций

Что я узнал о преподавании
предпринимательства:
взгляды пяти педагогов-мастеров

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 18 МЕСЯЦЕВ

Президентская программа

EXECUTIVE MBA ДЛЯ ТЕХ, КТО УЖЕ НА ВЕРШИНЕ, НО ХОЧЕТ БОЛЬШЕГО

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 18 МЕСЯЦЕВ

ЛОКАЦИЯ: МОСКВА + ВЫЕЗДНОЙ МОДУЛЬ В ДУБАЕ

ЦЕЛИ:

вывести бизнес на международный уровень
и стать компанией — национальным лидером

2

индивидуальные
коуч-сессии

5

престижных
аккредитаций AMBA

14

очных модулей
классических
и инновационных
бизнес-дисциплин

32

эксперта международного
класса из России, США,
Великобритании, Канады,
Швеции

ДЛЯ КОГО ЭТА ПРОГРАММА



Для руководителей высшего звена и предпринимателей с потенциалом и мотивацией национальных бизнес-лидеров



Для амбициозных топ-менеджеров, которые хотят выйти на качественно новый уровень управления бизнесом

КОНТАКТЫ

105318 | Москва | Измайловский Вал, дом 2
+7 (495) 545-43-14 | info@sbs.edu.ru | sbs.edu.ru

научно-практический журнал

современная КОНКУРЕНЦИЯ

2017. Том 11. №1 (61)

Январь-февраль

Издается с января 2007 года. Периодичность издания – 6 раз в год.

Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»

ISSN 1993-7598

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований

Главный редактор

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент Российской академии образования,
ректор Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»

Редакционный совет

Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор,
зам. директора Института анализа предприятий
и рынков НИУ ВШЭ

Гельвановский Михаил Иванович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, действительный член
Академии экономических наук и предпринимательской
деятельности России, генеральный директор
Национального института развития РАН

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, академик РАН,
действительный член Международной Академии
менеджмента, зам. директора Центрального
экономико-математического института РАН

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор,
зам. директора Сибирского института управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент,
заместитель главного редактора журнала

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой Банковского дела СГСЭУ

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук, профессор, первый
проректор Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»

Манев Иван

профессор кафедры менеджмента Университета Мейна,
декан Колледжа бизнеса, государственной политики
и здравоохранения (США)

Моррис Майкл

профессор, декан факультета предпринимательства
Университета Оклахомы (США)

Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой Экономической кибернетики
и экономико-математических методов СПбГУЭФ

Смайлер Рэй

профессор кафедры инноваций и технологии
Школы бизнеса им. Нили при Техасском
христианском университете (США)

Сорокин Дмитрий Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, первый зам. директора
Института экономики РАН

Сушкевич Алексей Геннадьевич

кандидат экономических наук,
начальник Аналитического управления ФАС

Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор
МГУ им. М. В. Ломоносова

Шиндэхут Минэт

профессор кафедры предпринимательства
школы менеджмента им. Уитмена Сиракьюсского
университета (США)

Широкова Галина Викторовна

доктор экономических наук, профессор,
директор Центра предпринимательства
Высшей школы менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук,
профессор Финансового университета
при Правительстве РФ,
член Европейской ассоциации истории бизнеса

Журнал «Современная конкуренция» индексируется
в российских и зарубежных базах научной периодики:
eLIBRARY (ПИНЦ), ВИНТИ, Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Учредитель и издатель: Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Адрес редакции и издателя:
129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр. 1 (юр.)
125190, Москва, Ленинградский просп., д. 80, корп. Г, офис 612
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04)

e-mail: edit@s-university.ru; www.moderncompetition.ru

© Университет «Синергия»

JOURNAL OF MODERN COMPETITION

2017. Vol. 11. No. 1 (61)

January–February

Published since 2007; periodicity: six times a year

Russian Association for Entrepreneurship Education (ICSB-Russian)
Synergy University

ISSN 1993-7598

Editor-in-Chief

Yu. Rubin

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Rector of Moscow University for Industry and Finance "Synergy", fellow of the International Academy of Higher Education Sciences, associate member of the Russian Academy of Education, Honorary Educator of the Russian Federation.

Editorial Board

S. Avdasheva

Dr of Economics, Professor, deputy director of the Institute for Industrial and Market studies (HSE)

M. Gelvanovsky

Dr of Economics, Professor, member of Academy of Natural Sciences, Deputy of the International Academy of Management, Director of the Central Economics and Mathematics Institute

G. Kleiner

Dr of Economics, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Academy of Natural Sciences, Deputy of the International Academy of Management, Director of the Central Economics and Mathematics Institute

I. Knyazeva

Dr of Economics, Professor, Deputy of Siberian Institute of Management (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration)

A. Kovalenko

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Deputy-Editor-in-Chief

I. Korobov

Dr of Economics, Professor, Chairman of Banking Department (SSSEU)

V. Lednev

Dr of Economics, Professor, First Vice-Principal of Moscow University for Industry and Finance "Synergy"

I. Manev

Professor of Management at the University of Maine, Dean of the College of Business, Public Policy and Health (USA)

M. Morris

Professor, Dean of the Faculty of Business at the University of Oklahoma (USA)

R. Smilor

Professor of Innovation and Technology Business School at Texas Christian University (USA)

S. Svetunkov

Professor, Chairman of Department of Economic Cybernetics and mathematical economics (SPSUEF)

D. Sorokin

Dr of Economics, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, the first deputy. Director of the Institute of Economics

A. Sushkevich

Dr of Economics, Head of Analytical Department (Federal Antimonopoly Service, Russia)

A. Shastitko

Dr of Economics, Professor of the Moscow State University

M. Shindehut

Professor of business management school at Syracuse University (USA)

G. Shirokova

Dr of Economics, Professor, Director of the Center for Entrepreneurship, Graduate School of Management, St. Petersburg State University

A. Yudanov

Dr of Economics, Professor of Finance University under the Government of the Russian Federation, a member of the European Association of Business History

The journal is included into the Russian and international scientific databases: eLIBRARY (Russian Science Citation Index), VINITI (Russian Academy of Sciences), Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Publisher: Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Publisher address: 9/14 s. 1, Meshchanskaya str., Moscow, 129090, Russia
Editorial Office address: 80G, Leningradskiy Avenue, Moscow, 125190, Russia
Tel: +7 (495) 987-43-74 (ext. 33-04)

e-mail: edit@s-university.ru; www.moderncompetition.ru

© Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Содержание

Вопросы обучения предпринимательству

Клюев А. К., Багирова А. П.,

Яшин А. А., Забокрицкая Л. Д.

Предпринимательское образование в университетах страны:

масштабы, виды программ, баланс компетенций 6

Леонтьева Л. С., Ильин А. Б.

Ресурсы комплексного развития

предпринимательских компетенций 21

Рубин Ю. Б., Алексеева Е. В.,

Леднев М. В., Можжухин Д. П.

Обучение предпринимательству:

пути укоренения в вузовском сегменте

российского образования. 30

Коротков А. В.

Экосистема предпринимательского образования

как объект государственной поддержки 57

Цуканова Т. В.

Роль вуза в формировании

предпринимательских намерений студентов:

российский контекст. 69

Фролова И. А.

Предпринимательская активность

как выбор жизненной стратегии студенческой молодежи

в национальных исследовательских университетах 84

Назарова У. А.

Развитие предпринимательского потенциала региона:

механизм формирования экосистемы 94

Энгель Дж. С., Шиндехутт М.,

Нек Х. М., Смайлор Р., Росси Б.

Что я узнал о преподавании предпринимательства:

взгляды пяти педагогов-мастеров 104

Соломон Д., Мэтьюз Ч.

Путаница в обучении управлению малым бизнесом

и предпринимательству: количественный анализ 121

Contents

The issues of entrepreneurship education

A. Kluev, A. Bagirova,

A. Iashin, L. Zabokritskaya

Entrepreneurial education in Russian universities:
scope, types of programs, balance of competences 6

L. Leontieva, A. Ilin

Resources integrated development
of entrepreneurial competencies 21

Yu. Rubin, E. Alekseeva,

M. Lednev, D. Mozhzhukhin

Entrepreneurship education: the way of rooting
in University segment of Russian education 30

A. Korotkov

State supported entrepreneurship education ecosystem. 57

T. Tsukanova

The effect of Universities on students' entrepreneurial intentions:
the context of Russia 69

I. Frolova

Entrepreneurial activity as a choice of the life strategy
of national research universities students 84

U. Nazarova

System development of entrepreneurial potential of the region:
development of an effective mechanism for upgrading the business space 94

J. S. Engel, M. Schindehutte,

H. M. Neck, R. Smilor, B. Rossi

What I've Learned About Teaching Entrepreneurship:
Perspectives of Five Master Educators 104

G. Solomon, C. Matthews

The curricular confusion between entrepreneurship
education and small business management:
a qualitative analysis. 121

От редакции

Выпуск журнала «Современная конкуренция» № 1 (61), который вы держите в руках, — тематический. Он посвящен обсуждению вопросов обучения предпринимательству. Рады сообщить нашим читателям, что редакция планирует ежегодно выпускать тематический номер в качестве прелюдии к ежегодной международной научно-практической конференции Национальной ассоциации обучения предпринимательству. В этом году конференция состоится в апреле. В тематическом номере представлен ряд материалов, посвященных вопросам обучения предпринимательству.

Клюев А. К., канд. филос. наук, доцент УрФУ, г. Екатеринбург, a.k.kluev@urfu.ru

Багирова А. П., докт. экон. наук, профессор УрФУ, г. Екатеринбург, a.p.bagirova@urfu.ru

Яшин А. А., канд. экон. наук, доцент УрФУ, г. Екатеринбург, a.a.yashin@urfu.ru

Забокрицкая Л. Д., канд. соц. наук, УрФУ, г. Екатеринбург, zabokritskaya@urfu.ru

Предпринимательское образование в университетах страны: масштабы, виды программ, баланс компетенций

В статье представлены результаты исследования по анализу программ предпринимательского образования уровня бакалавриата и магистратуры. Были выбраны российские вузы, заявившие программы такого рода, в которых изучены следующие параметры: доля бакалаврских программ предпринимательского образования среди всех программ уровня бакалавриата; доля магистерских программ предпринимательского образования среди всех программ уровня магистратуры; доля дисциплин в рамках программ предпринимательского образования, направленных на освоение *hard skills* («жестких навыков»); доля дисциплин в рамках программ предпринимательского образования, направленных на освоение *soft skills* («мягких навыков»).

Проведенный анализ показывает:

- значительную неоднородность реализуемых программ предпринимательского образования с точки зрения баланса «жестких» и «мягких» навыков;
- преобладание «жестких» навыков, что в значительной степени контрастирует с общими трендами развития предпринимательского образования и возрастания роли «мягких» навыков, отмечаемые исследователями и экспертами;
- ограниченные масштабы реализации программ предпринимательского образования, неразвитость траекторий предпринимательского образования в сегменте естественнонаучных, социальных и технических направлений подготовки.

В статье на основе проделанного анализа предложены рекомендации по развитию программ предпринимательского образования. Публикация представляет интерес для исследователей, преподавателей и экспертов в области развития предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательское образование, программы предпринимательского образования, предпринимательские компетенции, «мягкие» и «жесткие» навыки в предпринимательстве.

Введение

Эффективность современных экономик, особенно в странах с инновационно-ориентированными и эффективно-ориентированными моделями развития, непосредственно связана с динамикой развития предпринимательского сектора и его активностью. Каждая страна обладает собственным уникальным набором социально-экономических условий, влияю-

щих на уровень предпринимательства. Однако этот сегмент бизнеса в нашей стране, входящей в группу стран с эффективно-ориентированными экономиками, включая, например, Аргентину, Бразилию, Китай, Польшу, Южную Африку и др., характеризуется следующими показателями:

- низкий уровень активности владельцев нового бизнеса;
- высокий уровень вынужденного предпринимательства (т. е. предприниматели,

которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных возможностей для получения дохода);

- низкий уровень долгосрочного, устоявшегося предпринимательства [Земцов, Макашева, Макашева, 2009].

Современная ситуация состояния предпринимательства в стране существенно ограничивает возможности социально-экономического развития, трансформации в экономику знаний и ухода от «сырьевого проклятия». В условиях кризиса, серьезных экономических сдвигов и изменений становится проблемным и решение крайне важных задач, связанных с импортозамещением, увеличением сектора инновационной экономики, занятости, социальной стабильности и повышения качества жизни. Ответ на вызовы современной ситуации в области развития предпринимательского сектора экономики активизирует поиск системных решений в области создания предпринимательских экосистем, преодоления барьеров «антипредпринимательских» выборов жизненных стратегий молодежи [Williams, Kluev, 2014].

Безусловно, качество образования, и особенно предпринимательского образования в высшей школе, неразрывно связано и оказывает существенное влияние на развитие предпринимательства в стране хотя бы через стимулирование выбора предпринимательских жизненных траекторий у молодежи. Однако в настоящее время наблюдается отсутствие концепций развития предпринимательского образования и формирования предпринимательских компетенций на всех уровнях системы профессионального образования. Как правило, даже в крупных университетах предпринимательское образование реализуется в форме краткосрочных программ, программ профессиональной переподготовки, ряде «околопредпринимательских» направлений в СПО и ВПО (например, «коммерция», «менеджмент», «инноватика» и др.), однако отсутствуют собственно бакалавр-

ские и магистерские программы по предпринимательству, давно ставшие практикой национальных образовательных систем ряда развитых стран. Согласно данным исследования GUESS, около 60% опрошенных студентов российских вузов признали, что во время обучения у них не было ни одного курса по предпринимательству, а остальным 40% предлагался лишь один курс по выбору. Между тем более 30% опрошенных выразили готовность посвятить свое учебное время курсам и/или программам по предпринимательству. Этот показатель выше, чем аналогичный показатель в среднем в странах с длительным развитием рыночной экономики (25%) [Рубин, 2015].

Слабую вовлеченность молодежи в развитие предпринимательского сектора экономики также можно объяснить недостаточным формированием предпринимательских компетенций на всех уровнях профессионального образования — как начального профессионального, так и среднего, и высшего профессионального. В значительной степени система профессионального образования традиционно ориентируется на «производство» будущих наемных работников, а не на самозанятость и способность выпускников создавать собственные бизнесы. Это ключевая проблема, ограничивающая рост предпринимательства в нашей стране.

Тематика предпринимательского образования и проблем в этой сфере в последние годы становится все более значимой в исследованиях ученых разных стран. Авторами проведен анализ публикаций в области программ предпринимательского образования в базах цитирования Scopus и Web of Science. Всего предпринимательскому образованию в современном университете за последние 10 лет посвящено 729 статей, отмеченных в этих базах цитирования.

Большинство этих статей (более 300) построено на описании конкретных практик предпринимательского образования в конкретных университетах определенных стран

либо на специфике предпринимательского образования применительно к социокультурным особенностям какой-либо страны, или на сравнении влияния культурных особенностей различных стран на формирование и реализацию программ предпринимательского образования. Например, работа M. RezaeiZadeh, Hogan M., J. O'Reilly, J. Cunningham, E. Murphy [RezaeiZadeh, Hogan, O'Reilly, 2016] посвящена сравнительному анализу влияния культурных особенностей Ирландии и Ирана на формирование ключевых предпринимательских компетенций у студентов, обучающихся по программам бизнес-образования.

Некоторое количество статей исследует связь молодежного и студенческого предпринимательства в зависимости от реализации программ предпринимательского образования в университете, как, например, работа M. Morris, G. Shirokova, T. Tsukanova [Morris, Shirokova, Tsukanova, 2017], где предметом исследования является роль студенческого предпринимательства в экосистеме современного предпринимательского университета.

Большое внимание уделяется вопросам культурных различий и влиянию культурного контекста страны или региона на развитие студенческого предпринимательства во взаимосвязи с предпринимательским образованием в университетах. Так, в работах T. Beliaeva, A. Laskovaia, G. Shirokova [Beliaeva, Laskovaia, Shirokova, 2016] и G. Shirokova, T. Tsukanova, M. Morris [Shirokova, Tsukanova, Morris, 2016] обсуждается роль и влияние национальной культуры на развитие студенческого предпринимательства и прослеживается очевидная связь между предпринимательской активностью университета и уровнем развития студенческого предпринимательства в нем.

Ряд статей посвящен изучению специфики предпринимательского образования, как например, публикация R. Barnes, M. J. de Villiers Scheepers [Barnes, de Villiers Scheepers, 2017], которая представляет мо-

дель обучения предпринимательским навыкам в образовании будущих журналистов.

Некоторые исследователи обращаются к вопросу важности участия «мягких навыков» в формировании предпринимательских компетенций в системе образования. Например, один из ведущих теоретиков в области предпринимательского образования, B. Johannisson, выделяет пять базовых компетенций, важных для предпринимателя. Понимать, зачем человек этим хочет заняться, уметь, как этим заниматься, знать, кто, т. е. с кем важно взаимодействовать, чтобы бизнес был успешным, чувствовать, когда нужно запустить свой бизнес, и конечно, знать, что человек должен иметь какие-то общие знания и умения [Johannisson, 1991]. Вместе с тем роль soft skills в современных образовательных программах обсуждается в основном применительно к роли и важности формирования универсальных (в том числе и предпринимательских) компетенций не в предпринимательском, а в техническом и инженерном образовании. Таковы, например, работы S. Pedrazzini [Pedrazzini, 2012] и J. Subach, L. Munukutla, J. Magrane, C. Popovich [Subach, Munukutla, Magrane, 2007].

Если говорить об отечественных исследованиях в области предпринимательского образования, можно отметить три основных направления. Первое заключается в изучении предмета предпринимательского образования в системе российского высшего образования и его составных частей, анализе вызовов и проблем, с которыми сталкиваются российские вузы, заинтересованные в реализации образовательных программ по предпринимательству, попытке характеристики подходов в обучении предпринимательству, используемых европейскими, американскими университетами, а также вузами стран «третьего мира» и пока не применяемых в России [Рубин, 2015]. Второе направление — обсуждение компетенций и технологий предпринимательского образования, причем не только в высшей

школе, но и на уровне общего и среднего профессионального образования [Урванцева, 2011], [Савзиханова, Гасанова, 2015]. Также достаточно большое количество статей посвящено роли высшего образования в формировании инновационной предпринимательской среды, в том числе университетской предпринимательской среды. В этих работах, как правило, проводится анализ феномена предпринимательства и роли высшего образования в развитии предпринимательской среды и делается вывод о необходимости формирования нового институционального статуса российских университетов как предпринимательских вузов [Ручин, 2015]. Особое место в публикациях последних лет занимает первое отечественное системное монографическое исследование проблем предпринимательского образования, подготовленное авторским коллективом под руководством Ю. Б. Рубина [Рубин, 2015].

Вместе с тем слабо исследованными, но очень актуальными для развития предпринимательского образования являются вопросы:

- разработки моделей предпринимательского образования, встроенных в возможные образовательные траектории по широкому спектру направлений подготовки, прежде всего естественно-научных и технических;
- оценки уровня и качества предложения вузов по предпринимательскому образованию, степени удовлетворения запросов реального сектора экономики по данному виду программ;
- поиска эффективного баланса или соотношения «мягких» и «жестких» навыков в программах предпринимательского образования, с точки зрения формирования предпринимательских компетенций, как и вопрос формирования программ предпринимательского образования с точки зрения необходимого набора и соотношения между soft skills и hard skills в зависимости от специфики образовательной программы и той области знаний, в которой она находится.

Исследованию этих жизненно важных для эффективности предпринимательского образования факторов и посвящена настоящая статья.

Методика исследования

Для анализа предпринимательского образования были выбраны российские вузы, реализующие программы предпринимательского образования уровня бакалавриата и магистратуры. Учитывая, что направления подготовки с названием «Предпринимательство» в российской номенклатуре нет, список вузов, вошедших в анализ, формировался следующим образом: был определен перечень вузов, реализующих программы, в которых, судя по их названиям, должно происходить овладение студентами предпринимательскими компетенциями. В перечень попали, например, программы с названиями «Экономика предпринимательства», «Предпринимательство в инновационной сфере», «Управление малым бизнесом», «Организация предпринимательской деятельности», «Инноватика и предпринимательство (по отраслям)» и т. д. С некоторой долей условности они названы программами предпринимательского образования. Информация бралась исключительно с официальных сайтов вузов. В итоге получилась совокупность из 74 российских вузов, на программах которых студенты могут приобрести те или иные предпринимательские компетенции.

В отобранных вузах изучались следующие параметры:

- 1) доля бакалаврских программ предпринимательского образования среди всех программ уровня бакалавриата;
- 2) доля магистерских программ предпринимательского образования среди всех программ уровня магистратуры;
- 3) доля дисциплин в рамках программ предпринимательского образования, направленных на освоение hard skills («жестких навыков», т. е. профессиональных, тех-

нических навыков, которые легко поддаются наблюдению, измерению и наглядной демонстрации). Анализировались учебные планы каждой бакалаврской и магистерской программы на предмет наличия в них дисциплин, освоение которых, судя по их названиям, направлено на формирование hard skills (например, к таким дисциплинам отнесены «Управление развитием фирмы», «Контрактные отношения в бизнесе», «Управление продажами инновационного продукта», «Коммерциализация и венчурное финансирование», «Международный бизнес» и т.д.);

4) доля дисциплин в рамках программ предпринимательского образования, направленных на освоение soft skills («мягких навыков», т.е. тех, проявление которых сложно отследить, проверить и наглядно продемонстрировать). К обучению soft skills относятся, например, обучение мотивации, лидерству, менеджменту, работе в команде, управлению временем, проведению презентаций, продажам, личному развитию, коммуникационным навыкам (соответственно, были исследованы учебные планы предпринимательских программ бакалавриата и магистратуры на предмет наличия в них дисциплин вроде «Деловые коммуникации», «Культура речи и деловое общение», «Этика бизнеса», «Психология деловых отноше-

ний», «Тайм-менеджмент», «Критическое мышление» и др.).

Результаты анализа

1. Число российских вузов, реализующих предпринимательские программы бакалаврского и магистерского уровней, различно — соответственно, 58 и 32. При этом только бакалаврские программы реализуются в 42 вузах, только магистерские — в 16 и еще в 16 вузах реализуются и бакалаврские, и магистерские программы предпринимательского образования. Уровневая структура российского предпринимательского образования представлена на рис. 1.

Полученные данные свидетельствуют о том, что вузовский сегмент предпринимательского образования находится в самой начальной стадии своего формирования. Вовлеченность университетов в подготовку кадров для одного из самых крупных по масштабам занятости в реальном секторе экономики не может считаться удовлетворительной и соответствующей реальным запросам рынка труда.

2. Чаще всего в портфеле образовательных программ вузов присутствует лишь одна программа предпринимательского образования. Это справедливо в отношении

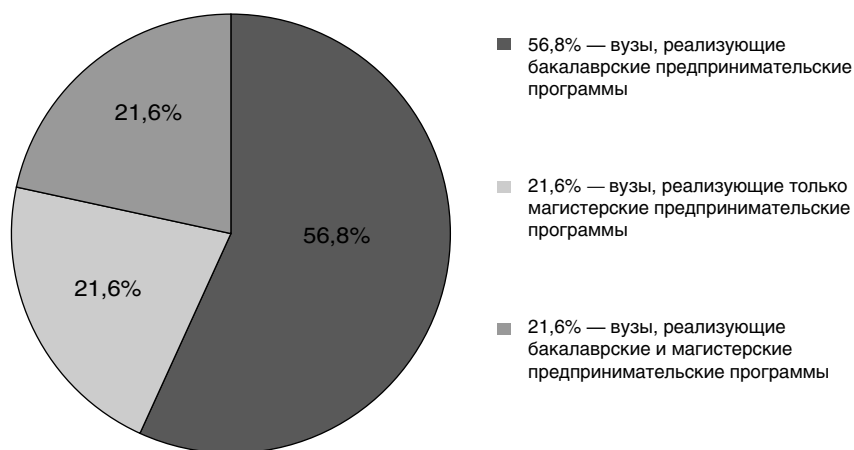


Рис. 1. Уровневая структура российского предпринимательского образования

Fig. 1. The level structure of Russian entrepreneurial education

программ и бакалавриата, и магистратуры. Распределение вузов по числу реализуемых предпринимательских программ представлено на рис. 2.

Монопрофильность большинства вузов в области предпринимательского образования также свидетельствует об укрупненном, не дифференцированном подходе вузов к решению кадровых проблем малого и среднего бизнеса, недостаточном внимании к запросам на обучение этой сферы.

3. Для прояснения сложившейся ситуации в области предпринимательского образования также проведен анализ структуры направлений подготовки, по которым ведется обучение предпринимательству.

Результаты распределения «предпринимательских» образовательных программ по уровням и направлениям обучения представлены на рис. 3 и 4.

Прежде всего обращает на себя внимание гораздо большее число направлений обучения в магистратуре, по которым открыты «предпринимательские» образовательные программы (10 направлений), по сравнению с бакалавриатом (5 направлений). Вполне ожидаема ситуация, когда боль-

шинство «предпринимательских» программ и бакалавриата, и магистратуры сосредоточены в сфере экономики и менеджмента, так как именно экономика и менеджмент наиболее близки к сфере предпринимательства. В остальных направлениях обучения имеются единичные образовательные программы не прямо предпринимательского типа, а скорее, поддерживающие предпринимательскую деятельность, например, образовательная программа «Правовое обеспечение предпринимательской деятельности» или «Инновационное предпринимательство в области производства полимерных композиционных материалов».

Таким образом, очевидно преобладание традиционных подходов к подготовке предпринимателей преимущественно с опорой на направления «Экономика» и «Менеджмент» и практически отсутствие предпринимательских траекторий обучения на естественно-научных, технических, гуманитарных и других направлениях подготовки.

4. На следующем этапе анализа совокупность вузов, реализующих программы предпринимательского образования, была разделена на группы по доле дисциплин

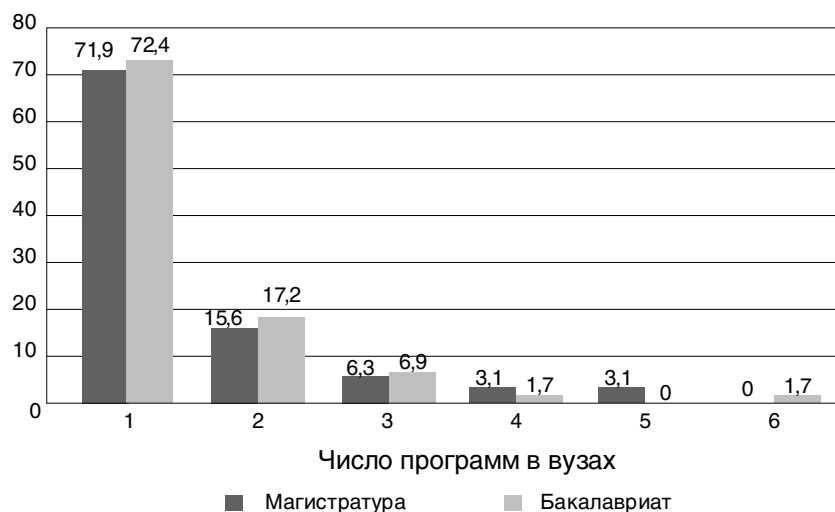


Рис. 2. Распределение российских вузов по числу реализуемых программ предпринимательского образования

Fig. 2. Distribution of Russian universities by the number of curricula of entrepreneurial education

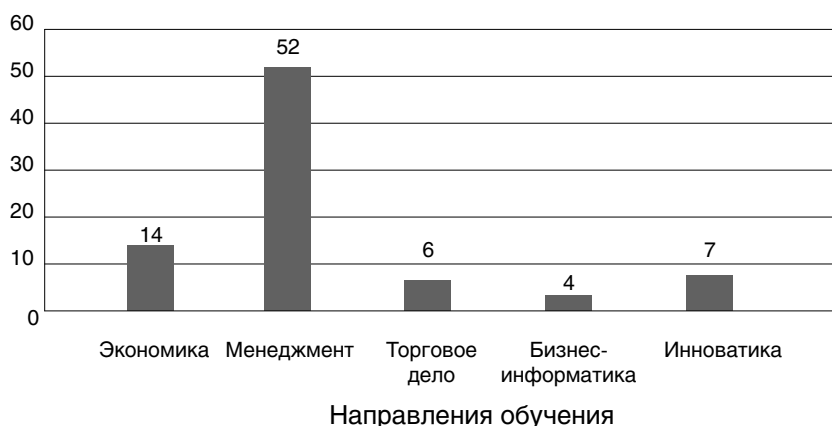


Рис. 3. Распределение образовательных программ в области предпринимательства по направлениям обучения (уровень бакалавриата)

Fig. 3. Distribution of curricula in the sphere of entrepreneurship by the fields of study (undergraduate level)

в учебных планах предпринимательских программ бакалавриата, ориентированных на освоение студентами *hard skills*. Проведенный анализ показывает, что большинство образовательных программ предпринимательского типа направлены на формиро-

вание только прикладных профессиональных компетенций. Это профессиональные, технические навыки, которые легко поддаются наблюдению, измерению и наглядной демонстрации. В предпринимательской деятельности понятие «*hard skills*» соответст-

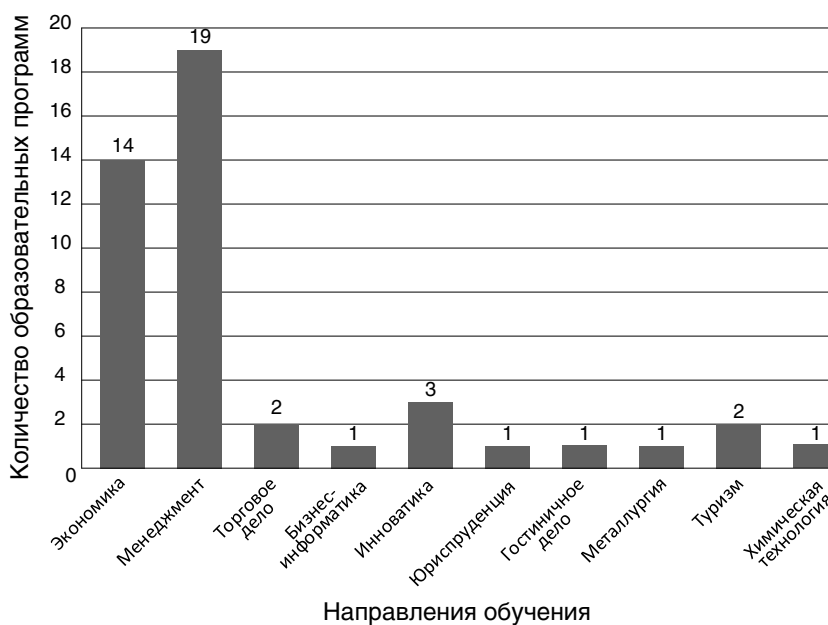


Рис. 4. Распределение образовательных программ в области предпринимательства по направлениям обучения (уровень магистратуры)

Fig. 4. Distribution of curricula in the sphere of entrepreneurship by the fields of study (graduate level)

вует техническим или административным процедурам, которые присутствуют в бизнес-процессах (работа с оборудованием, управление процессами и т. п.). Они не отражают сформировавшейся в обществе в целом и в бизнес-сообществе, в частности, потребности на развитие и формирование у студента универсальных «мягких» навыков (или soft skills), особенно значимых в области предпринимательской деятельности. «Мягкие навыки» — навыки, проявление которых сложно отследить, проверить и наглядно продемонстрировать. К soft skills относятся обучение мотивации, лидерству, менеджменту, работе в команде, управлению временем, проведению презентаций, продажам, личному развитию, предпринимательским навыкам. Именно предпринимательство как деятельность, построенная на творческих и аналитических началах, в наибольшей степе-

ни востребующая именно эти компетенции, находится в наиболее значимом разрыве с образовательным сектором [Autor, Levy, Murnane, 2003].

Можно сделать предположение о том, что некоторый перевес «жестких навыков» над «мягкими» может быть оправдан в предпринимательских образовательных программах в сферах, связанных с инновационным бизнесом и технологиями, то есть должна проявляться специфика программы. Следуя этой логике, у предпринимательских программ в области экономики и менеджмента и, например, юриспруденции доля soft skills должна быть существенно больше, чем hard skills. Однако эта закономерность далеко не всегда проявлена, что следует из дальнейшего анализа.

В таблице 1 приведены вузы-лидеры, у которых доля дисциплин, формирующих hard skills, наибольшая.

Таблица 1. Вузы-лидеры по доле дисциплин в учебных планах бакалавриата, обеспечивающих предпринимательские hard skills

Table 1. Leading universities on the share of courses in the curricula of undergraduate level that providing entrepreneurial hard skills

Наименование вузов	Доля дисциплин в учебных планах бакалавриата, %
Дальневосточный федеральный университет	27,0
Уральский государственный лесотехнический университет	24,0
Вятский государственный университет	22,0
Вологодский государственный университет	22,0
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского	22,0
Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова	22,0
Шадринский государственный педагогический институт	21,0
Уральский государственный экономический университет	20,0
Курганский государственный университет	20,0
Уральский государственный педагогический университет	20,0
Бурятский государственный университет	20,0
Московский государственный областной университет	19,0
Белгородский государственный национальный исследовательский университет	18,3
Национальный исследовательский Томский политехнический университет	18,0
Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого	18,0

В процессе анализа также была выделена совокупность вузов, реализующих программы предпринимательского образования, ориентированных на освоение студентами soft skills. В таблице 2 приведены вузы-лидеры, у которых доля таких дисциплин наибольшая.

Аналогичный анализ был проведен по учебным планам магистерских предпринимательских программ, и в табл. 3 представлены вузы, в которых зафиксирована наибольшая доля дисциплин, ориентированных на освоение предпринимательских hard skills на уровне магистратуры.

Наконец, в таблице 4 представлены вузы-лидеры с максимальной долей дисциплин в учебных планах, ориентированных на освоение предпринимательских soft skills на уровне магистратуры.

На следующем этапе отдельно проанализировали каждую группу вузов, реализующих программы предпринимательского образования на его разных уровнях (бакалавриат, магистратура, бакалавриат и магистратура). На каждом уровне рассчитали среднюю долю дисциплин, обеспечивающих hard skills и soft skills. Это позволило

Таблица 2. Вузы-лидеры по доле дисциплин в учебных планах бакалавриата, обеспечивающих предпринимательские soft skills

Table 2. Leading universities on the share of courses in the curricula of undergraduate level that providing entrepreneurial soft skills

Наименование вузов	Доля дисциплин в учебных планах бакалавриата, %
Вятский государственный университет	7,5
Томский институт бизнеса	5,4
Вологодский государственный университет	5,4
Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева	5,0
Волгоградский государственный университет	3,8
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского	3,8
Новосибирский государственный технический университет	3,8
Дальневосточный федеральный университет	3,8
Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна	3,8
Уральский государственный лесотехнический университет	3,8
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова	3,3
Сибирский институт бизнеса и информационных технологий	2,9
Российский новый университет	2,5
Уральский государственный экономический университет	2,5
Белгородский государственный национальный исследовательский университет	2,5
Национальный исследовательский Томский политехнический университет	2,5
Курганский государственный университет	2,5
Челябинский государственный университет	2,5
Череповецкий государственный университет	2,5
Уральский государственный педагогический университет	2,5
Приамурский институт агроэкономики и бизнеса	2,5

Таблица 3. Вузы-лидеры по доле дисциплин в учебных планах магистратуры, обеспечивающих предпринимательские hard skills

Table 3. Leading universities on the share of courses in the curricula of graduate level that provide entrepreneurial hard skills

Наименование вузов	Доля дисциплин в учебных планах магистратуры, %
Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова	26,0
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина	25,5
МГУ им. Ломоносова	21,0
Уральский государственный экономический университет	20,0
Белгородский государственный национальный исследовательский университет	20,0
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского	20,0
Национальный исследовательский университет «МЭИ»	20,0
Московский педагогический государственный университет	20,0

выделить две группы вузов на каждом уровне обучения — вузы, в которых доля таких дисциплин выше и ниже средней. Соответственно, были получены шесть групп вузов — по две на каждом уровне. Результаты этих расчетов представлены в таблицах 5–7.

Графическая интерпретация полученных результатов приведена на рис. 5 и 6.

Заметно, что в бакалаврских программах наибольшее превышение средних значений у дисциплин, которые обеспечивают «жесткие навыки», тогда как процентное соотно-

Таблица 4. Вузы-лидеры по доле дисциплин в учебных планах магистратуры, обеспечивающих предпринимательские soft skills

Table 4. Leading universities on the share of courses in the curricula of graduate level that provide entrepreneurial soft skills

Наименование вузов	Доля дисциплин в учебных планах магистратуры, %
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина	6,3
Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева	5,0
Дагестанский государственный университет	5,0
Тюменский индустриальный университет	4,2
Нижевартовский государственный университет	4,2
Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого	3,8
Волгоградский государственный университет	3,3
Алтайский государственный аграрный университет	3,3
Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова	3,3
Сибирский федеральный университет	3,3



Рис. 5. Распределение дисциплин, обеспечивающих soft skills и hard skills (уровень бакалавриата)

Fig. 5 Distribution of courses which are provide soft skills and hard skills at the undergraduate level



Рис. 6. Распределение дисциплин, обеспечивающих soft skills и hard skills (уровень магистратуры)

Fig. 6. Distribution of courses which are provide soft skills and hard skills at the graduate level

шение дисциплин, которые обеспечивают «мягкие навыки» относительно незначительно и в целом колеблется около средней величины.

Что касается программ магистратуры, то здесь складывается примерно та же картина, что и у программ бакалавриата, разве что само количество программ значительно

не меньше и дисциплины, обеспечивающие формирование «мягких навыков», во многих случаях превышают среднее значение.

Выводы, следующие из этого анализа, таковы:

1. Безусловно преобладают вузы (более 67%), которые весьма слабо ориентируются на формирование как «жестких», так

Таблица 5. Группы российских вузов, реализующих программы предпринимательского образования на уровне бакалавриата

Table 5. Groups of Russian universities that implement entrepreneurial curricula at the undergraduate level

Показатели	Значения, %			Количество вузов	
	Среднее	Минимальное	Максимальное	С показателями выше средних	Остальные
Дисциплины, обеспечивающие hard skills (бакалавриат)	11,4	0,0	27,0	15	27
Дисциплины, обеспечивающие soft skills (бакалавриат)	1,7	0,0	7,5		

Таблица 6. Группы российских вузов, реализующих программы предпринимательского образования на уровне магистратуры

Table 6. Groups of Russian universities that implement entrepreneurial curricula at the graduate level

Показатели	Значения, %			Количество вузов	
	Среднее	Минимальное	Максимальное	С показателями выше средних	Остальные
Дисциплины, обеспечивающие hard skills (магистратура)	11,5	0,0	26,0	6	10
Дисциплины, обеспечивающие soft skills (магистратура)	1,3	0,0	3,8		

Таблица 7. Группы российских вузов, реализующих программы предпринимательского образования на уровне бакалавриата и магистратуры

Table 7. Groups of Russian universities that implement entrepreneurial curricula at the undergraduate and graduate level

Показатели	Значения, %			Количество вузов	
	Среднее	Минимальное	Максимальное	С показателями выше средних	Остальные
Дисциплины, обеспечивающие hard skills (бакалавриат)	10,6	0,0	20,0	3	13
Дисциплины, обеспечивающие soft skills (бакалавриат)	1,6	0,0	5,0		
Дисциплины, обеспечивающие hard skills (магистратура)	11,5	0,0	25,5		
Дисциплины, обеспечивающие soft skills (магистратура)	2,2	0,0	6,25		

и «мягких» навыков, делая упор преимущественно на общую подготовку по программе обучения предпринимательству. Этот подход к разработке образовательных программ не имеет какой-либо групповой принадлежности и характерен как для технических, так и для классических и отраслевых университетов. Не прослеживается также связь с формой собственности, потому что в этой категории присутствуют и государственные, и частные вузы.

2. Разброс отклонений от средних значений как в положительную, так и в отрицательную сторону является значительным, что свидетельствует об отсутствии устойчивых практик в разработке программ предпринимательского образования. В профессиональном сообществе не сложились общие согласованные подходы к содержанию и структуре таких программ, представленности в них дисциплин, поддерживающих формирование как «жестких», так и «мягких» навыков.

3. Наилучший подход к проектированию предпринимательских программ с наиболее близким соотношением «жестких» и «мягких» навыков (10,6% — 1,6% на уровне программ бакалавриата и 11,5% и 2,2% на уровне магистратуры) демонстрирует небольшая группа из трех университетов, реализующих предпринимательские программы на всех уровнях подготовки.

Заключение

Обобщая анализ программ предпринимательского образования, отметим:

- существующие предложения программ предпринимательского образования на уровне бакалавриата и магистратуры создаются достаточного ограниченным числом образовательных организаций, не превышающим 10-процентный порог вовлеченности с учетом как государственного, так и частного секторов высшей школы страны;
- образовательные траектории обучения предпринимательству концентрируются

в узком сегменте преимущественно экономико-управленческих направлений подготовки и практически не распространяются на технические, гуманитарные, естественно-научные группы направлений подготовки;

- анализ представленности дисциплин для умений, формирующих «жесткие» и «мягкие» навыки, демонстрирует многократный перевес первых, что свидетельствует о несбалансированности образовательных программ подготовки предпринимателей по данному направлению, преобладании традиционных подходов к их разработке без учета реальных запросов рынка труда.

В этой связи актуальными направлениями совершенствования программ предпринимательского образования являются изучение и обобщение лучших практик в этой сфере, бенчмаркинговые исследования деятельности лидеров предпринимательского образования. Существенным является также привлечение представителей предпринимательского сообщества к разработке таких программ, участию в их реализации и управлении процессом подготовки будущих предпринимателей. Существующий разброс подходов к проектированию программ целесообразно преодолевать через построение системы оценки потребностей рынка труда и регулярного мониторинга запроса на навыки и компетенции, использования профстандартов и механизмов прямой настройки образовательных программ с участием предпринимательского сообщества.

Список литературы

1. Верховская О. Р., Дорохина М. В., Сергеева А. В. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия, 2013». СПб.: ВШМ СПбГУ, 2014. — 64 с.
2. Земцов А. А., Макашева Н. П., Макашева Ю. С. Инновационно-ориентированная экономика: проблемы развития и поддержки научно-образовательного комплекса // Вестник Томского государственного университета. 2009. №3 (7). С. 71–80.
3. Рубин Ю. Б. Высшее предпринимательское образование в России: диагностика и проблемы // Высшее образование в России. 2015. № 11. С. 5–17.
4. Рубин Ю. Б. Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стан-

- дарты, качество: монография / под общей редакцией Ю. Б. Рубина. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. — 416 с.
- Ручин В. А., Ручин А. В. Высшее образование как ключевой фактор инновационной предпринимательской среды // Вестник Поволжского института управления. 2015. № 6 (51). С. 128–136.
 - Савзиханова С. Э., Гасанова З. А. Зависимость между уровнем предпринимательской активности и предпринимательским образованием // Креативная экономика. 2015. Т. 9. № 12. С. 1591–1600.
 - Урванцева С. Е. Компетенции и технологии предпринимательского образования // Экономика в школе. № 2. 2011. С. 42–49.
 - Autor D., Levy F., Murnane R. The skill content of recent technological change: an empirical exploration. Harvard College and the Massachusetts Institute of Technology // The quarterly journal of economics. November 2003, P. 1279–1333.
 - Barnes R., de Villiers Scheepers M. J. Tackling Uncertainty for Journalism Graduates: A model for teaching experiential entrepreneurship // Journalism Practice. 2017, No. 1, P. 1–21.
 - Beliaeva T., Laskovaia A., Shirokova G. Entrepreneurial learning and entrepreneurial intentions: A cross-cultural study of university students // European Journal of International Management. 2016. Vol. 11. No. 5. P. 59–86.
 - Johannisson B. University training for entrepreneurship: Swedish approaches Entrepreneurship & Regional Development // An International Journal. 1991. Vol. 3. P. 67–82.
 - Morris M., Shirokova G., Tsukanova T. Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration // European Journal of International Management. 2015. P. 65–85.
 - Pedrazzini S. Emphasizing soft skill learning and training as part of an engineering curriculum revision. Proceedings of the 40th SEFI Annual Conference 2012 — Engineering Education 2020: Meet the Future, 2012, pp. 128–139.
 - RezaeiZadeh M., Hogan M., O'Reilly J., Cunningham J., Murphy E. Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. International Entrepreneurship and Management Journal, no. 13 (1), pp. 35–73.
 - Rubin Ju. B. Vysshee predprinimatel'skoe obrazovanie v Rossii: diagnostika i problem [Higher Entrepreneurial Education in Russia: Diagnosis and Problems]. High education in Russia, 2015, vol. 11, pp. 5–17.
 - Ruchin V. A., Ruchin A. V. Vysshee obrazovanie kak ključevoj faktor innovacionnoj predprinimatel'skoj sredy [Higher Education as a Key Factor of Innovative Business Environment]. The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration, 2015, vol. 6 (51), pp. 128–136.
 - Savzihanova S. Je., Gasanova Z. A. Zavisimost' mezhdu urovнем predprinimatel'skoj aktivnosti i predprinimatel'skim obrazovaniem [The dependence between the level of entrepreneurial activity and entrepreneurial education]. Creative Economic, 2015, vol. 12, pp. 1591–1600.
 - Shirokova G., Tsukanova T., Morris M. The Moderating Role of National Culture in the Relationship between University Entrepreneurship Offerings and Student Start-up Activity: An Embeddedness Perspective. United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings. Boca Raton, 2016, pp. 1–29.
 - Subach J., Munukutla L., Magrane J., Popovich C. Universities and industry create engineer-entrepreneurs to fuel innovation. 2007 ASEE Annual Conference and Exposition, Conference Proceedings. Honolulu, 2007, pp. 1518–1528.
 - Williams D., Kluev A. The entrepreneurial university: evidence of the changing role of universities in modern Russia // Industry & higher education. 2014. Vol. 28. No. 4, P. 1–10.
 - logy. The quarterly journal of economics, November, 2003, pp. 1279–1333.
 - Barnes R., de Villiers Scheepers M. J. Tackling Uncertainty for Journalism Graduates: A model for teaching experiential entrepreneurship. Journalism Practice, 2017, no. 1, pp. 1–21.
 - Beliaeva T., Laskovaia A., Shirokova G. Entrepreneurial learning and entrepreneurial intentions: A cross-cultural study of university students. European Journal of International Management, 2016, vol. 11, no. 5, pp. 59–86.
 - Dina Williams and Alexey Kluev. The entrepreneurial university: evidence of the changing role of universities in modern Russia. Industry & higher education, vol. 28, no. 4, August 2014, pp. 1–10.
 - Johannisson B. (1991). University training for entrepreneurship: Swedish approaches Entrepreneurship & Regional Development. An International Journal, no. 3, pp. 67–82.
 - Morris M., Shirokova G., Tsukanova T. Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration. European Journal of International Management, 2015, pp. 65–85.
 - Pedrazzini S. Emphasizing soft skill learning and training as part of an engineering curriculum revision. Proceedings of the 40th SEFI Annual Conference 2012 — Engineering Education 2020: Meet the Future, 2012, pp. 128–139.
 - Predprinimatel'skoe obrazovanie v Rossii i za rubezhom: istorija, soderzhanie, standarty, kachestvo [Entrepreneurship education in Russia and abroad: history, content, standards, quality]. M.: Moscow University for Industry and Finance «Synergy», 2015. — 416 p.
 - RezaeiZadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cunningham, J., Murphy, E. Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. International Entrepreneurship and Management Journal, no. 13 (1), pp. 35–73.
 - Rubin Ju. B. Vysshee predprinimatel'skoe obrazovanie v Rossii: diagnostika i problem [Higher Entrepreneurial Education in Russia: Diagnosis and Problems]. High education in Russia, 2015, vol. 11, pp. 5–17.
 - Ruchin V. A., Ruchin A. V. Vysshee obrazovanie kak ključevoj faktor innovacionnoj predprinimatel'skoj sredy [Higher Education as a Key Factor of Innovative Business Environment]. The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration, 2015, vol. 6 (51), pp. 128–136.
 - Savzihanova S. Je., Gasanova Z. A. Zavisimost' mezhdu urovнем predprinimatel'skoj aktivnosti i predprinimatel'skim obrazovaniem [The dependence between the level of entrepreneurial activity and entrepreneurial education]. Creative Economic, 2015, vol. 12, pp. 1591–1600.
 - Shirokova G., Tsukanova T., Morris M. The Moderating Role of National Culture in the Relationship between University Entrepreneurship Offerings and Student Start-up Activity: An Embeddedness Perspective. United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings. Boca Raton, 2016, pp. 1–29.
 - Subach J., Munukutla L., Magrane J., Popovich C. Universities and industry create engineer-entrepreneurs to fuel innovation. 2007 ASEE Annual Conference and Exposition, Conference Proceedings. Honolulu, 2007, pp. 1518–1528.
 - Urvanceva S. E. Kompetencii i tehnologii predprinimatel'skogo obrazovanija [Competences and technology.

References

- gies of entrepreneurial education]. *Economics in school*, vol. 2, 2011, pp. 42–49.
16. Verhovskaja O. R., Dorohina M. V., Sergeeva A. V. *Nacional'nyj otchet «Global'nyj monitoring predprinimatel'stva. Russia, 2013»* [National report «Global Entrepreneurship Monitoring. Russia, 2013»]. Higher school of management, 2014. — 64 p.
 17. Zemcov A. A., Makasheva N. P., Makasheva Ju. S. *Innovacionno-orientirovannaja jekonomika: problemy razvitiya i podderzhki nauchno-obrazovatel'nogo kompleksa* [Innovative-focused economy: problems of development and support of a scientifically-educational complex]. Tomsk State University Journal, 2009, vol. 3 (7), pp. 71–80.

A. Kluev, UrFU, Ekaterinburg, Russia, a.k.kluev@urfu.ru

A. Bagirova, UrFU, Ekaterinburg, Russia, a.p.bagirova@urfu.ru

A. Iashin, UrFU, Ekaterinburg, Russia, a.a.yashin@urfu.ru

L. Zabokritskaya, UrFU, Ekaterinburg, Russia, zabokritskaya@urfu.ru

Entrepreneurial education in Russian universities: scope, types of programs, balance of competences

There is a result of the conducted research on the analysis of entrepreneurial curricula at the undergraduate and graduate level are indicated in the article. There was chosen Russian universities that announced curricula of this kind in which the following parameters were studied: the proportion of undergraduate programs of entrepreneurial education among all undergraduate programs; the proportion of graduate programs of entrepreneurial education among all graduate programs; the proportion of disciplines in the framework of entrepreneurial curricula focused on hard skills development; the proportion of disciplines in the framework of entrepreneurial curricula focused on soft skills development.

The analysis shows:

- Significant heterogeneity of the implemented programs of entrepreneurial education in terms of a balance of hard skills and soft skills;
- The prevalence of hard skills, which largely contrasts with the general trends in the development of entrepreneurial education and the growing role of soft skills, noted by researchers and experts;
- The limited scope of the implementation of the entrepreneurial curricula, the underdevelopment of the trajectories of entrepreneurial education in the segment of natural, scientific, social and technical fields of study.

The article suggests recommendations on the development of entrepreneurial curricula based on the analysis done. The publication is of interest to researchers, teachers and experts in the field of enterprise development.

Keywords: enterprise, entrepreneurial education, entrepreneurial curricula, entrepreneurial competence, hard skills and soft skills in entrepreneurship.

About authors:

A. Kluev, PhD in Philosophical sciences, Associate Professor

A. Bagirova, Full professor, Professor

A. Iashin, PhD in Economics Sciences, Associate Professor

L. Zabokritskaya, PhD in Sociological sciences

For citation:

A. Kluev, A. Bagirova, A. Iashin, L. Zabokritskaya. Entrepreneurial education in Russian universities: scope, types of programs, balance of competences. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp. 6–20 (in Russian, abstr. in English).

Леонтьева Л. С., докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры предпринимательства и логистики, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва, lldom@mail.ru

Ильин А. Б., канд. экон. наук, доцент базовой кафедры «Управление интеллектуальной собственностью», Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва, AI-1988@yandex.ru

Ресурсы комплексного развития предпринимательских компетенций

В статье анализируется существующее состояние предпринимательских компетенций в России и взаимосвязь уровня их развития с качеством предпринимательской деятельности и состоянием предпринимательской демографии. Рассматривается ментальная характеристика отношения к предпринимательству и неравномерность распределения общественного мнения по регионам по уровню развития предпринимательских компетенций. Обобщены инструментальные и образовательные ресурсы комплексного развития предпринимательских компетенций образовательными организациями для различных сфер экономики.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, профессиональные предпринимательские компетенции, коммерциализация, образование, семейные предпринимательские структуры, преемственность.

Введение

Сравнительный анализ реальной ситуации в сфере малого и среднего бизнеса в России с целевыми показателями, определенными в «дорожной карте» Стратегии развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года¹, показывает необходимость учета и развития всех видов ресурсов для увеличения доли предпринимательских структур в валовом внутреннем продукте с 19,2 до 48%. При высокой степени ограниченности материальных, финансовых и технологических ресурсов реализовать подобные темпы развития экономики возможно во многом благодаря трансформации нематериальных, в частности ментальных, ресурсов. Эта группа находит отражение в изменении отношения общества, в частности молодежи, к предпринимательству как непостоянной, вынужденной сфере

приложения своих усилий. Так, по данным Глобального мониторинга предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), примерно треть предпринимателей в России (34%) создали свой бизнес вынужденно, так как не располагали другими возможностями получения дохода. Необходимость овладеть предпринимательскими компетенциями вне зависимости от уровня и направления образования, формирования способности к участию в различных формах инициативной и креативной деятельности мотивируют и общество, и индивидов пересмотреть структуру своих знаний и навыков, подчинить ее тем, кто позволит создать устойчивый материальный фундамент для себя, своей семьи и будущих поколений.

Предпринимательские компетенции как отражение вектора развития предпринимательства

Основной вектор развития предпринимательства заложен в принятой в июне 2016 г. Стратегии развития субъектов малого и среднего предпринимательства

¹ Стратегия развития субъектов малого и среднего предпринимательства до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ № 1083-р 02.06.2016 г.

до 2030 года. Этот фундаментальный экономический документ призван определить в конце концов реальные действия и государства, и предпринимателей по поводу укрепления и развития малого и среднего бизнеса как основного социально-экономического института. Проявляются контуры трех уровней системы поддержки малого и среднего бизнеса, без гармоничного развития которых ситуация с предпринимательством в России так и останется на прежнем уровне:

- интеграция функций поддержки;
- стимулирование спроса;
- доступность финансов;
- совершенствование налогообложения;
- повышение качества государственного регулирования;
- стимулирование предпринимательства на региональном уровне;
- укрепление кадрового потенциала.

На государственном уровне необходимо осознать, что тенденция количественной оценки занятости в субъектах малого и среднего бизнеса с 18 до 23 млн (т.е. прирост на 5 млн занятых) должна иметь под собой четко выстроенную систему индивидуальной адресной поддержки всех процессов, которые характеризуют демографию малого и среднего бизнеса. Так, согласно данным Росстата², коэффициент рождаемости организаций (отношение количества зарегистрированных организаций за отчетный период к среднему количеству организаций, учтенных органами государственной статистики в Статистическом регистре по данным государственной регистрации в отчетном периоде, рассчитанное на 1000 организаций) по итогам 2015 г. составил 102,7 (для сравнения в 2014 г. — 92,1), в то время как коэффициент официальной ликвидации организаций (отношение количества официально ликвидированных организаций

за отчетный период к среднему количеству организаций, учтенных органами государственной статистики в Статистическом регистре по данным государственной регистрации в отчетном периоде, рассчитанное на 1000 организаций) за аналогичный период составил 67,4 и 84,7 соответственно. Кроме ликвидации есть еще такое состояние субъектов малого и среднего предпринимательства, как «свертывание» деятельности, которое выражается в сдаче нулевой отчетности.

О тенденции к росту рождаемости предпринимательских структур и снижении их ликвидации свидетельствуют в том числе данные Глобального мониторинга предпринимательства: в 2014–2016 гг. предпринимательская активность в России выросла на 35%, при этом число создаваемых организаций оказалось выше закрытых на 60%, что показывает расширение предпринимательского сектора. Кроме того, в 2016 г. за десятилетний период исследования российского рынка в стране было отмечено максимальное количество предпринимателей, чье дело существует на рынке более 3,5 лет — 5,3% взрослого трудоспособного населения. Однако ключевая цифра данного мониторинга — это число предпринимателей, намеренных открыть свое дело в России: 5,2% в 2016 г., что в 2 раза больше, чем в 2014 г.

По данным ВЦИОМ,³ в сравнении со временами позднего СССР, в 2016 г. россияне уже более определенно отвечают на вопрос о том, хотели бы они открыть свое дело: не желают становиться бизнесменами 60% (с 49% в 1991 г.), напротив, выражают такое стремление 34% (25 лет назад — 29%), в молодежной среде готовы к этому 60%.

Анализ демографических процессов показывает, что адресная помощь должна быть направлена на «облегчение» процесса создания новых предпринимательских

² Демография организаций // Официальный сайт Росстата России. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/demo-org_2015.pdf.

³ Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707>.

структур. На этом этапе многое будет зависеть от создания национальной системы мотивирования к занятию предпринимательской деятельностью (повышение качества предоставления услуг в сфере повышения предпринимательских компетенций, изменение менталитета общества в оценке престижности занятия малым и средним бизнесом). В научной статье Д. А. Медведева [Медведев, 2016] отмечено, что главное направление по стимулированию предпринимательства — обеспечение полноценной свободы ведения бизнеса, минимизация рисков и угроз: «прежде всего необходимо переломить негативные ожидания бизнеса, обеспечить снижение экономических, политических и правоприменительных рисков предпринимательской деятельности».

Ментальные характеристики отношения к предпринимательству

На сегодняшний день состояние общественной ментальности по поводу престижности, целесообразности, организации собственного бизнеса имеет тенденцию неравномерного проявления по регионам России. Проведенный авторами за последние годы экспертный опрос студентов ряда университетов Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Ярославля показывает следующие тенденции:

- тип «предприниматель-москвич» — ассоциирует бизнес с богатством, большим доходом, прибылью;
- тип «предприниматель из Питера» — считает, что бизнес позволяет быть успешным, приносит престиж, бизнесмен получает лестные отклики «молодец», «герой»;
- тип «предприниматель с Урала» — ключевые характеристики: предлагать новое, выдвигать идеи, изобретать;
- тип «предприниматель-ярославна» — иметь свое дело, родное дело, предприятие.

В свою очередь, ментор-предприниматель при проведении лекций и семинаров по данным дисциплинам должен форми-

ровать положительный образ бизнесмена: своим опытом, действиями, поступками. К сожалению, нередко случаи, когда преподаватель предпринимательских дисциплин, сам не являясь предпринимателем, рассказывает негативные бытовые истории или повторяет комментарии СМИ. В этой связи влияние на формирование общественной ментальности в сфере лояльности к предпринимательской деятельности должно формироваться в том числе за счет «мягкой силы» по включению предпринимательских дисциплин в учебные планы студентов всех специальностей (а не только экономических и управленческих). Это необходимо для того, чтобы сформировать общее понимание того, что такое бизнес, и создать ментальную базу для так называемого отложенного предпочтения, которое может пригодиться для поиска будущей научной деятельности, продвижения себя в крупных корпорациях, повышения самооценки как особого уникального продукта, который тоже надо уметь продавать.

Не формируется позитивный образ предпринимателя, представителя малого и среднего бизнеса как реального труженика, «героя труда» и на уровне федеральных и региональных СМИ, включая телевидение и *digital*-сферу: либо это неудачники, либо это люди, которые отстранены от собственного бизнеса и только то и делают, что «делегируют полномочия». Отсутствие в квалификационных справочниках профессии предпринимателя оставляет в общественном сознании представление о случайном успехе «везунчиков-мажоров» и фатальном невезении неудачников, а также формирует системное представление о неравенстве предпринимательской профессии и других.

Упомянутая неравномерность распределения общественного мнения по регионам России и нереализованных возможностей по развитию предпринимательства определяет региональную специфику настоящих и будущих предпринимательских компетенций хозяйствующих субъектов конкрет-

ных территорий. Об отношении к предпринимательству со стороны органов региональной власти как значимому институту социально-экономического развития можно судить по динамике роста (сокращения) хозяйствующих субъектов в регионе. Так, статистика по количеству малых предприятий в ЦФО России на 100 тыс. жителей за период с 01.01.2015 по 01.01.2016 показывает (рис. 1), что значительный рост произошел в таких областях, как Воронежская (на 19%); Липецкая (на 16%); Рязанская (на 14%) Ивановская (на 13%); Орловская (на 11%). Напротив, сокращение числа предприятий отмечено в следующих областях: Костромская (–25%); Тверская (–13%); Калужская (–5%); Ярославская (–4%); Тамбовская — –3%).

Таким образом, формирование профессиональных предпринимательских компетенций на региональном уровне нуждается в еще большем внимании, чем в городах фе-

дерального значения. Региональные университеты могут проводить анализ предпринимательского потенциала субъекта федерации в целом, формулировать рекомендации о потребностях населения в тех или иных предпринимательских услугах и экономических видах деятельности. Анализ состояния предпринимательского образования в региональных вузах показывает наличие дисциплин, так или иначе связанных с формированием предпринимательских компетенций: инновационной активности, инициативности, способности к риску, социальной ответственности. Кроме того, необходимы программы непрерывного бизнес-образования, направленные на развитие предпринимательских компетенций на уровне самого бизнеса, призванные способствовать моделированию стартапов и обеспечивать общественную поддержку со стороны стейкхолдеров.

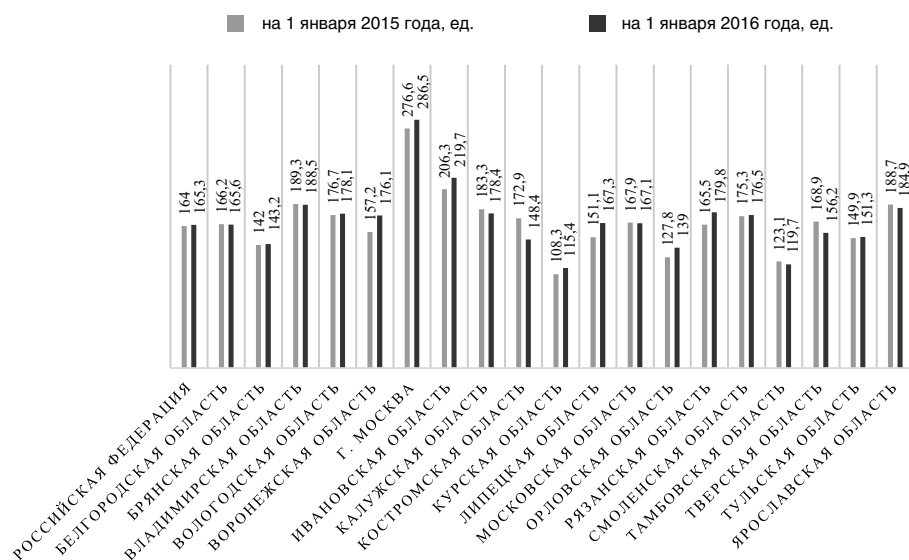


Рис. 1. Динамика изменения числа малых предприятий в ЦФО России на 100 тыс. жителей на период с 01.01.2015 по 01.01.2016

Fig. 1. Small enterprises dynamics in the Central Federal District of Russia per 100 thousand residents for the period from 01.01.2015 to 01.01.2016

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2015 г. // Официальный сайт Национального института системных исследований проблем предпринимательства. URL: http://niss.ru/upload/iblock/df9/4%20kvartal_2015%20итог.pdf

Инструменты формирования предпринимательских компетенций в вузах

Как мы отмечали ранее в одном из опубликованных научных трудов [Леонтьева, 2014], причины, по которым необходимо формирование профессиональных предпринимательских компетенций, заключаются в следующем:

— экономические — создание новых высокоэффективных рабочих мест за счет самозанятости и организации стартапов;

— социальные — снижение социальной напряженности в среде выпускников и студентов высших учебных заведений;

— психологические — повышение степени уверенности в будущем благодаря возможности создать свой бизнес.

В настоящее время предпринимательские компетенции среди обучающихся необходимо формировать с учетом перспективных видов экономической деятельности. Так, данные ВЦИОМ⁴ показывают (табл. 1), что наиболее востребованными отраслями остаются розничная торговля и сектор услуг в части общественного питания, транспорта и бытового обслуживания.

Представленные данные свидетельствуют о предпочтении потенциальных предпринимателей сферы услуг и социокультурной сферы сфере производства. Это можно объяснить количеством финансовых средств, необходимых для открытия своего дела. Однако в связи с развитием региональных инновационных кластеров, особенно в части фармацевтики, проведением ряда мегаспортивных мероприятий, в частности Кубка конфедераций по футболу в 2017 г., чемпионата мира по футболу в 2018 г., ежегодного проведения этапа чемпионата мира по автогонкам в классе машин «Формула-1» формирование профессиональных компетенций требуется в области инноваций, медицины, туризма, коммерциа-

лизации спорта и, что немаловажно, знании иностранных языков.

В этой связи структура предпринимательских компетенций требует учитывать долговременную перспективу при составлении учебных планов и развитии навыков для ведения предпринимательской деятельности. Профессиональные предпринимательские компетенции в вузах формируются сегодня посредством инструментов Hardskills и Softskills. К первой группе авторы относят формы активного обучения с целью получения базовых навыков и знаний:

- лекции;
- семинары;
- контрольные вопросы;
- тесты;
- интерактивные семинары с обратной связью (пресс-конференция).

Softskills предполагает постоянное профессионально-ориентированное сопровождение в режиме бизнес-коучинга с целью получения специальных навыков и знаний:

- разработку бизнес-планов;
- организационно-деятельностные семинары по решению конкретных проблем в рамках учебных кейсов;
- освоение специализированных программных продуктов (ProjectExpert, MicrosoftDynamics, IBM SPSS Statistics);
- практические вопросы по получению знаний в области современных предпринимательских трендов.

Развитие подходов к обучению и сама рыночная конъюнктура способствуют тому, что изменяются подходы к проведению занятий по предпринимательству. Так, в рамках разработанного авторами учебного курса [Ильин, 2016] проведение предпринимательских дисциплин предполагает изучение как традиционных видов предпринимательской деятельности (производственное, коммерческое, консалтинговое, финансовое предпринимательство), так и постиндустриальных тенденций предпринимательства (электронная коммерция, блокчейн, интернет-магазины), предпринимательски-

⁴ Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707>

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели открыть свое предприятие?» (закрытый вопрос от ВЦИОМ, один ответ, % тех, кто хотел бы открыть свое дело и предпринимает или собирается предпринять в ближайшее время какие-то шаги)

Table 1. Distribution of respondents' answers to the question «Which area would you like to open your enterprise in?» (A closed question from VCIOM, one answer, % of those who would like to start their own business and are taking or are about to take any steps in the nearest future)

Вид экономической деятельности	1991 г.	2016 г.
Розничная торговля, посредническая деятельность	14	24
Общественное питание, транспорт, бытовое обслуживание	18	17
Строительство	8	10
Производство техники, оборудования, различного рода изделий	8	8
Пищевая промышленность, производство товаров народного потребления	14	8
Медицина, культура, образование, организация досуга населения	14	5
Наука, информатика, проектно-конструкторская деятельность	4	4
Биржи, банковское дело, страховое дело	3	2

ориентированной деятельности (использование предпринимательского потенциала театров, национальных парков, особо охраняемых природных территорий), заимствованных «словечек», таких как франчайзинг, краудфандинг, краудсорсинг, вендинг, кейтеринг, каршеринг, коворкинг и т. д.

В свою очередь, у авторов [Леонтьева, 2015] накоплен опыт преподавания предпринимательства с использованием цифровых технологий для взаимодействия со студентами. Все информационные инструменты по степени актуализации можно разделить на следующие уровни:

- *информационно-ознакомительные инструменты* — позволяют получить первичные систематизированные знания об основах предпринимательства (базовые компетенции) — словари, справочки, учебники и практикумы в электронном формате. Как следствие, они могут находиться в состоянии постоянной актуализации, осуществляемой как самими авторами-консультантами, так и по мере обучения, в том числе самими студентами через личный интернет-портал авторов (www.lsl-science.ru, www.ilandeducation.com), общение со студентами в блоге, социальных сетях — ВКонтакте, Twitter, Instagram);

- *информационно-накопительные инструменты* — направлены на формирование компетенций по созданию индивидуальных баз данных, необходимых для будущей предпринимательской деятельности. Имеется в виду заинтересованность студента в организации собственного дела и, как следствие, сопровождение его авторами-консультантами на этапе стартапа, в том числе через информационно-ознакомительные инструменты (интернет-портал авторов-консультантов);

- *информационно-сетевые инструменты* — позволяют сформировать компетенции в сфере деловых коммуникаций и создании эффективной предпринимательской среды. Автор-консультант через YouTube-канал закладывает предпринимательские компетенции посредством лекций, тренингов, в том числе с привлечением внешних совместителей, собственных записей каких-либо мастер-классов (<http://www.ilandeducation.com/multimedia>), полезных семинаров из Интернета. Помимо этого, проведение самих лекций и практических занятий автор-консультант может сопровождать онлайн-фотографиями студентов с хештегом (#название дисциплины, #название вуза), вовлекая в учеб-

ный процесс потенциальных предпринимателей;

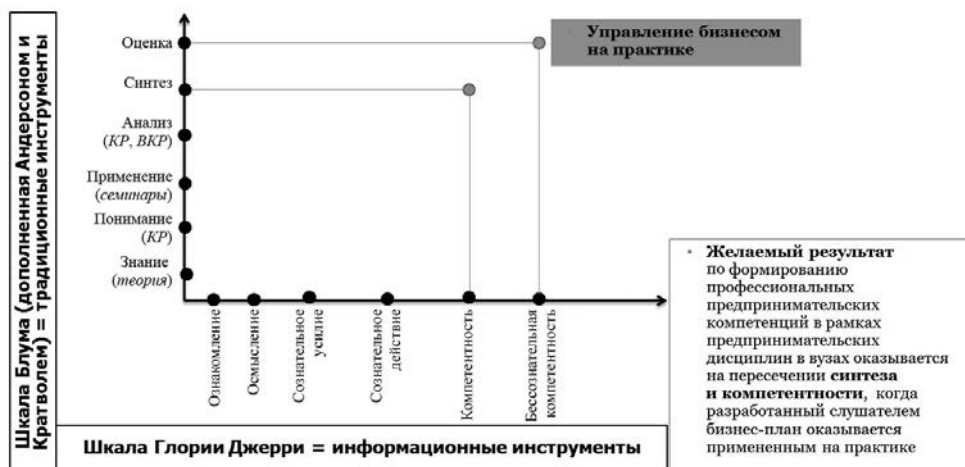
- *информационно-проектные инструменты* — позволяют развивать сетевое взаимодействие с другими вузами, институциональными структурами внутри вуза (бизнес-инкубаторы, малые инновационные предприятия), сторонними хозяйствующими субъектами по принципу «взаимозачета».

Перечисленные информационные инструменты по формированию предпринимательских компетенций среди слушателей лишают излишней бюрократичности, часто присущей отношениям «тьютор — слушатель», а также приводят к заинтересованности молодых специалистов в сфере бизнеса, дают им возможность дискутировать по представленным видеоматериалам, собственным бизнес-стратегиям для выхода из анализируемой ситуации.

Актуальным на сегодняшний день становится формирование профессиональных компетенций для семейных предпринимательских команд. По экспертным оценкам, в Российской Федерации насчитывается около 2 млн семейных компаний с учетом того, что одна семья может иметь одновремен-

но несколько разных совместных дел, в каждом из которых учредителем является один из членов семьи. Как отмечено в научной статье «Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций» [Волков, Ильин, 2017], ключевым вопросом в семье и семейном бизнесе становится непрерывность закладываемых последующим поколениям профессиональных предпринимательских компетенций, что предполагает следующие действия:

- оценку уровня эффективного взаимодействия и привязанности к семейному бизнесу последующего поколения;
- установку позитивных и ориентированных на будущее предпринимательских традиций;
- демонстрацию позитивной роли предпринимательской модели семейного бизнеса;
- обеспечение роста семейного бизнеса (привлекательный масштаб для преемников);
- создание портфеля активов в семейном бизнесе;
- понимание, что является важным для потенциальных преемников, почему они планируют свою карьеру в семейном бизнесе;



Источник: составлено автором.

Рис. 2. Идеальная модель формирования профессиональных предпринимательских компетенций по типу Hardskills/Softskills

Fig. 2. Ideal professional entrepreneurial competencies building model akin to Hardskills / Softskills

- тщательную оценку преимуществ и недостатков, связанных со стоимостью передачи акций свои детям. С одной стороны, «семейная скидка» способна мотивировать преемников, с другой — снизить финансовую дисциплину.

В конечном итоге желаемый результат по формированию профессиональных предпринимательских компетенций в рамках предпринимательских дисциплин оказывается на пересечении синтеза и компетентности, когда бизнес-план оказывается не только разработанным, но и реализованным на практике (рис. 2) с применением как традиционных инструментов (Hardskills по оси *y*), так и информационных (Softskills по оси *x*).

Нельзя не согласиться с утверждением Ю. Б. Рубина [Предпринимательское образование в России и за рубежом..., 2015], что в теории профессионального образования под основными результатами обучения понимаются именно приобретенные в процессе освоения образовательной программы компетенции, что еще раз подчеркивает значимость образования в формировании положительного образа предпринимателя, пробуждении у студентов желания открыть собственное дело и в конечном итоге способствовать социально-экономическому развитию макро-, мезо- и микроуровней, а также улучшению качества жизни населения в целом.

Заключение

Таким образом, современная система формирования профессиональных предпринимательских компетенций реализуется в определенной степени спонтанно, формирует сознание не предпринимателей, а наемных работников, и нуждается в поиске интегрирующего ядра. Для создания интеграционного центра по аккумуляции всего наработанного опыта в сфере предпринимательского образования необходимо приложить институциональные, правовые, ор-

ганизационно-управленческие, ментальные и маркетинговые усилия, которые позволили бы выстроить целостную стратегию формирования, использования и развития национального предпринимательского мышления. Основные участники данных процессов:

- само государство в лице органов власти, заинтересованных в поддержке предпринимательских структур;
- предпринимательские сообщества как эксперты и заказчики на комплекс предпринимательских знаний;
- предприниматели как носители предпринимательских компетенций и потребители предпринимательских продуктов в области предпринимательства;
- образовательные организации всех уровней как генераторы систем предпринимательского образования.

Исключительно в такой совокупности реально трансформировать весь комплекс предпринимательских компетенций по формуле «чувствовать — наблюдать — думать — делать» для укрепления социально-экономической стабильности и повышения доверия к предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Волков Д. А. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. №3. С. 439–450.
2. Ильин А. Б. Организация предпринимательской деятельности: учебник. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. — 304 с.
3. Леонтьева Л. С. Модульный подход к формированию новых предпринимательских компетенций // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». Сборник тезисов докладов. М.: МФПУ «Синергия», 2014. С. 117–124.
4. Леонтьева Л. С. Актуальные инструменты формирования предпринимательских компетенций в сфере высшего образования // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2015. №4 (16). С. 66–71.
5. Медведев Д. А. Социально-экономическое развитие России: обретение новой динамики // Вопросы экономики. 2016. № 10. С. 5–30.
6. Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под общей редакцией Ю. Б. Рубина. М.: МФПУ Синергия», 2015. С. 103.

7. Рубин Ю. Б. Основы предпринимательства: учебник. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016. С. 294.

References

1. Volkov D. A. *Razvitie semejnego predprinimatel'stva kak sinergii predprinimatel'skih kompetencij* [Development of family business as a synergy of entrepreneurial competences]. *Rossijskoe Predprinimatel'stvo*, 2017, vol. 18, no. 3, pp. 439–450.
2. Il'in A. B. *Organizacija predprinimatel'skoj dejatel'nosti: uchebnik* [Organization of business activity]. Moscow, FGBOUVO «RJeUim. G. V. Plehanova», 2016. 304 p.
3. Leont'eva L. S. *Modul'nyj podhod k formirovaniju novyh predprinimatel'skih kompetencij* [Modul approach to the formation of new entrepreneurial competencies]. *Mezhdunarodnaja konferencija «Formirovanie professional'nyh predprinimatel'skih kompetencij molodezhi v processe obuchenija predprinimatel'stvu»*. *Sbornik tezisev dokladov* — International conference «Formation of professional entrepreneurial competencies of young people in the process of entrepreneurship education». Collection of abstracts. Moscow, MFPU «Sinergija», 2014, pp. 117–124.
4. Leont'eva L. S. *Aktual'nye instrumenty formirovanija predprinimatel'skih kompetencij v sfere vysshego obrazovanija* [Essential tools for the formation of entrepreneurial competencies in higher education]. *Chelovecheskij Kapital i Professional'noe Obrazovanie* — Human Capital and Professional Education, 2015, no. 4 (16), pp. 66–71.
5. Medvedev D. A. *Social'no-jekonomicheskoe razvitie Rossii: obretenie novoj dinamiki* [Socio-economic development of Russia: finding new dynamics]. *Voprosy Ekonomiki* — Economic Matters, 2016, no. 10, pp. 5–30.
6. *Predprinimatel'skoe obrazovanie v Rossii i za rubezhom: istorija, sodержanie, standarty, kachestvo: monografija*. Pod obshej redakciej Ju. B. Rubina [Entrepreneurial education in Russia and abroad: history, content, standards, quality]. Moscow, MFPU Sinergija», 2015, p. 103.
7. Rubin Ju. B. *Osnovy predprinimatel'stva: uchebnik* [Fundamentals of Entrepreneurship]. Moscow, Moskovskij finansovo-promyshlennyj universitet «Sinergija», 2016, p. 294.

L. Leontieva, Department for Entrepreneurship and Logistics Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, lldom@mail.ru

A. Il'in, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, AI-1988@yandex.ru

Resources of entrepreneurial competencies integrated development

Professional entrepreneurial competencies in the process of training students and students in Russian universities are still being formed, despite the fact that in most countries with developed and developing economies entrepreneurial education is a global trend. The results of the sociological survey show the relevance of the foundations of entrepreneurship among university students. In this connection, there is a need for the formation of entrepreneurial competencies both within the university and outside it. In the present article analyzes the current status of entrepreneurial competencies in Russia and the relationship between the level of their development with the quality of business activities and the state of business demography. It considers the characteristics of the mental attitude towards business and unequal distribution of public opinion on the regions in terms of development of entrepreneurial skills. Generalized tools and educational resources integrated development of entrepreneurial competences to educational institutions for different sectors of the economy. The conclusion is made that, despite the relatively short period of entrepreneurial activity in Russia, in the very near future the family business can become a key trend in the development of business activity, but for this the educational community must form all conditions and necessary entrepreneurial competencies.

Keywords: entrepreneurship; business; professional entrepreneurial competences; commercialization; education; family business enterprises; succession.

About authors:

L. Leontieva, Doctor of Economics, Professor

A. Il'in, PhD in Economics

For citation:

Leontieva L., Il'in A. Resources integrated development of entrepreneurial competencies. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp. 21–29 (in Russian, abstr. in English).

Рубин Ю. Б., чл.-корр. РАО, докт. экон. наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, ректор, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», президент Национальной ассоциации обучения предпринимательству, yubin@synergy.ru

Алексеева Е. В., преподаватель кафедры Теории и практики конкуренции, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», eturchaninova@synergy.ru

Леднев М. В., канд. экон. наук, доцент кафедры Теории и практики конкуренции, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», mlednev@bk.ru

Можжухин Д. П., исполнительный директор Национальной ассоциации обучения предпринимательству, dmozzhukhin@ruaee.ru

Обучение предпринимательству: пути укоренения в вузовском сегменте российского образования

Предпринимательство является основным вектором эволюции мировой экономики на протяжении ее многовековой истории. В современном мире предпринимательство стало способом интернационализации общественной жизни, межнационального и межкультурного сотрудничества людей. Не подвергается сомнению и ключевое значение предпринимательства как системообразующего элемента современной российской экономики.

Однако предпринимательство все еще не признано в России направлением общественно-полезной деятельности людей и уважаемой профессией. Очевиден ряд факторов, которые сдерживают формирование позитивных образов предпринимателей и предпринимательства в сознании россиян и не позволяют поставить предпринимательство вровень с другими профессиями.

Наибольшую проблему в части укоренения конструктивных представлений о современном предпринимательстве представляет отсутствие определения специфических предметов и объектов профессиональной деятельности предпринимателей, состава предпринимательских ресурсов и бизнес-процессов, миссии предпринимательства в российской экономике, профессиональных интересов предпринимателей и перечня профессиональных функций, являющихся исключительной компетенцией предпринимателей.

Ключевые слова: профессиональная стандартизация в современном предпринимательстве, компетентностно-ориентированный подход в обучении предпринимательству, образовательная программа по предпринимательству, профессиональные требования к предпринимателям, результаты обучения предпринимательству, матрица компетенций, структура компетенций, необходимых для успешного занятия предпринимательством, предпринимательские компетенции, конкурентные компетенции.

Введение

Отсутствие упорядоченных представлений о предпринимательстве не дает возможности полноценно развивать предпринимательское образование на системном уровне. Ключевым результатом любой программы обучения

предпринимательству должна явиться *совокупная предпринимательская компетентность*, приобретаемая выпускниками в процессе освоения программы и необходимая им для успешной профессиональной карьеры в предпринимательстве. Однако в современном российском бизнесе практически не встречается формализованно-

го описания профессиональных функций предпринимателей, их трудовых действий, а также знаний и умений, необходимых им для выполнения данных функций и действий. Исключение составляют документы, описывающие типовые процедуры работы высших звеньев корпоративного менеджмента — регламенты проведения общих собраний акционеров и заседаний советов директоров. Но документов, которые содержали бы критерии оценки предпринимательской квалификации и процедуры такой оценки, в настоящее время нет.

В противоположность компетенциям наемных работников, которые устанавливаются работодателями, компетенции для профессионального исполнения предпринимательских функций формируются непосредственно самими предпринимателями. Подробная формализация важна не только для действующих предпринимателей, но и для образовательных организаций, которые могли бы руководствоваться ею в процессе разработки структуры и определения контента программ обучения предпринимательству.

Последствия неупорядоченности

В высшем и среднем профессиональном образовании отсутствуют специализированные программы по формированию профессиональной, общепрофессиональной и общекультурной предпринимательской компетентности. Даже те учебные заведения, в названии которых присутствуют слова «предпринимательство» или «бизнес», не имеют в арсенале образовательных программ, которые были бы нацелены на обучение предпринимательской профессии, — в лучшем случае обучение предпринимательству искусственно подвешивается к задачам подготовки специалистов в других профессиях. Чаще всего обучение предпринимательству в России сводится к разрозненным курсам по бизнес-плани-

рованию, стартапам, бухгалтерскому учету в малом бизнесе и т. п.

Главная причина такого положения заключается в том, что при организации СПО, бакалавриата и магистратуры отсутствуют базовые стандарты обучения предпринимательству. Попытки компенсировать это посредством введения «предпринимательской составляющей» в образовательные программы по другим направлениям («менеджмент», «инноватика») приводят лишь к искусственному вкраплению предпринимательской тематики в подготовку студентов к другому типу профессиональной деятельности.

Такие полумеры, несомненно, не могут обеспечить приобретение выпускниками профессиональной компетентности, необходимой им для занятия предпринимательством на приемлемо конкурентоспособном уровне. Компетентностно-ориентированный подход, уже много лет безоговорочно признаваемый в России базовой платформой обучения на всех уровнях получения формального образования, мало востребован российскими образовательными организациями в процессе обучения предпринимательству, что объясняется различными обстоятельствами, отчасти описанными в наших предыдущих публикациях [Рубин, 2015, 2016а, 2016б].

В противоположность России за рубежом давно достигнут консенсус по вопросу о предпринимательских компетенциях и сформированы представления о задачах предпринимательского образования. Это уже много десятилетий назад дало различным странам возможность разработать специализированные программы для колледжей, бакалавриата, магистратуры и аспирантуры по предпринимательству.

За рубежом предпринимательство признается равноценной областью образования, наравне с менеджментом и экономикой. Выпускники университетских программ получают по окончании программ академические степени, соответственно,

бакалавров или магистров предпринимательства.

Предпринимательское образование определяется университетами и колледжами как набор формализованного обучения, которое предназначено для информирования, тренировки и подготовки людей, заинтересованных в создании и развитии бизнес-структур, привитие им специальных навыков, полезных для того, чтобы стать успешным предпринимателем.

В США, например, предпринимательство — третья по популярности специальность в бакалавриате. На едином европейском пространстве высшего образования предпринимательство входит в пятерку наиболее востребованных направлений обучения бакалавров.

Специализированные образовательные программы предпринимательского образования реализуются во всем мире, но не в России, которая остро нуждается в них для укоренения национальной системы предпринимательства и обеспечения ее конкурентоспособности. Недопустимо, что Россия в этом вопросе отстает не только от развитых стран Запада и Востока, но и от стран Африки и Латинской Америки.

Профессиональная стандартизация в современном предпринимательстве

Для того чтобы не отстать от других стран, в России развернута работа по обоснованию профессионального стандарта предпринимателя, системы компетенций в сфере профессионального предпринимательства и образовательных стандартов в сфере обучения предпринимательству. Тем более что в последние годы обучение профессиональному занятию предпринимательством российских граждан, прежде всего, молодежи, приобрело характер общественной потребности и социального заказа, вызревшего в недрах позитивных тенденций развития экономики страны.

С 2012 года разработкой проектов таких стандартов занимается Национальная ассоциация обучения предпринимательству.

Национальная ассоциация обучения предпринимательству является ключевым драйвером формирования понятийного и методологического аппарата обучению предпринимательству. В 2014–2017 годах Национальная ассоциация обучения предпринимательству осуществила разработку проектов базовых нормативно-методических материалов, которые могут быть положены в основу профессиональной и образовательной стандартизации в сфере предпринимательства. В июле 2016 года на базе Ассоциации Советом по профессиональным квалификациям участников финансового рынка была создана рабочая группа для разработки профессионального стандарта предпринимателя. Первое профессионально-общественное обсуждение функциональной карты данного стандарта намечено на апрель 2017 г. и будет проведено в рамках ежегодной международной научно-практической конференции «Современное предпринимательское образование».

Необходимость профессиональной стандартизации в сфере предпринимательства назрела давно. Она следует из ключевой парадигмы соответствия ФГОС требованиям профессиональных стандартов по видам деятельности [Белоцерковский, с. 26–31; Сенашенко, с. 31–36; Пилипенко, Жидков, Караваяева, Серова, с. 5–15]. Позитивное применение гипотезы соответствия позволяет преодолевать многочисленные противоречия и конфликты интересов в образовании [Корчагин, Сафин, с. 47–54; Алавердов, Громова, с. 5–16].

Указанная необходимость обусловлена также сочетанием позитивных трендов в укоренении предпринимательства в живом пространстве российской действительности и деструктивных реалий, создающих неблагоприятный фон, на котором данное укоренение осуществляется.

В таблице 1 представлены позитивные тренды.

Таблица 1. Позитивные тренды укоренения предпринимательства в российской деятельности

Table 1. Positive trends in the rooting entrepreneurship in the Russian activities

Позитивные тренды укоренения предпринимательства в российской деятельности
Неизменная поддержка предпринимательства со стороны высших органов власти
Устойчивый интерес людей к занятию предпринимательством в качестве основного направления занятости
Долговременная стабильность в поддержке предпринимательских инициатив и стартапов на региональном уровне
Меры по поддержке малого предпринимательства
Меры по поддержке молодежного предпринимательства
Антимонопольная правоприменительная практика

В таблице 2 представлены факторы, провоцирующие неблагоприятный фон эволюции современного российского предпринимательства.

Сочетание указанных начал провоцирует противоречия в развитии предпринимательства в России. Так, в 2015 г. 23% россиян обнаружили желание организовать свой бизнес (в 2005 г. — 17%), однако для России характерен низкий уровень (33%) выживаемости новых компаний (в странах Западной Европы — свыше 50%). Российские вузы и колледжи все еще не участвуют в должной мере в обучении предпринимательству, в большинстве учебных заведений не создана предпринимательская экосистема (у 60% студентов не было курсов по предпринимательству, хотя у остальных был как минимум один курс по выбору). Между тем студенты университетов готовы посвящать более 30% времени своего обучения курсам по предпринимательству (средний показатель по международной выборке составляет чуть более 25%), и сами

Таблица 2. Неблагоприятный фон эволюции современного российского предпринимательства

Table 2. Unfavorable background of the evolution of modern Russian entrepreneurship

Неблагоприятный фон эволюции современного российского предпринимательства
Отсутствие согласия в понимании роли и задач предпринимательства в экономике страны
Отсутствие укорененного позитивно-реалистического определения предпринимательства в нормативных документах
Отсутствие документов, которые содержали бы описание предпринимательской деятельности: предпринимательских функций, действий, компетенций, целевых задач, направлений активности
Наличие ментальных задержек и избыточной эмоциональности в восприятии предпринимательства со стороны различных слоев населения
Наличие пережитков антипредпринимательских убеждений в процессе воспитания молодежи
Отсутствие системы предпринимательского образования в стране

университеты в этой ситуации вынуждены применять ФГОС по другим направлениям профессиональной подготовки для обучения предпринимательству.

Актуальность своевременной работы по профессиональной стандартизации в сфере предпринимательства определяется в настоящее время прежде всего обстоятельствами, представленными в табл. 3.

Важно подчеркнуть, что до сих пор нигде в мире и никогда в истории профессиональные стандарты предпринимателей, тем более на государственном уровне, не создавались. За рубежом создание каких-либо стандартов в сфере профессиональной деятельности людей является большой редкостью и происходит только в тех случаях, когда возникает необходимость формализации профессиональных функций и действий людей для подготовки материалов квалификационных экзаменов с целью подтверждения людьми уровней профессиональной квалификации,

Таблица 3. Актуальность своевременной работы по профессиональной стандартизации

Table 3. The relevance of timely work on professional standardization

Актуальность своевременной работы по профессиональной стандартизации
Необходимость объяснения уникального функционального ядра предпринимательской деятельности, инвариантного для миллионов предпринимателей во всем мире
Необходимость реалистического описания профессиональных функций, выполняемых предпринимателями и нехарактерных для представителей других профессий
Необходимость описания предпринимательских действий, совершаемых для выполнения данных функций и компетенций, необходимых для совершения этих действий
Необходимость объяснения предпринимательской мотивации и профессиональных предпринимательских интересов, исходя из перечня выполняемых ими функций и совершаемых действий
Необходимость скорейшего укоренения системы предпринимательского образования, которая позволяла бы формировать необходимые компетенции, развивать предпринимательские способности
В условиях тотальной стандартизации профессиональной деятельности неправомерно вынесение предпринимательства за ее рамки
Необходимость включения поддержки предпринимательского образования в систему мер государственной политики по поддержке национального предпринимательства

зафиксированных в ранее полученных документах об образовании. Например, в США такие экзамены регулярно проводятся для лиц, получивших медицинское или юридическое образование за рубежом, но претендующих на постоянную работу в этой стране.

В России объект профессиональной стандартизации — любая трудовая деятельность людей без исключения. При этом отдельные виды трудовой деятельности, к примеру, оперное пение, балетное искусство, преподавание в высшей школе, большинство видов менеджмента, никогда ранее объектами стандартизации не становились.

Таковой является и предпринимательская деятельность, которая в восприятии

многих людей вообще несовместима с идеями стандартизации — о каких стандартах может идти речь, когда все предприниматели категорически нестандартны! Впрочем, подобное восклицание уместно и по поводу оперных или джазовых исполнителей, поэтов, скульпторов, профессиональных спортсменов. Выдающиеся представители любой творческой профессии, а также врачи, инженеры, адвокаты, следовательно, дизайнеры, конструкторы космических ракет, преподаватели, ученые, менеджеры трудно вмещаются в стандартный формат — в отличие от обычных представителей этих профессий, однако их профессиональные функции и выполняемые в процессе работы действия всегда могут быть описаны с помощью стандартных формулировок, которые составят идентификационный каркас профессии, к которой они принадлежат.

В полной мере вышеизложенное относится и к предпринимательству. Невозможно создать «стандарт Билла Гейтса» или «стандарт Рокфеллера», но вполне по силам — стандарт типичного предпринимателя, который изо дня в день выполняет типичные профессиональные функции и действия, работая в мельчайшем, малом, среднем, крупном бизнесе, в социальном или технологическом предпринимательстве, в отраслевом или массовом диверсифицированном предпринимательстве.

Признаки компетентности людей в сфере предпринимательства неотделимы от профессионального ядра, целей, задач и содержания этой деятельности, что и обуславливает возможность построения рамок профессиональных квалификаций в предпринимательстве. За рубежом это было убедительно показано в [Lans, Bergevoet, Mulder, Woerkum, 2005, с. 81–95], в России на данном принципе базируется вся современная практика профессиональной и образовательной стандартизации в сфере высшего и среднего профессионального образования.

Как правило, любая профессия включает следующие признаки:

- наличия специфики в типах, видах труда и в его содержании;
- наличия специфических для каждого вида профессиональной деятельности предметов, средств труда, включая рабочие места, а также результатов труда;
- нацеленности профессиональной деятельности на обеспечение конкурентных преимуществ и достижения профессиональных успехов;
- необходимости ведения деятельности для обеспечения и воспроизведения достойных условий жизни, включая получение доходов на содержание и развитие самих себя и других людей, законным представителем которых является работник;
- необходимости профессионального трудоустройства и обеспечения собственной занятости;
- необходимости профессионального обучения для выполнения определенных функций;
- наличия профессиональных интересов [подробнее об этом Климов, 1998, с. 65–67; Шадриков, 2010, с. 133].

Предпринимательская профессия сосуществует с другими профессиями и отвечает запросу общества на профессиональное создание и ведение бизнеса по производству и продаже товаров, оказанию услуг, выполнению работ, которым занималась бы специфическая категория людей, делая это самостоятельно, инициативно, на свой риск, под свою ответственность, с опережением конкурентов и обеспечением превосходства над ними.

Предпринимательство как специфическое направление профессиональной деятельности людей включает самостоятельное учреждение собственного бизнеса и управление им для обеспечения в конкурентной среде производства и продажи на законной основе новых благ и ценностей — создания товаров, выполнения работ, оказания услуг, для формирования и поддержания ра-

бочих мест, в том числе рабочих мест для самих себя, а также для несения социальных обязательств перед гражданами, обществом и государством, а также для получения доходов и иных выгод. Важно отметить, что приведенное определение содержит по крайней мере четыре целевые установки (табл. 4).

Таблица 4. Целевые установки занятия предпринимательством

Table 4. The objectives of entrepreneurship

Целевые установки занятия предпринимательством
Обеспечение предпринимателями в конкурентной среде производства и продажи на законной основе новых благ и ценностей — создания товаров, выполнения работ, оказания услуг
Формирование и поддержание предпринимателями рабочих мест, в том числе рабочих мест для самих себя
Несение предпринимателями социальных обязательств перед гражданами, обществом и государством
Получение предпринимателями личных доходов и иных выгод

Указание на сочетание данных целевых установок позволяет воспринять предпринимательство как многоцелевое явление, необходимое не только самим предпринимателям для успешной реализации собственного трудового ресурса и получения доходов и иных выгод, но и их окружению, нуждающемуся в рабочих местах и в новых ценностях, а также обществу, государству, нуждающимся в пополнении доходной части бюджетов разных уровней и внебюджетных фондов, а отчисления в них поступают как раз вследствие занятия людьми предпринимательством. Наличие в действительности такого сочетания обеспечивает востребованность предпринимательства в любой современной стране со стороны не только самих предпринимателей, но и их окружения, формулирующего таким образом внешний запрос на предпринимательство.

На него важно также указать для объяснения природы профессиональной предпринимательской мотивации и профессиональных предпринимательских интересов субъектов современного предпринимательства, устойчивости предпринимательства как явления действительности и жизненной необходимости системы предпринимательского образования для любого государства.

Вместе с тем, поскольку деятельность по профессиональной стандартизации в сфере предпринимательства не имеет исторических аналогов и производится впервые, эскалация усилий по продвижению процесса неизбежно сталкивается с рисками отторжения этих усилий, которые обусловлены:

- сложностью объяснения природы функционального ядра предпринимательства и наличием в предпринимательстве специфических профессиональных функций;
- критическим отсутствием законодательной и/или иной нормативной документации, которая позволила бы продвинуться в разработке профессионального стандарта предпринимателя;
- отсутствием в обществе и в структурах управления готовности к восприятию предпринимательства в качестве полезной профессиональной деятельности, требующей подробного описания;
- разумной обеспокоенностью представителей предпринимательского сообщества тем, что принятие профессионального стандарта предпринимателя может создать проблемы с допуском людей к занятию предпринимательством в России.

Вовлечение людей в предпринимательство не всегда происходит посредством их профессионального участия — альтернативой является рассмотрение предпринимательства не как профессии, а скорее, как хобби, которому можно уделять определенное внимание при наличии свободного времени. Однако так происходит в других видах занятий — люди рисуют, поют, ремонтируют свои квартиры, чинят электропроводку,

варят суп часто как любители, а не профессионалы.

В связи с этим следует разграничивать профессиональное предпринимательство и непрофессиональное, что позволило бы успешно преодолевать инерционный стереотип отождествления предпринимательства как деятельности с личной предприимчивостью, которая является важной особенностью многих людей, а также представления о том, что «студента нельзя обучить профессиональной компетентности» [Митяева, 2008, с. 57–65].

Подобный агностицизм порождается и выдержанным в духе ортодоксального марксизма-ленинизма определением предпринимательства в ст. 2 Гражданского кодекса РФ, в котором зафиксирована лишь одна целевая установка людей на занятие предпринимательством — «систематическое получение прибыли». В нем должным образом не отражены другие целевые установки предпринимательской деятельности — обеспечение создания новых ценностей (упомянуто, но в качестве не цели предпринимательства, а лишь условия получения предпринимателями доходов), обустройство рабочих мест (не упомянуто) и выполнение финансовых обязательств перед окружением и обществом (не упомянуто). Принимая за основу данное определение, трудно понять, чему следует обучать действующих и будущих предпринимателей (не систематическому же получению прибыли?) и вообще зачем нужны меры государственной поддержки предпринимательства, если его развитие подчинено лишь непреходящей страсти предпринимателей к систематическому получению прибыли, вероятно, извлекаемой из карманов своего окружения.

Современная нормативная база не содержит пока иных толкований предпринимательства. В ней также отсутствуют определения предпринимательских должностей в своем бизнесе. Современными российскими квалификационными справочниками не предусмотрены такие должности, как предпринима-

тель, участник (собственник, владелец) бизнеса, член совета директоров, хотя в уставах юридических лиц подробно описываются полномочия этих персон.

Укажем и на разумную обеспокоенность многих представителей предпринимательского сообщества тем, что принятие профессионального стандарта предпринимателя может впоследствии в нашей стране, известной приверженностью к государственному надзору и контролю, создавать людям проблемы с допуском к занятию предпринимательством. Как известно, Гражданский кодекс РФ фактически признает право любого дееспособного человека зарегистрировать и осуществлять предпринимательскую деятельность в любой законной форме. Определенные ограничения охватывают лишь предпринимательские намерения молодых людей в возрасте от 14 до 18 лет. Возникают опасения, не получится ли, что конечным результатом усилий по профессиональной стандартизации в предпринимательстве станет не столько формализация предпринимательских функций, действий и компетенций, сколько порождение нового бюрократического монстра в виде искусственных рогаток в допуске людей к занятию предпринимательством на основе степени соответствия стандарту вплоть до запретов на профессию, а также коррупционно емких проблем в преодолении этих рогаток.

Обеспокоенность может исчезнуть лишь на основе понимания того, что запретов на профессию в России быть не может, и профессиональные стандарты не могут по сути отменять или приостанавливать гарантируемые законом фундаментальные права граждан. Профессиональный стандарт предпринимателя нужен не надзорным органам, а самим предпринимателям, которые могли бы сопоставлять собственную компетентность в бизнесе с требованиями, соответствие которым необходимо им самим для успешного выполнения предпринимательских функций.

Следует принять в расчет кардинальную особенность предпринимательства как особого типа профессиональной деятельности. В отличие от других видов труда по найму предпринимателям приходится самостоятельно определять собственные компетенции в сфере предпринимательства, опираясь на понимание системы профессиональных функций, которые им приходится исполнять на свой риск.

Во всем мире профессиональное предпринимательство развивается на началах самозанятости людей, выбирающих профессию предпринимателя. Поэтому собственная профессиональная компетентность в сфере предпринимательства рассматривается предпринимателями как одно из ключевых личных конкурентных преимуществ и как определяющее конкурентное преимущество бизнеса, которым они занимаются. Предпринимателям приходится самостоятельно и на постоянной основе заботиться о наделении самих себя необходимыми компетенциями в сфере предпринимательства, а также об уровне собственной профессиональной компетентности в сфере, которая формируется и поддерживается непосредственно в процессе осуществления этой деятельности, но главное — в сфере получения специального профессионального образования.

Этим действующие предприниматели кардинально отличаются от многочисленного отряда наемных менеджеров, компетенции которых вместе с должностными инструкциями и трудовыми контрактами определяются их работодателями. Поэтому предпринимательство не может быть сведено к разновидности менеджмента, а обучение предпринимательству — лишь к воспроизведению паттернов обучения менеджменту. В его основе должны быть паттерны профессионального обучения именно предпринимательству, а не какой-либо иной профессии.

Профессиональная компетентность людей в сфере предпринимательства может

и должна иметь формальное описание, как и их профессиональные компетенции — в виде профессиональных обязанностей, корпоративных требований, технологических инструкций, которые могли бы стать основой планирования ими технологических карт своей деятельности по созданию, ведению, развитию и (при необходимости) прекращению собственного бизнеса.

Конечно, формализованные профессиональные компетенции предпринимателей — экзотика современного бизнеса, потому что в России до сих пор отсутствует формальное описание системы компетентностей людей, каждодневно и на долговременной основе занимающихся предпринимательством. Это также порождает еще одно основание агностицизма в сфере обучения предпринимательству — раз якобы отсутствуют функции и компетенции, востребованные для исполнения данных функций, вопросы обучения предпринимательству на системной основе поднимать незачем.

Перечень обобщенных профессиональных функций предпринимателей

Перечень *обобщенных профессиональных функций*, выполняемых людьми, выбравшими предпринимательскую профессию, включает:

- предпринимательские функции;
- общие профессиональные функции;
- универсальные профессиональные функции.

Предпринимательскими являются профессиональные функции, обеспечивающие ядро идентичности предпринимательской профессии. Обобщенно это функции по вхождению в бизнес (созданию нового бизнеса или вхождению в состав участников действующего бизнеса), по ведению бизнеса, его развитию, прекращению участия в предпринимательской деятельности и выходу из бизнеса, а также по обеспечению конкурентной устойчивости бизнеса, зако-

нопослушного, добросовестного и безопасного участия в предпринимательской деятельности (табл. 5).

Значение *общих профессиональных* имеют — обобщенно — функции по выявлению факторов макроэкономической среды и закономерностей функционирования современной экономики на микро-, макро- и глобальном уровнях, по ведению учета, анализа, уплате налогов и проведению других платежей, по управлению бизнес-проектами и бизнес-единицами, по обеспечению непрерывности информационных потоков в бизнес-единицах, а также по обеспечению активностей, необходимых для содействия выполнению бизнес-процессов (проектной активности, работы в команде, профессионального лидерства, целеполагания, управления временем, развития креативности, убеждения людей, позитивного восприятия своего и чужого опыта, конструктивной критики, стрессоустойчивости и др.). Названные функции определяются как общие, поскольку их выполняют представители различных профессий, в том числе предпринимательской, но они не входят в ядро ее идентичности.

Значение *универсальных* — обобщенно — имеют функции по обеспечению общечеловеческих и общекультурных аспектов профессиональной деятельности — по обеспечению реализма в позитивном восприятии общемировых ценностей культуры, движущих сил и закономерностей социально-экономического процесса, среды деятельности и определении своего места в ней, по соблюдению этических норм, общественной морали, толерантности, социальных обязательств, выполнению правил социального поведения и обычаев делового оборота, по поддержанию социальных, межличностных, кросс-культурных коммуникаций на русском языке и иностранных языках, по поддержанию на приемлемом уровне физической формы и здоровья, необходимого для полноценной социализации и профессиональной деятельности, самозащиты

Таблица 5. Профессиональные функции предпринимателей

Table 5. Professional functions of entrepreneurs

Обобщенные профессиональные функции	Характеристика / содержание профессиональных функций
<i>Создание нового бизнеса (стартапа) / вхождение в состав участников действующего бизнеса</i>	• Генерация / трансформация бизнес-идей, формулирование целей, задач и дорожных карт развертывания бизнеса (стартапа), разработка бизнес-моделей и бизнес-планов нового / обновляемого бизнеса. • Формирование / трансформация модели партнерства и структуры собственности в бизнесе, организационной структуры управления бизнеса, учреждение / перерегистрация бизнес-единицы. • Обустройство бизнеса, определение источников внешних ресурсов, создание рабочих мест, формирование коллектива сотрудников бизнес-единицы. • Налаживание процессов производства и продажи новых ценностей и приведение их в состояние конкурентной устойчивости. • Формирование узнаваемого и положительно воспринимаемого на рынке образа и наименования нового бизнеса (стартапа) / обновляемого бизнеса
<i>Ведение бизнеса</i>	• Обеспечение результативной работы бизнес-единицы. • Выполнение обязательств перед потребителями, партнерами, поставщиками, обществом, государством, а также обязательств перед работниками — по обеспечению их занятости и получения ими доходов. • Поддержание собственной занятости и развитие собственного трудового ресурса. • Аккумулирование и распределение доходов от предпринимательской деятельности. • Оценка и аудит стоимости бизнес-единицы
<i>Развитие бизнеса</i>	• Обеспечение роста бизнеса. • Осуществление диверсификации бизнеса. • Обеспечение технологической реконструкции бизнеса. • Осуществление реинжиниринга бизнеса и бизнес-процессов. • Осуществление реорганизации бизнеса. • Осуществление ребрендинга и внесения изменений в имидж бизнес-единицы
<i>Прекращение участия в предпринимательской деятельности, выход из бизнеса</i>	• Осуществление полного или частичного выхода из бизнеса посредством его продажи, сокращения доли участия или безвозмездной передачи бизнеса новым владельцам. • Проведение процедур ликвидации бизнес-единицы. • Осуществление процедуры банкротства бизнес-единицы
<i>Обеспечение конкурентной устойчивости бизнеса, добросовестного и безопасного участия в предпринимательской деятельности</i>	• Применение конкурентных действий для поддержания и укрепления конкурентной устойчивости бизнеса, его результатов, конкурентных преимуществ и конкурентных позиций, а также преодоления конкурентных недостатков. • Обеспечение превентивной защиты бизнеса от недобросовестной конкуренции, злоупотребления конкурентами доминирующим положением на рынке, а также противодействия деструктивному вмешательству в бизнес. • Обеспечение правовой дисциплины в процессе создания, ведения, развития бизнеса и прекращения участия в предпринимательской деятельности в целях добросовестного ведения дел

и защиты окружающих в случае катастроф. Названные функции определяются как универсальные, поскольку их выполняют представители всех профессий.

Формирование компетентностных блоков в образовательных программах по предпринимательству

В процессе обучения предпринимательству важно не поддаваться искушению объявить объект изучения — предпринимательство — не профессиональной деятельностью людей, а состоянием их души или направлением их энергетического или творческого драйва, иррационально смешивая предпринимательство с предприимчивостью.

Апелляции к врожденным свойствам в видении современного предпринимательства ставят под сомнение саму возможность обучения предпринимательству, ввергая многих в беспричинный фатализм. Ведь если предпринимателем человеку надлежит родиться, то в противном случае не быть ему таковым никогда невзирая на успеваемость и качество образовательных программ.

Преодоление поверхностных представлений о том, что предпринимательству якобы невозможно обучить обыкновенных людей, опровергаемых всей отечественной и мировой практикой, происходит неравномерно и хаотично. Предпринимательство как тип деятельности является уделом не особых, а обычных людей, большинство которых (как и исполнители других профессий) занимаются предпринимательством не только потому, что им это предначертано, но и в силу объективной экономической необходимости — именно в предпринимательстве они находят возможность зарабатывания средств к существованию, добываясь признания и авторитета в глазах потребителей, контрагентов, нанятых работников, государственных институтов и конкурентов.

Другое дело — личностные способности и наклонности помогают им в исполнении

профессиональных функций. Так, предприимчивые люди, обладающие:

- способностями к подготовке своих компаний к проведению предпринимательских действий, обеспечению выполнения этих действий, предпринимательскому селф-менеджменту и профессиональному саморазвитию в качестве предпринимателей;
- такими профессионально значимыми для занятия предпринимательством личностными качествами и склонностями, как предприимчивость, креативность, конкурентность, внутренний локус контроля, отзывчивость к внешним воздействиям, решительность, хладнокровие, коммуникативность, склонность брать риски на себя —

скорее обретут успех в предпринимательстве, чем те, кто лишен этих признаков или не развил их до подходящего уровня. Однако их наличия недостаточно для занятия предпринимательством на профессиональном уровне.

Так, например, люди, занимающиеся предпринимательством, несомненно, вправе воспользоваться своими конкурентными способностями или личностной конкурентностью при выполнении или обеспечении выполнения конкурентных действий. Однако данные личностные особенности никак не могут заменить наличие в их арсенале компетентности в выполнении конкурентных действий для достижения своим бизнесом приемлемых уровней конкурентной устойчивости и конкурентоспособности. Предрасположенность к конкуренции или конкурентный образ мышления не выручат их при отсутствии специальных знаний и умений по выполнению конкурентных наступательных или оборонительных операций, действий по ситуации, применения ценовых или неценовых методов взаимодействия с соперниками, конкурентных ловушек и т. п.

В соответствии с приведенной выше структуризацией системы обобщенных профессиональных функций в современном предпринимательстве профессиональная компетентность людей, вовлеченных в пред-

принимательство в качестве каждодневной деятельности и обязанных проявлять в этой деятельности приемлемый уровень профессионализма, могла бы включать следующие блоки:

- специальную профессиональную (предпринимательскую) компетентность;
- общепрофессиональную компетентность людей, участвующих в предпринимательской деятельности;
- универсальную профессиональную компетентность людей, участвующих в предпринимательской деятельности.

Специальную профессиональную (предпринимательскую) компетентность выпускников следует рассматривать как совокупность ключевых результатов освоения ими образовательных программ по предпринимательству. Она обеспечивает готовность выпускников к выполнению необходимых предпринимательских функций и тем самым формирует ядро идентичности этих программ.

Иногда предпринимательская компетентность людей отождествляется с их врожденными способностями и личностными качествами. Подчас в ней усматривают исключительно знания и навыки предпринимательства на стадии проведения стартапов. Однако последние пять лет наиболее представительной является точка зрения, согласно которой предпринимательская компетентность объединяет знания и навыки предпринимательства, применяемые на всех стадиях выполнения бизнес-проектов, вплоть до их завершения [Morris, 2014, с. 134–151; Morris, 2016; Рубин, 2016б; Рубин, 2016в, с. 450–467].

Несмотря на значимость других блоков компетентности для успешного занятия предпринимательством выпускниками образовательных программ по предпринимательству, лишь приобретаемая студентами в ходе обучения специальная профессиональная компетентность может оказывать решающее влияние на концепцию и ядро идентичности образовательных программ

по предпринимательству. Она может также рассматриваться как важная часть блока общепрофессиональной компетентности для выпускников инженерных, экономических и иных образовательных программ.

Выпускник программ по предпринимательству может достичь успеха в предпринимательской деятельности, только разобравшись в том, как устроен современный добросовестный бизнес, понимая логику профессиональных действий и профессиональных отношений, которые возникают в процессе ведения дел, умея выполнять эти действия и владея необходимым инструментарием для их выполнения. Квалифицированный предприниматель не может и не должен попадать в положение, когда он знает, «как делать бизнес», но не может добиться результатов, потому что не умеет или не понимает, «как этот бизнес делают другие».

В блоке предпринимательской компетентности выпускников целесообразно также выделить в качестве ее особой части *дополнительной профессиональной компетентности*. Она включает знание особенностей отраслей экономики, местных, региональных и/или зарубежных рынков, умения действовать на них в соответствии с их национальными, конфессиональными и иными особенностями, обычаями и традициями делового оборота, понимание местного национального и конфессионального своеобразия в менталитете населения. В состав дополнительной профессиональной компетентности выпускников следует включить также приобретенные ими знания, умения и понимания различных видов предпринимательства — социального предпринимательства, технологического предпринимательства, предпринимательства в государственном секторе, инновационного предпринимательства, любого отраслевого предпринимательства и др.

Поэтому при разработке и реализации программ по предпринимательству образовательные организации вправе ориентироваться на конкретное направление пред-

принимательской деятельности, к которому готовятся будущие выпускники (социальное предпринимательство, технологическое предпринимательство, предпринимательство в государственном секторе, отраслевое предпринимательство и др.), исходя из своих образовательных, научно-исследовательских и иных приоритетов, наличия опыта, ресурсов и иных важных обстоятельств.

Следует различать понятия предпринимательской компетентности людей и их компетентности в сфере предпринимательства. Объем второго понятия шире, чем первого, и включает наряду с предпринимательской компетентностью людей их общепрофессиональную и универсальную компетентность.

Блок *общепрофессиональной компетентности выпускников* охватывает такие сферы, как внутрифирменный менеджмент, экономика, учет и финансы, профессиональная аналитика, неспециальные отрасли права, информационно-коммуникационные технологии. К этому блоку следует отнести также так называемую гибкую компетентность (*soft skills*) в сферах проектной активности, работы в команде, профессионального лидерства, целеполагания, следования логике событий, управления временем, развития находчивости и креативности, убеждения людей, позитивного восприятия своего и чужого опыта, а также достижений науки, конструктивной критики, преодоления стрессов, проведения презентаций и др.

Нередко общепрофессиональная компетентность рассматривается как наиболее значимый результат подготовки учащихся к занятию предпринимательством, определяющий актуальный профессиональный портрет современного предпринимателя. Несомненно, такая компетентность необходима выпускникам, однако она не является специфичной для занятия предпринимательством. Она необходима, например, современным менеджерам, экономистам, дизайнерам, инженерам и поэтому не может оказывать определяющего влияния

на идентичность образовательных программ по предпринимательству.

Блок *универсальной компетентности выпускников* охватывает социальную, нравственную, общекультурную, межличностную сферы, сферы владения русским языком и иностранными языками, поддержания на приемлемом уровне физической формы и здоровья, самозащиты и защиты окружающих в случае катастроф.

Представление компетентностных блоков образовательных программ по предпринимательству с помощью матриц компетенций

Компетентностные блоки образовательных программ по предпринимательству могут быть представлены в упорядоченном виде посредством матриц компетенций, которые являются примером удачного применения идеи стандартизации образовательного процесса на внутривузовском уровне.

В противоположность многим странам в Российской Федерации с начала 1990-х гг. применяются государственные образовательные стандарты (в настоящее время — ФГОС). С середины 2000-х годов одной из ключевых гипотез развития российского образования стала также парадигма соответствия ФГОС требованиям, следующим из профессиональных стандартов по видам деятельности или — при их отсутствии — требованиям рынка труда.

Порой идея какой-либо стандартизации в обучении предпринимательству воспринимается как столь же неприемлемая или нереализуемая, как и стандартизация в предпринимательстве. Их кажущаяся нестандартность обусловлена необычным способом обеспечения профессиональной занятости — в противоположность деятельности наемных работников участие людей в занятии предпринимательством осуществляется на началах самозанятости и готовности принять на себя комплексные риски собственного бизнеса в условиях непрозрач-

ности деловых отношений и неопределенности рыночных тенденций. Однако эта необычность не содержит достаточных свидетельств, которые позволяли бы отказать предпринимательству в наличии стандартных признаков. Другое дело, что намерения, решения и действия субъектов предпринимательства всегда вариативны. Наличие конфликтов интересов сторон и отсутствие стопроцентной прозрачности в деловых отношениях между субъектами побуждает их к обеспечению предельной конфиденциальности в формулировании и реализации своих целей, задач, намерений и действий.

Рамки квалификаций давно признаются во всем мире подходящим инструментом упорядочения деятельности, в том числе в сфере предпринимательства. Проблема состоит в том, что стандарты зачастую воспринимаются как средство *унификации* образовательного контента, отражающего живое пространство предпринимательской деятельности, между тем как их предназначение состоит в его *гармонизации* для приобретения выпускниками системы необходимых знаний и умений.

Поэтому образовательные программы по предпринимательству давно стали объектами «стандартизации как гармонизации» в большинстве зарубежных университетов. Это в свою очередь позволяет подвергать их процедурам независимой оценки качества и аккредитации, чем на постоянной основе с успехом занимаются, например, аккредитационные агентства и экспертные организации со второй половины XX в. [Рубин, 2011; Рубин, 2016г; Соболева, 2012, с. 57–61].

Особенность России состоит не в применении стандартов в образовании, а в государственном стандартизации, которая осуществляется не изнутри самой образовательной среды, а сверху, что влечет за собой искушение монополизации этой сферы со стороны «держателей УМО» и иных заинтересованных и как следствие порой действительно допускает превалирование унифи-

кации над гармонизацией [Рубин, Емельянов, 2005].

Однако это не исключает возможности использования стандартов в обучении предпринимательству не для унификации подходов к подготовке предпринимателей, а для гармонизации составных частей образовательных программ. Будучи естественным приложением возможности гармонизации образовательного контента, матрицы компетенций становятся инструментом внутривузовской стандартизации в процессе составления образовательных программ по предпринимательству именно в такой коннотации¹.

Построение гармонизированной матрицы компетенций для образовательных программ по предпринимательству в бакалавриате

Рассмотрим вопрос о *построении гармонизированной матрицы компетенций для образовательных программ по предпринимательству в бакалавриате*. В процессе обучения студентам-бакалаврам необходимо освоить уровни компетентности, которые позволяли бы им успешно выполнять все многообразие функций, обеспечивающих устойчивость процесса занятия предпринимательством на профессиональной основе.

В соответствии с приведенной выше структуризацией системы функций, обязательных к исполнению современными пред-

¹ В терминологическом аппарате современной науки понятия «компетенции» и «компетентность» принято разграничивать. Однако в противоположность научной терминологии в понятийном аппарате современных ФГОС и других нормативно-методических документов термин «компетенции» применяется в значении компетентности выпускников образовательных программ (перечни компетенций, пучки компетенций, структуры компетенций, паспорта компетенций, матрицы компетенций и др.). В этой связи авторы статьи вынуждены трактовать компетенции сообразно интерпретации ФГОС, хотя они не отказываются и от дефиниции «компетентность».

принимателями на профессиональной основе, профессиональная компетентность людей, вовлеченных в предпринимательство в качестве каждодневной деятельности и обязанных проявлять в этой деятельности приемлемый уровень профессионализма, могла бы включать следующие блоки:

- специальную профессиональную (предпринимательскую) компетентность (СПК);
- общепрофессиональную компетентность (ОПК);
- общую (универсальную) компетентность (ОК).

Паспорта соответствующих компетенций могли бы отражать контент планируемых вузами результатов обучения и вытекающие из него запросы к контенту учебных дисциплин и учебно-методических материалов, содержанию практик, инфраструктуре и экосистеме обучения предпринимательству, методикам проведения занятий по «предпринимательским» дисциплинам.

Несмотря на несомненную значимость всех перечисленных выше блоков компетентности для успешного занятия предпринимательством выпускниками образовательных программ, лишь приобретенная ими в ходе обучения предпринимательская компетентность оказывает решающее влияние на концепцию и ядро образовательных программ по предпринимательству. Так она становится определяющим звеном идентичности данных программ и приобретает приоритетное место в системе компетенций выпускников программ по предпринимательству в бакалавриате.

В составе предпринимательской компетенции следует выделить:

- учредительскую компетентность (СПК-1);
- компетентность в области создания / обновления бизнеса (СПК-2);
- компетентность в области ведения бизнеса (СПК-3);
- компетентность в области поддержания собственной занятости и управления собственным трудовым ресурсом (СПК-4);

- компетентность в области развития бизнеса (СПК-5);

- компетентность в области прекращения участия в предпринимательстве / выхода из бизнеса (СПК-6);

- компетентность в области проектной деятельности (СПК-7);

- компетентность в области инновационной деятельности (СПК-8);

- компетентность в сфере бизнес-коммуникаций с окружением (СПК-9);

- конкурентную компетентность (компетентность в сфере конкуренции) (СПК-10);

- компетентность в области обеспечения безопасности своего бизнеса (СПК-11);

- маркетинговую компетентность (СПК-12);

- компетентность в сфере предпринимательского права и смежных отраслей права (СПК-13).

Отдельно следует выделить дополнительную профессиональную компетентность (ДПК), составляющую важный сегмент СПК, например:

- компетентность в сфере социального предпринимательства (ДПК-1);

- компетентность в сфере инновационного предпринимательства (ДПК-2).

Таковыми могут стать также и иные аспекты компетентности, отражающие направления предпринимательства, отраслевые особенности предпринимательства, а также компетентность в региональной, этнической или иной локальной специфике занятия предпринимательством.

В блок общепрофессиональной компетентности предпринимателей целесообразно включить:

- экономическую компетентность (ОПК-1);

- финансовую и бухгалтерскую компетентность (ОПК-2);

- управленческую компетентность (ОПК-3);

- коммерческую компетентность (ОПК-4);

- компетентность в сфере применения ИКТ (ОПК-5);

- общую коммуникационную компетентность (ОПК-6);

- гибкие профессиональные навыки и умения (soft skills) (ОПК-7).

В блок общей (универсальной) компетентности предпринимателей может входить:

- компетентность в позитивно-реалистическом восприятии действительности и исторического процесса (ОК-1);
- общая правовая и этическая компетентность (ОК-2);
- владение русским языком и иностранными языками (ОК-3);
- компетентность в сфере поддержания физической формы и здоровья, а также в сфере самозащиты и защиты окружающих в случае катастроф (ОК-4).

Если бы современная нормативно-методическая база российского образования позволяла создавать для подготовки бакалавров программы по предпринимательству как отдельному направлению высшего образования, составление матрицы компетенций позволило бы обеспечить гармоничное распределение учебного контента между дисциплинами образовательной программы и формирование совокупной компетентности, необходимой выпускникам для успешного занятия предпринимательством, в виде структурно отражающем требования к построению образовательных программ в бакалавриате (табл. 6).

В строках матрицы представлены учебные курсы, которые необходимо изучить студентам для формирования блоков компетентности, нужных им для успешного занятия предпринимательством по окончании обучения. Студенты имеют возможность выбрать один из двух профилей («Социальное предпринимательство», «Инновационное предпринимательство»), но вуз может зарезервировать и иные профили (например, «Предпринимательство в государственном секторе», «Предпринимательство в отраслях культуры», «Предпринимательство в индустрии спорта», «Предпринимательство в сфере услуг» и др.). Также, начиная с 3 семестра обучения, они вправе выбрать одну из двух дополнительных элек-

тивных дисциплин (например, 55а или 55б). В столбцах представлены составляющие совокупной компетентности, которые должны быть сформированы в процессе освоения студентами образовательной программы по предпринимательству.

Конкурентная компетентность в предпринимательстве и ее слагаемые

Постоянным читателям и авторам журнала «Современная конкуренция» было бы интересно ознакомиться с примером слагаемых компетентности, которые относим к блоку специальной профессиональной (предпринимательской) компетентности, а именно с *компетентностью предпринимателей в сфере конкуренции (конкурентной компетентностью)* (СПК-10). Компетентность в данной сфере предпринимательской деятельности существенно значима для успешного занятия предпринимательством на профессиональной основе, прежде всего для обеспечения конкурентной устойчивости и конкурентоспособности бизнеса.

Конкуренция между компаниями и конкуренция предпринимателей являются естественными частями занятия предпринимательством на любой его стадии. Более того, участие в конкуренции входит в перечень обязательных к исполнению предпринимательских функций. Отстаивание собственных интересов в бизнесе является одной из важнейших задач каждого предпринимателя, поэтому важно определить компетентность, необходимую для достижения, поддержания и укрепления конкурентных преимуществ, конкурентоспособности и конкурентной устойчивости бизнеса.

В соответствии с хорошо известными концепциями конкуренции [Porter, 1980, 1985, 1986; Рубин, 2010] в сфере конкуренции следует выделить профессиональные знания и умения, которые помогают выбирать подходящие конкурентные действия, стратегии и тактические модели конкурен-

Таблица 6. Пример гармонизированной матрицы компетенций по предпринимательству для образовательных программ в бакалавриате

Table 6. An example of a harmonized matrix of competencies to Bachelor's Degree Entrepreneurship Programs

Дисциплины		Компетенции		Семестр																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
				Базовая часть																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
1	Основы предпринимательства	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											

Компетенции		Дисциплины																												
		Семестр																												
	Базовая часть	3	10	СПК-1	СПК-2	СПК-3	СПК-4	СПК-5	СПК-6	СПК-7	СПК-8	СПК-9	СПК-10	СПК-11	СПК-12	СПК-13	ДПК-1	ДПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	
16	Проектный менеджмент	5				+			+								+				+					11	7	5	2	1
17	Финансовый менеджмент	5																		+										
18	Управление человеческими ресурсами	3				+						+					+	+							+					
19	Микроэкономика	2																	+				+							
20	Макроэкономика	1				+													+		+									
21	Прикладная микроэкономика (экономика предприятия)	2				+													+				+							
22	История																													
23	Философия	4														+											+			
24	Иностранный язык	4				+						+		+											+			+		
25	Основы безопасности жизнедеятельности	1																										+		+
26	Физическая культура	1																											+	+
	Вариативная часть																													
27	Налоги и налогообложение	4																			+									
28	Поведение потребителей	4										+		+									+		+					
29	Слияния и поглощения в бизнесе	6							+				+	+																
30	Корпоративные конфликты в бизнесе	7				+						+	+	+		+														
31	Бухгалтерский учет	3				+														+										
32	Силовое предпринимательство	6				+						+		+		+														
33	Деловой имидж	2																								+		+		
34	Оценка стоимости бизнеса	7																			+									
35	Бизнес и политика	7																							+					

Продолжение табл. 6

[illegible]

Окончание табл. 6

Компетенции		Дисциплины	Семестр																												
				Базовая часть	3	10	19	12	5	5	3	6	12	11	7	4	7	6	4	2	7	6	5	1	12	11	7	5	2	1	
	456	Создание и управление инновационным предприятием	4		+	+			+																						
	466	Управление инновационными бизнес-проектами	5		+						+																				
	476	Прогнозирование и управление инновационными рисками	6										+																		
	486	Генерирование инновационных бизнес-идей: тренинг	7		+							+														+					
		Дисциплины по выбору																													
	49a	Рынок ценных бумаг	3				+														+										
	496	Индивидуальное предпринимательство	3	+			+																								
	50a	Общество с ограниченной ответственностью	4	+			+																								
	506	Конфликтология	4											+												+	+				
	51a	Конкурентное право	5																									+			
	516	Управленческие навыки	5																							+	+				
	52a	Логистика	5					+																							
	526	Управление некоммерческими организациями	5				+																								
	53a	Конкурентный анализ	6																												
	536	Управление изменениями	6										+																		
	54a	Этническое предпринимательство	6											+													+	+			
	546	Международный бизнес	6																												
	55a	Инвестиционный анализ	7																												
	556	Управление качеством	7																									+			

ции, оценивать собственные конкурентные позиции, принимать решение о применении конкурентных маневров и хитростей.

Молодым людям зачастую кажется, что для участия в конкуренции им необходимо разве что выучить наизусть легкое для запоминания слово «конкуренция». В действительности предпринимателям приходится постоянно поддерживать и совершенствовать знания, умения, навыки, понимания в сфере конкуренции, инструменты ведения конкуренции. Функционируя в конкурентной среде, они вынуждены не только воспринимать, но и ощущать себя субъектами внутрифирменной и межфирменной конкуренции 24 часа в сутки, буквально жить конкуренцией, постоянно осмысливая ее реалии и перспективы во избежание излишних рисков и неожиданных угроз. Не удивительно, что в эмпирических исследованиях слагаемых компетентности, профессионально значимых для занятия предпринимательством, респонденты ставят конкурентную компетентность на одно из первых мест [Паникарова, Иванова, Матвиенко, Шишкин, Полбицын, 2014, С. 26–37].

Теоретический каркас конкурентной компетентности предпринимателей составляют их профессиональные знание и понимание закономерностей эволюции конкуренции, типов и характера конкурентного взаимодействия, видов, методов, стратегий, тактических моделей конкуренции, тактических операций, комбинаций, маневров, конкурентных действий по ситуации, а также ранжирования конкурентных статусов компаний, вопросов конкурентного анализа и содержания менеджмента конкурентных действий. Практическое пространство конкурентной компетентности предпринимателей образуется их деятельными умениями и навыками в вопросах менеджмента конкурентных действий своих компаний и менеджмента личного участия в конкуренции.

Модель конкурентной компетентности, необходимой для успешного занятия пред-

принимательством, схематично представлена на рис. 1.

Профессиональная компетентность предпринимателей в вопросах менеджмента конкурентных действий, предпринимаемых компаниями, распространяется на управление:

- достижением своими компаниями приемлемых конкурентных результатов, созданием, поддержанием и укреплением ими конкурентных преимуществ, недопущением возникновения конкурентных недостатков и исправлением этих недостатков в случае появления;
- совершением компаниями конкурентных действий на стратегическом, тактическом и ситуационном уровнях ведения бизнеса в соответствии с законом;
- формированием конкурентного потенциала компаний из любых подходящих внешних и внутренних источников.

Навыки и познания в менеджменте конкурентных действий помогают предпринимателям успешно реализовывать разные конкурентные действия и контролировать этот процесс. Процесс конкуренции управляется на трех уровнях: стратегическом, тактическом и ситуационном. Каждый уровень имеет особенности и требует специальной компетентности. Субъектам современного предпринимательства нужно одновременно быть компетентным в следующих вопросах:

- в обладании стратегическим видением целей участия в конкуренции, понимании смысла стратегий конкуренции, умении выбирать их и сочетать;
- понимании соотношения стратегии и тактики конкурентных действий, выявлении и ранжировании тактических соперников, постановке тактических задач, определении тактических периодов конкуренции и проведении оперативного контроля;
- умении ситуационно маневрировать и понимании того, что любые ситуационные действия не отменяют стратегии и тактики конкуренции.

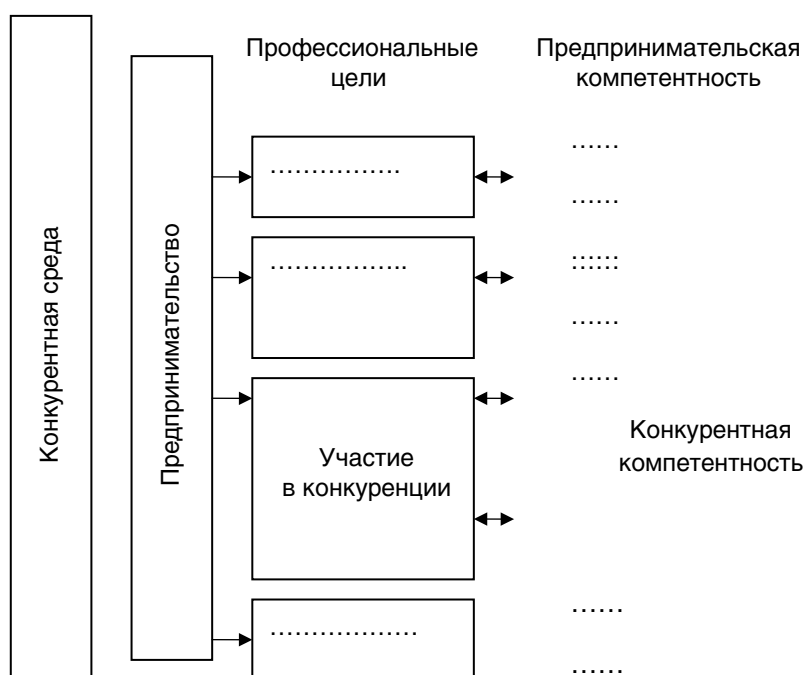


Рис. 1. Модель конкурентных компетенций, необходимых для успешного занятия предпринимательством

Fig. 1. The model of the competitive competencies required for successful entrepreneurship

Знания и умения в разработке и реализации конкурентной стратегии дают предпринимателям понимание различных возможных конкурентных стратегий, особенностей их реализации и возможных комбинаций. Навыки разработки и реализации тактики конкуренции позволяют предпринимателям управлять процессом конкуренции на тактическом уровне с применением различных тактических моделей соперничества. Им приходится постоянно управлять разработкой и применением компаниями стратегий и тактических моделей конкуренции, универсальных и специальных тактических конкурентных операций, действий по ситуации, закреплении компаний на выгодных полях конкуренции. Они должны владеть знаниями и навыками разработки конкурентных диспозиций, планов, систем стимулирования, операционных сценариев, организационных и технических регла-

ментов, рабочих схем выполнения конкурентных действий.

Так, современные предприниматели обязаны обладать на должном уровне знанием состава тактических полей конкуренции, навыками использования фронта, флангов, тыла в тактике конкурентных действий. Фронт представляет собой основное пространство тактического соперничества, фланги обозначают второстепенные направления и области взаимодействия, а тыл формируется ресурсами и направлениями, которые временно не вовлечены в процесс конкуренции, но могут потенциально быть использованы в нем.

Основная часть тактических моделей конкуренции основана на тактике либо обороны, либо наступления. Тактика наступления также называется тактикой первого хода и предполагает активное воздействие на соперников. На основе различных ти-

пов и видов наступления формируется целый ряд тактических наступательных операций. Их разделяют по нескольким категориям: операции в соперничестве за выгодные конкурентные позиции, операции в соперничестве за продукцию и цены, операции в соперничестве за ресурсы, операции по обеспечению превосходства в силе и качестве совершаемых конкурентных действий, фланговые тактические наступательные операции.

Другим важнейшим видом тактики конкурентных действий является оборона. В рамках компетентности в области тактики обороны в конкуренции предприниматели должны понимать и знать виды и типы обороны в конкуренции, оборонительных моделей и операций в конкуренции, задачи и направления конкурентной разведки и контрразведки. Предприниматели должны уметь определять способы применения тактических оборонительных операций и выбирать оптимальные тактические модели обороны и оборонительные операции. Важно, чтобы выпускники умели применять тактические модели превентивной обороны, обороны отдельных рубежей, обороны флангов, эшелонированной обороны, сплошной обороны, контрнаступления и глухой обороны. При этом обладали приемлемой компетентностью для реализации тактики активной и пассивной обороны, поскольку в их основе лежат противоположные тактические операции. Контрнаступление как особый вид тактики также относится к обороне и требует определенных навыков.

Компетентность в области тактики конкурентных действий включает также знания и умения в разработке и применении тактических моделей укоренения в специализированных нишах, отступления, сотрудничества, компромиссного сосуществования в конкуренции, разнообразных конкурентных маневров, тактических уловок и головоломок. Она является многосторонней, а соответствующие знания и умения нуждаются в детальном восприятии и освоении.

Компетентность в проведении конкурентного анализа позволяет оценивать как собственный конкурентный потенциал, так и потенциал конкурентов и других представителей окружения с использованием различных аналитических инструментов.

Навыки и познания в конкурентном позиционировании позволяют оценивать и управлять конкурентными позициями компании по отношению к другим участникам рынка.

Именно предпринимателям приходится больше, чем кому-либо, управлять формированием конкурентного потенциала участников рынка из любых подходящих и доступных источников.

Предприниматели играют ведущую роль в соперничестве компаний за доступ к выгодным внешним источникам ресурсов. Им принадлежит основная роль и в преобразовании ранее полученных компаниями результатов в ресурсы следующих периодов конкуренции.

То, что результаты, полученные ранее, должны «работать» в дальнейшем на укрепление собственного бизнеса, является аксиомой для любого компетентного владельца бизнеса. Добытые ранее конкурентные преимущества становятся хорошим подспорьем грядущих успехов. В то же время эти преимущества надо последовательно укреплять. Преобразование полученных результатов в развитие бизнеса — ступенька в будущее для любого серьезного профессионала. Поэтому его интересуют результаты участия в конкуренции, главным образом, с точки зрения того, как реинвестировать полученные доходы в ресурсы новых тактических периодов соперничества.

Предпринимателям приходится быть компетентными также в вопросах преобразования трудовых ресурсов нанятых сотрудников, чужих конкурентных преимуществ и недостатков в составные части конкурентного потенциала своих компаний. Им важно обладать компетентностью в области преобразования любых сколько-нибудь значимых

внутренних и внешних предпосылок в факторы укрепления конкурентного потенциала собственного бизнеса.

Компетентность в выборе и управлении конкурентным статусом позволяет предпринимателям определять их статус в конкурентной среде (лидер, претендент на лидерство, аутсайдер, дебютант и т. п.) и предпринимать соответствующие конкурентные действия.

Знание различных типов, методов и стилей конкурентных действий сочетается с навыками выполнения уместных, актуальных и своевременных конкурентных действий в процессе соперничества. Их наличие позволяет предпринимателям правильно выбирать, эффективно проводить и оценивать результаты различных конкурентных действий. Эти навыки и знания относятся к основным аспектам конкуренции на протяжении всего жизненного цикла компании [Porter, 1980; Рубин, 2010].

Компетентность в соблюдении антимонопольного законодательства позволяет предпринимателям соблюдать требования нормативной базы и предугадывать различные возможные прецеденты недобросовестной конкуренции, монополизации рынков и злоупотребления доминирующим положением со стороны соперников.

Важна предпринимателям и компетентность в вопросах самостоятельного следования закону и добросовестного участия в конкуренции. Она в значительной мере позволяет участникам рынка избегать нарушения норм права, ограждать себя от тактики мелкого фола и искушения борьбы без правил по-крупному. В современной конкурентной среде более значимыми для владельцев бизнеса и ведущих менеджеров компаний являются познания в вопросах не борьбы без правил, а соблюдения правил ведения соперничества и выполнения запретов на недобросовестные действия и злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Профессиональная компетентность предпринимателей в вопросах менеджмен-

та личного участия в конкуренции распространяется на управление личными достижениями в конкурентной среде, менеджмент личных конкурентных преимуществ и недостатков; управление лично совершаемыми действиями по отношению к внутрифирменному и внешнему окружению; управление формированием и развитием личного конкурентного потенциала.

Оба направления менеджмента включают знания / понимание и умения / владение навыками планирования, стимулирования, организации личного участия в конкуренции во главе своих компаний и контроля успешности или безуспешности такого участия (табл. 7).

Необходимость постоянного компетентного решения перечисленных вопросов по сути превращает работу предпринимателей в аналог вечного двигателя. Обеспечивая достижение подходящих результатов участия своих компаний в конкуренции, владельцы бизнеса и ведущие топ-менеджеры компаний вынуждены постоянно превращать их в ресурсы следующих периодов конкуренции, ориентируя на них технические характеристики конкурентных операций.

Заключение

Объем статьи не позволил подробно рассмотреть другие слагаемые компетентности предпринимателей, необходимые им для поддержания должного профессионализма в повседневной деятельности. Такой анализ еще ждет своих авторов. Однако важно подчеркнуть, что любой блок компетентности современных предпринимателей должен внимательно изучаться студентами в процессе освоения образовательных программ, нацеленных на создание у них предпосылок успешного выполнения предпринимательских функций.

Упорядочение представлений о предпринимательстве как о полезной профессиональной деятельности людей и о направленности образовательных программ по предпринимательству для российских

Таблица 7. Профессиональная компетентность предпринимателей в вопросах участия в конкуренции

Table 7. Professional competence of entrepreneurs in questions of participation in competition

Области профессиональной компетентности		Состав профессиональной компетентности	Знания / Понимание	Умения / Владение навыками
Менеджмент личного участия в конкуренции во главе своих компаний		Планирование	Знание / понимание содержания и структуры текущего личного конкурентного потенциала, перспектив его развития, инструментов управления им, а также потенциала окружения	Умения / навыки в сферах создания и укрепления личного конкурентного потенциала, наращивания личных конкурентных преимуществ, изживания недостатков, управления своими действиями
		Стимулирование		
		Организация		
		Контроль		
Менеджмент конкурентных действий своих компаний	Достижение компанией приемлемых конкурентных результатов	Планирование	Знание / понимание целей и задач в сфере управления достижением компаниями конкурентных результатов	Умения / навыки в сфере управления процессом конкуренции «за результаты»
		Стимулирование		
		Организация		
		Контроль		
	Совершение компанией конкурентных действий	Планирование	Знания / понимание в сфере управления параметрами силы и качества конкурентных действий, необходимых для достижения приемлемых результатов	Умения / навыки в сфере управления процессом конкуренции «за превосходство в силе и качестве конкурентных действий»
		Стимулирование		
		Организация		
		Контроль		
	Формирование конкурентного потенциала компаний	Планирование	Знание / понимание состава и структуры ресурсов, требуемых для успешного выполнения конкурентных действий, а также перечня источников ресурсов и управления способами их привлечения	Умения / навыки в сфере управления процессом конкуренции «за ресурсы»
		Стимулирование		
		Организация		
		Контроль		

образовательных организаций составляет в настоящее время определяющую задачу, которую необходимо решить для формирования в обществе реалистически-позитивного восприятия предпринимательства и мотивации граждан к занятию предпринимательством на постоянной основе.

Список литературы

1. Алавердов А. Р., Громова Н. В. Научно-педагогические работники и административно-управленческий персонал: конфликт интересов или конструктивное взаимодействие? // Высшее образование в России. 2017. №3. С. 5–16.
2. Белоцерковский А. В. К вопросу о согласовании образовательных и профессиональных стандартов // Высшее образование в России. 2015. №6. С. 26–31.
3. Климов Е. А. Введение в психологию труда. М.: Культура и спорт; ЮНИТИ, 1998. С. 65–67.
4. Корчагин Е. А., Сафин Р. С. Компетентностный подход и традиционное представление о высшем образовании // Высшее образование в России. 2016. №11. С. 47–54.
5. Митяева А. М. Содержание многоуровневого высшего образования в условиях реализации компетентностной модели // Педагогика. 2008. №8.
6. Паникарова С. В., Иванова А. В., Матвиенко Д. Ю., Шишкин Д. Г., Полбицын С. Н. Лучшие практики обучения предпринимательству: возможности использования в России. Сборник тезисов Международной конференции «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». 18 ноября 2014 г. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. С. 26–37.
7. Пилипенко С. А., Жидков А. А., Караваева Е. В., Серова А. В. Сопряжение ФГОС и профессиональных стандартов: выявленные проблемы, возможные подходы,

- рекомендации по актуализации // Высшее образование в России. 2016. № 6. С. 5–15.
8. Рубин Ю. Б., Емельянов А. А. Стандартизация образовательной деятельности как фактор конкурентоспособности российского высшего образования // Высшее образование в России. 2005. № 11.
 9. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3.
 10. Рубин Ю. Б. Рынок образовательных услуг: от качества к конкурентоспособным бизнес-моделям // Высшее образование в России. 2011. № 5.
 11. Рубин Ю. Б. Высшее предпринимательское образование в России: диагностика проблемы // Высшее образование в России. 2015. № 11.
 12. Рубин Ю. Б. Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата // Высшее образование в России. 2016а. № 1.
 13. Рубин Ю. Б. Образовательная программа по предпринимательству в бакалавриате и условия ее реализации // Высшее образование в России. 2016б. № 2.
 14. Рубин Ю. Б. Управление собственным бизнесом. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016.
 15. Рубин Ю. Б. Становление аудита качества российского образования // Педагогика. 2016. № 3.
 16. Сенашенко В. С. О соотношении профессиональных стандартов и ФГОС: высшее образование // Высшее образование в России. 2015. № 6. С. 31–36.
 17. Соболева Э. Ю. Проекты в сфере образовательного аудита: требования к экспертам // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 6. С. 57–61.
 18. Шадриков В. Д. Профессиональные способности. М.: Университетская книга, 2010. С. 122–196.
 19. Lans T., Bergevoet R., Mulder M., Van Woerkum C. Identification and measurement of competencies of entrepreneurs in agribusiness // Batterink M., R. Cijssouw, M. Ehrenhard, H. Moonen and P. Terlouw (eds.). Selected Papers from the 8th Ph. D. Conference on Business Economics, Management and Organization Science, PREBEM/NOBEM. Enschede, 2005.
 20. Morris M. H. Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy / Ed. Morris M. H. Edward Elgar Publishing, 2014.
 21. Morris M. H. Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy. Ed. M. Morris and E. Liguori // Edward Elgar Publishing, 2016.
 22. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: The Free Press, 1980.
 23. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 1985.
 24. Porter M. E. (ed.) Competition in Global Industries. Boston: Harvard Business School Press, 1986.
 25. Belotserkovsky A. V. To the question about the harmonization of educational and professional standards. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2015, no. 6, pp. 26–31 (in Russian).
 26. Klimov E. A. *Vvedenie v psichologiju truda* [Introduction to psychology of labour]. Moscow, Culture and sport; UNITY, 1998, pp. 65–67.
 27. Korchagin E. A., Safin R. S. Competence approach and the traditional view of higher education. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2016, no. 11, pp. 47–54 (in Russian).
 28. Lans T., Bergevoet R., Mulder M., Van Woerkum C. Identification and measurement of competencies of entrepreneurs in agribusiness. Batterink M., Cijssouw R., Ehrenhard M., Moonen H., Terlouw P. (eds.). Selected Papers from the 8th Ph. D. Conference on Business Economics, Management and Organization Science, PREBEM/NOBEM, Enschede, 2005.
 29. Mityaeva A. M. The contents of multi-level higher education in the conditions of implementation of competence models. *Pedagogika*, 2008, no. 8 (in Russian).
 30. Morris M. H. Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy. Ed. Morris M. H. Edward Elgar Publishing, 2014.
 31. Morris M. H. Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy. Ed. M. Morris and E. Liguori. Edward Elgar Publishing, 2016.
 32. Panikarova S., Ivanova A., Rubin Yu., Matvienko D., Shishkin D., Polbitsin S. *Luchshie praktiki obucheniya predprinimatel'stvu_vozmozhnosti ispol'zovaniya v Rossii* [The Best Practices of Entrepreneurship Education: the Possibility of Using in Russia]. In Proceedings of The International Conference «International Conference The Formation of Professional Entrepreneurial Competencies of Young People in the Process of Entrepreneurship Education». Moscow, Moscow University of Industry and Finance «Synergy», 2014, pp. 26–37 (in Russian).
 33. Pilipenko S. A., Zhidkov A. A., Karavaeva E. V., Serov A. V. Pairing FSES and professional standards: identified problems, possible approaches, and recommendations for updating. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2016, no. 6, pp. 5–15 (in Russian).
 34. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York, The Free Press, 1980.
 35. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York, The Free Press, 1985.
 36. Porter, M. E. (ed.) Competition in Global Industries. Boston, Harvard Business School Press, 1986.
 37. Rubin Yu. B., Emeľyanov A. A. Standardization of educational activity as the factor of competitiveness of Russian higher education. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2005, no. 11 (in Russian).
 38. Rubin Yu. B. Controversial Issues of the Modern Theory of Competition. *Sovremennaya konkurenciya* — Journal of Modern Competition. 2010, no. 3 (in Russian).
 39. Rubin Yu. B. The Market of Educational Services: from Quality to Competitive Business Models. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2011, no. 5 (in Russian).
 40. Rubin Yu. B. Higher entrepreneurship education in Russia: diagnosis of the problem. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2015, no. 11 (in Russian).

References

1. Alaverdov A. R., Gromova N. V. Scientific and pedagogical workers and administrative staff: conflict of interest, or constructive interaction? *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2017, no. 3, pp. 5–16 (in Russian).

18. Rubin Yu. B. Formation of Competencies in the Field of Entrepreneurship in the Educational Space of the Bachelor's Degree. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2016a, no. 1 (in Russian).
19. Rubin Yu. B. Educational Program on Entrepreneurship for Bachelor's Degree and Conditions for its Implementation. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2016b, no. 2 (in Russian).
20. Rubin Yu. B. *Upravlenie sobstvennym biznesom* [Managing own business]. Moscow, Moscow University for Industry and Finance «Synergy», Market DS Publ., 2016.
21. Rubin Yu. B. The Formation of the Audit Quality of Russian Education. *Pedagogika*, 2016, no. 3 (in Russian).
22. Senashenko V. S. On the correlation of professional standards and FSES: Higher Education. *Vysshee obrazovanie v Rossii* — Higher Education in Russia, 2015, no. 6, pp. 31–36 (in Russian).
23. Soboleva E. Yu. Projects in the field of educational audit requirements to experts. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* — Management in Russia and Abroad, 2012, no. 6, pp. 57–61 (in Russian).
24. Shadrikov V. D. *Professional'nye Sposobnosti* [Professional Abilities]. Moscow, University book, 2010, pp. 133–134.

Yu. Rubin, Moscow University for Industry and Finance «Synergy», Russian Association for Entrepreneurship Education, Moscow, Russia, yrubin@synergy.ru

E. Alekseeva, Theory and Practice of Competition Department, Moscow University for Industry and Finance «Synergy», Moscow, Russia, eturchaninova@synergy.ru

M. Lednev, Theory and Practice of Competition Department, Moscow University for Industry and Finance «Synergy», Moscow, Russia, mlednev@bk.ru

D. Mozhzhukhin, Russian Association for Entrepreneurship Education, Moscow, Russia, dmozhzhukhin@ruaee.ru

Entrepreneurship education: the way of rooting in University segment of Russian education

Entrepreneurship is the main vector of the global economy evolution throughout its long history. In the modern world, entrepreneurship has become a way of internationalization of social life, inter-ethnic and inter-cultural cooperation of people. Not in doubt, the key importance of entrepreneurship as a system-forming element of the modern Russian economy.

However, entrepreneurship is still not recognized in Russia as a direction of socially useful activity of people and respected profession. There are several factors that limit the formation of positive images of entrepreneurs and entrepreneurship in the minds of Russians and not allow you to put entrepreneurship on a par with other professions.

The biggest problem in terms of rooting constructive ideas about modern entrepreneurship is the lack of a definition of specific items and objects of professional activity of entrepreneurs, the enterprise resources and business processes, the mission of the entrepreneurship in the Russian economy, the professional interests of entrepreneurs and the list of professional functions, that are the exclusive competency of the entrepreneurs.

Keywords: professional standardization in modern entrepreneurship, competency-based approach in entrepreneurship education, educational program on entrepreneurship, professional requirements to entrepreneurs, learning outcomes in entrepreneurship education, matrix of competencies, structure of competencies necessary for successful entrepreneurship activities, entrepreneurial competencies, competitive competencies.

About authors:

Yu. Rubin, *Dr. Sci. (Economy), Prof., Rector, President*; E. Alekseeva, *Lecturer*; M. Lednev, *Cand. Sci. (Economy), Assoc. Prof.*; D. Mozhzhukhin, *Executive Director*

For citation:

Rubin Yu., Alekseeva E., Lednev M., Mozhzhukhin D. Entrepreneurship education: the way of rooting in University segment of Russian education. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 12, no. 2 (68), pp. 30–56 (in Russia, abstr. in English).

Коротков А. В., аспирант кафедры управления наукой и инновациями, НИУ ВШЭ, г. Москва, anvikor@list.ru

Экосистема предпринимательского образования как объект государственной поддержки

В течение последних десяти лет в широкое практическое использование в государственных стратегиях, экспертных отчетах и научных исследованиях вошел термин «экосистема предпринимательского образования», однако без его четкого определения или структурного описания. В рамках данного исследования было проанализировано содержание государственных стратегий семи европейских стран, а также рекомендаций трех международных организаций по поддержке предпринимательского образования, с целью определения содержания данного термина и выработки определения экосистемы предпринимательского образования, как объекта государственной поддержки.

Ключевые слова: предпринимательское образование, экосистема предпринимательского образования, государственная поддержка, направления государственной поддержки, функциональная модель.

Введение

За последние 10 лет актуальность вопроса государственной поддержки предпринимательского образования (далее — ПО) в Европе¹ и в России² заметно возросла. В результате появился целый ряд государственных стратегических документов, которые определяют ключевые направления государственной поддержки ПО³. Однако отсутствие строгих, обоснованных и общепризнанных теоретических понятий и определений в сфере ПО приводит к использованию каждой из стран собственных определений, разработанных на основе сбора мнений широкого круга

национальных экспертов. Международные организации, которые за тот же период опубликовали целый ряд отчетов, содержащих рекомендации по выбору направлений реализации государственной поддержки ПО, также опирались в своих выводах преимущественно на мнения широкого круга экспертов, а не на теоретические исследования и строгие определения⁴.

Таким образом, в различных странах и международных организациях накопились результаты выявления ключевых направлений государственной поддержки ПО на основе мнений широкого круга экспертов в сфере ПО. Естественным следствием сбора мнений различных экспертов, при отсутствии общепризнанных определений и теоретических обоснований, является большое разнообразие формулировок и подходов к описанию направлений государственной поддержки ПО. При этом перечни направлений поддер-

¹ Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. European Commission. 2016.

² Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в РФ до 2030 года. Министерство экономического развития РФ. 2016.

³ Strategy for Education and Training in Entrepreneurship. Danish Ministry of Science, Technology and Innovation, 2009; Entrepreneurial learning strategy of the Republic of Macedonia 2014–2020. Macedonia, 2014.

⁴ Building business and entrepreneurship awareness. International Labour Organization. 2011; Final Report of the Thematic Working Group on Entrepreneurship Education. European Commission, 2014.

жки близки друг другу по смыслу в различных государственных стратегиях и рекомендациях международных организаций. В первую очередь, подобное разнообразие формулировок относится к термину «экосистема ПО», который используется в подобных документах с 2010 года для обозначения совокупности объектов, на которые направлена государственная поддержка, но метафорически и без точного определения⁵.

Обзор литературы

Для разработки корректного определения экосистемы ПО на основе богатого опыта, накопленного широким кругом экспертов и представленного в государственных программных документах и отчетах международных организаций, необходимо прояснение определения термина «экосистема», используемого в экологии, а также понимание эволюции практики использования терминов «предпринимательская экосистема» и «экосистема ПО» и отличий между ними.

Определение понятия «экосистема» в наиболее распространенном сегодня виде было введено британским экологом А. Тенсли в 1935 г. [Willis, 1997, с. 268] — система, состоящая из группы живых существ, окружающей среды, в которой они обитают, и установившегося между ними взаимодействия. Термин «предпринимательская экосистема» появился благодаря американскому ученому Джеймсу Муру в 1993 г. [Moore, 1993, с. 75]. Однако содержание данного понятия в нынешнем виде было разработано только в 2010 г. Джоном Айзенбергом [Isenberg, 2010, с. 40] и в 2013 г. с небольшими дополнениями признано широким кругом участников Международного экономи-

ческого форума⁶ (далее — МЭФ). В соответствии с данным определением в состав предпринимательской экосистемы входит восемь элементов: доступные рынки, финансирование, человеческий капитал, инфраструктура и законодательство, система образования, ведущие университеты в роли катализаторов, отношение к предпринимательству в культуре. В данном определении ПО не рассматривается в качестве самостоятельной экосистемы и является лишь частью одного из элементов предпринимательской экосистемы — системы образования.

В конце 1990-х и начале 2000-х годов в практику научных исследований вошел термин «экосистема ПО», который применялся по отношению к отдельным университетам [Brush, 2014, с. 25] [Shabir, Riyaz, 2014, с. 1] и странам [Redford, 2008], [Basu, 2014, с. 5], [Rahim, 2015, с. 18] (далее в статье под экосистемой ПО подразумевается экосистема ПО страны, а не университета). Среди подобных научных работ можно выделить одну, которая посвящена исследованию непосредственно экосистемы ПО [Regele, Neck, 2012, с. 25]. В данной работе 2012 г. американскими учеными была предложена концепция субэкосистемы ПО (entrepreneurship education subecosystem) как части предпринимательской экосистемы США. В соответствии с данной концепцией субэкосистема ПО относится к трем уровням системы образования (школьное образование, высшее образование, дополнительная профессиональная подготовка) и характеризуется для каждого из уровней четырьмя параметрами — объектом обучения (школьники или студенты), содержанием и методиками обучения, а также образовательными организациями, которые реализуют ПО.

⁵ Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education. DG Enterprise. European Commission, 2010; Entrepreneurial learning strategy of the Republic of Macedonia 2014–2020. Macedonia. 2014.

⁶ Entrepreneurial ecosystems around the globe and company dynamics. Report Summary for the Annual Meeting of the New Champions. World Economic Forum. 2013.

В начале 2010-х годов термин «экосистема ПО» начал использоваться в отчетах международных организаций и национальных стратегиях развития предпринимательского образования европейских стран⁷. В данных документах термин «экосистема ПО» используется для объединения всех направлений государственной поддержки ПО в единую связную теоретическую конструкцию. И формулировки, используемые при ее описании, отличаются в различных документах, в силу отличия перечней направлений поддержки ПО в различных странах и разных отчетах международных организаций. Но несмотря на различия в формулировках, по смыслу перечни направлений государственной поддержки ПО похожи друг на друга, что можно заметить даже при анализе оглавлений подобных документов. Данные перечни в большинстве случаев делятся по различным уровням системы образования⁸, хотя некоторые страны делят их по стадиям обучения предпринимательству⁹ [Коротков, Зобнина, 2016, с. 290]. Также все перечни направлений поддержки ПО затрагивают такие базовые элементы ПО, как преподаватели, методы и содержание обучения, мониторинг эффективности обучения предпринимательству и эффективности государственной поддержки ПО и др.

Сложившаяся на данный момент ситуация с использованием понятия экосистема ПО в государственных стратегических документах, а также в отчетах международ-

ных организаций и научных исследованиях свидетельствует о том, что назрела необходимость в разработке теоретической конструкции, системно рассматривающей данное понятие, и в том числе в разработке его определения, чему и посвящена данная статья.

Методология исследования

Для уточнения содержания понятия и разработки определения экосистемы ПО как теоретической конструкции, объединяющей различные объекты государственной поддержки ПО, было проведено исследование, состоящее из четырех стадий.

На первой стадии исследования выбраны документы, содержащие подробное описание направлений государственной поддержки ПО и основанные на передовом опыте широкого круга европейских экспертов в сфере ПО. Наиболее детализированными документами, находящимися в открытом доступе и отвечающими заданному критерию, являются государственные стратегии европейских стран по развитию и поддержке ПО, а также отчеты наиболее авторитетных международных организаций по данному вопросу.

Государственные стратегии по поддержке ПО выбраны в соответствии с несколькими критериями. Во-первых, отобраны страны Европы с развитой и развивающейся экономикой, а также страны с переходной экономикой, в соответствии с классификацией, введенной в 2008 г. в Global Competitiveness Report¹⁰. Во-вторых, из рассмотрения исключены страны с населением меньше двух миллионов человек в силу высокой специфичности их опыта развития предпринимательства и высокой зависимости от соседних государств. В-третьих, исключены страны, принимавшие участие в исследовании Глобальный

⁷ Entrepreneurial learning strategy of the Republic of Macedonia 2014–2020. Macedonia, 2014; Final Report of the Thematic Working Group on Entrepreneurship Education. European Commission. 2014; Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education. DG Enterprise. European Commission, 2010.

⁸ Entrepreneurial learning strategy of the Republic of Macedonia 2014–2020. Macedonia, 2014; Entrepreneurship in Education and Training from compulsory school to higher education 2009–2014. Action plan. Finland, 2009.

⁹ Youth Entrepreneurship Strategy: Action Plan 2010–2015. Welsh Assembly Government. 2010; Action Plan for Entrepreneurship and Education. Welsh Assembly Government, 2004.

¹⁰ Global Competitiveness Report 2015–2016. World Economic Forum. 2016.

предпринимательский мониторинг¹¹ (Global Entrepreneurship Monitoring) менее пяти лет, как страны, обладающие небольшим опытом участия в международном обсуждении вопросов развития предпринимательства. Для всех стран, соответствующих заданным критериям, был проведен поиск государственных стратегических документов (государственные стратегии в сфере предпринимательства, ПО, образования, молодежной политики, науки и инноваций, экономического развития и др.), находящихся в открытом доступе и содержащих подробное описание направлений государственной поддержки ПО на английском языке. Также были выбраны отчеты международных организаций и международных исследовательских проектов, посвященных ПО, опубликованных за последние десять лет и содержащих наиболее подробные описания направлений государственной поддержки ПО. Таким образом, была сформирована эмпирическая база, позволяющая определить наиболее полный перечень направлений государственной поддержки ПО, который отражает наиболее полный перечень элементов экосистемы ПО как объекта государственной поддержки.

В рамках второй стадии исследования проведен анализ содержания найденных документов на предмет выявления перечней направлений государственной поддержки ПО. Из каждого документа, описывающего государственную поддержку ПО, выписаны все задачи, соответствующие различным направлениям поддержки. Задачи из различных документов сопоставлены друг с другом по смыслу и совпадающие или близкие по смыслу объединены в группы. Для каждой из полученных групп подобрана формулировка, отражающая смысл находящихся в ней задач. Далее сформирована сравнительная таблица, отражаю-

щая наличие или отсутствие задач, соответствующих полученным названиям групп, в проанализированных документах. Данная таблица позволила выявить наиболее распространенные задачи, используемые в подобных документах.

В рамках третьей стадии исследования из полученного общего списка направлений государственной поддержки ПО исключены дублирования и пересечения по смыслу между различными задачами, полученными на предыдущей стадии. С этой целью разработана функциональная модель экосистемы ПО по методологии IDEFO¹² на основе полученного перечня задач.

Представленная выше методика формирования перечня задач и соответствующих им направлений государственной поддержки ПО позволила обеспечить свойства полноты и непротиворечивости для данного перечня. И это, в свою очередь, позволило обеспечить полноту и непротиворечивость перечня элементов экосистемы ПО как объекта государственной поддержки, определенных в соответствии с полученным перечнем направлений государственной поддержки ПО.

Результаты исследования

В рамках первой стадии исследований было отобрано 28 европейских стран¹³, соответствующих заданным выше критериям, для которых был проведен поиск и анализ документов, регламентирующих государственную поддержку ПО. В результате поиска подобных документов и анализа их содержания отобрано десять документов,

¹¹ Global Entrepreneurship Monitor. 2015/16 Global report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2016.

¹² Integration Definition for Function Modeling (IDEFO). Draft Federal Information Processing Standards Publication. 1993.

¹³ Австрия, Бельгия, Босния и Герцеговина, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Латвия, Литва, Македония, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, Турция, Финляндия, Франция, Хорватия, Чехия, Швейцария, Швеция.

описывающих государственную поддержку ПО семи европейских стран (областей), соответствующих всем заданным критериям: Босния и Герцеговина¹⁴, Македония¹⁵, Великобритания (Уэльс)¹⁶, Бельгия (Фландрия)¹⁷, Дания¹⁸, Норвегия¹⁹, Финляндия²⁰.

Рассмотрение опыта Великобритании и Бельгии показало, что каждая из частей страны обладает собственной стратегией поддержки ПО. В данном случае были выбраны части стран, которые удовлетворяют заданным критериям. Также при рассмотрении опыта Великобритании (Уэльс), Норвегии и Финляндии найдено по два документа для каждой страны, содержащих подробное описание направлений государственной поддержки ПО, реализованных последовательно друг за другом. В связи с этим для данных стран было рассмотрено по два документа.

Также в рамках первой стадии исследования были проанализированы отчеты следующих международных организаций и международных исследовательских проектов, посвященных ПО и опубликованных за последние 10 лет: Мировой банк, МЭФ, Европейская комиссия, Организация экономического сотрудничества и развития,

Международная организация труда, Европейский фонд исследований в сфере предпринимательства, Центр предпринимательского образования Юго-Восточной Европы, Глобальный предпринимательский мониторинг. Среди них были выбраны отчеты, содержащие наиболее подробные рекомендации по поддержке ПО на государственном уровне:

- «Будущее ПО в Европе» (на основе результатов конференции, посвященной ПО, прошедшей в городе Осло) (The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe) (2006 г.)²¹;
- «На пути к расширению сотрудничества в области ПО» (Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education) (2010 г.) European Commission²²;
- «Развитие грамотности в области бизнеса и предпринимательства» (Building business and entrepreneurship awareness) (2011 г.) International Labour Organization²³;
- Заключительный отчет Тематической рабочей группы по вопросам ПО (Final Report of the Thematic Working Group on Entrepreneurship Education) (2014 г.) European Commission²⁴.

В результате эмпирическую базу исследования составили 14 документов.

В рамках второй стадии исследования получен полный перечень задач по государственной поддержке ПО, входящих в документы, составляющие эмпирическую базу исследования. Данный перечень задач был разбит на группы, в свою очередь объединенные в семь тематических блоков:

¹⁴ Strategy for EL in Education Systems in BiH for the period 2012–2015. Bosnia and Herzegovina, 2012.

¹⁵ Entrepreneurial learning strategy of the Republic of Macedonia 2014–2020. Macedonia, 2014.

¹⁶ Youth Entrepreneurship Strategy: Action Plan 2010–2015. Welsh Assembly Government. 2010; Action Plan for Entrepreneurship and Education. Welsh Assembly Government, 2004.

¹⁷ 2011–2014 Action Plan on Entrepreneurial Education. Belgium, 2011.

¹⁸ Strategy for Education and Training in Entrepreneurship. Denmark, 2009.

¹⁹ Entrepreneurship in Education and Training from compulsory school to higher education 2009–2014. Action plan. Norway, 2009; The first Norwegian strategy plan on Entrepreneurship Education 2004–2008. Norway, 2004.

²⁰ Decade of Entrepreneurship 1995–2005. Finland, 1995; Guidelines for entrepreneurship education, Finland. 2009.

²¹ The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe. European Commission, 2006.

²² Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education. DG Enterprise. European Commission, 2010.

²³ Building business and entrepreneurship awareness. International Labour Organization, 2011.

²⁴ Final Report of the Thematic Working Group on Entrepreneurship Education. European Commission, 2014.

1. Внедрение ПО в государственную систему образования.

2. Разработка учебно-методических материалов по П.

3. Подготовка и повышение квалификации преподавателей по П.

4. Формирование сообщества участников ПО.

5. Поддержка начинающих предпринимателей.

6. Мониторинг результатов государственной поддержки ПО.

7. Финансирование ПО.

Также сформирована сравнительная таблица, отражающая наличие или отсутствие тех или иных задач по поддержке ПО в проанализированных документах (табл. 1).

В ней использованы следующие обозначения:

- Документ № 1 — «Будущее ПО в Европе» (2006 г.);

- Документ № 2 — «На пути к расширению сотрудничества в области ПО» (2010 г.);

- Документ № 3 — «Развитие грамотности в области бизнеса и предпринимательства» (2011 г.);

- Документ № 4 — Заключительный отчет Тематической рабочей группы по вопросам ПО (2016 г.);

- П — предпринимательство.

В проанализированных документах представлен целый ряд задач, которые направлены не на непосредственную поддержку ПО, а на создание инструментов и получение информации, необходимых для разработки плана действий по поддержке ПО — создание экспертного совета, проведение научных исследований, анализ лучших зарубежных практик по поддержке ПО и др. Они не были включены в рассмотрение, так как направлены на выработку управленческих решений, а не на поддержку ПО непосредственно.

В полученной сравнительной таблице можно заметить явные дублирования и пересечения по смыслу между различными задачами. Например, следующие две

задачи явным образом пересекаются по смыслу:

- Создать инструменты для обмена опытом между всеми участниками ПО (ученики, выпускники, учителя, государственные и частные учебные учреждения, предприниматели, региональные власти, профессиональные ассоциации и т. д.).

- Обеспечить регулярное проведение национальных конкурсов, форумов, конференций, чемпионатов и других мероприятий, посвященных ПО.

Для устранения дублирований и пересечений различных задач в полученном перечне была реализована следующая стадия исследования. В результате третьей стадии на основе полученного полного перечня задач государственной поддержки ПО разработана функциональная модель экосистемы ПО, схематично представленная на рис. 1. Каждой задаче из полученного перечня сопоставлена функция из функциональной модели. Центральное место в данной модели занимает сфера ПО, состоящая из функций по непосредственной реализации и обеспечению ПО.

При построении данной функциональной модели использована классификация ПО по уровням системы образования и стадиям обучения предпринимательству, разработанная в предыдущей статье на основе анализа классификаций ПО, используемых в государственных стратегических документах европейских стран и отчетах международных организаций [Коротков, Зобнина, 2016, с. 290].

В результате проведенного исследования удалось добиться свойств полноты и непротиворечивости для полученного перечня элементов функциональной модели и соответствующих им направлениям государственной поддержки ПО. Далее в рамках данной работы полученный перечень, отражающий основные элементы экосистемы ПО как объекта государственной поддержки будет называться «Перечень ключевых направлений государственной поддержки ПО»:

Таблица 1. Сравнительная таблица содержания государственных стратегий по поддержке ПО семи европейских стран и четырех отчетов международных организаций по вопросам государственной поддержки ПО

Table 1. Content comparative table of entrepreneurial education strategies of seven European countries and four international organizations reports about entrepreneurial education state support

№	Задачи, выполняемые в рамках государственных стратегий европейских стран и рекомендуемые к выполнению международными организациями	Финляндия	Великобритания (Уэльс)	Норвегия	Дания	Бельгия (Фландрия)	Босния и Герцеговина	Македония	Документ № 1	Документ № 2	Документ № 3	Документ № 4
1	Внедрение ПО в государственную систему образования											
1.1.	Повысить общий уровень осведомленности населения о П и ПО / Сформировать позитивное отношение населения к П и ПО	+	+	+	+	+	+	+	+		+	
1.2	Поощрять самозанятость среди молодежи и безработных / привлечь внимание молодых людей к самореализации в П	+	+				+		+		+	+
1.3	Внедрить ПО на всех уровнях системы образования (начальная школа, средняя школа, ПТУ, университет, повышение квалификации и т.д.)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	Разработка учебно-методических материалов по П											
2.1	Разработать государственный стандарт содержания ПО (знания, навыки, личные качества), в том числе на основе примеров, распространенных в международной практике	+	+	+	+	+	+	+		+		+
2.2	Разработать государственную систему квалификационных тестов / экзаменов по П	+			+		+		+			
2.3	Разработать новые учебно-методические материалы по П, в том числе на основе лучших образцов, найденных в стране и за рубежом	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
2.4	Создать онлайн-платформу с базой учебно-методических материалов по П		+	+	+	+			+	+	+	+
3	Подготовка и повышение квалификации преподавателей по П											
3.1	Обучить преподавателей по П / Внедрить дисциплину «Предпринимательство» в базовое педагогическое образование	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3.2	Создать систему повышения квалификации преподавателей по П с использованием лучших зарубежных и национальных практик. Создать стимулы для преподавателей для повышения квалификации по ПО	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+

Продолжение табл. 1

№	Задачи, выполняемые в рамках государственных стратегий европейских стран и рекомендуемые к выполнению международными организациями	Финляндия	Великобритания (Уэльс)	Норвегия	Дания	Бельгия (Фландрия)	Босния и Герцеговина	Македония	Документ № 1	Документ № 2	Документ № 3	Документ № 4
3.3	Разработать учебно-методические материалы для подготовки и повышения квалификации преподавателей по П, в том числе с использованием лучших национальных и зарубежных практик	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
3.4	Создать систему подтверждения уровня квалификации / сертификации преподавателей по П				+	+						+
3.5	Создать систему повышения квалификации руководителей учебных заведений по внедрению ПО в учебный процесс. Создать стимулы для руководителей учебных заведений для внедрения ПО в учебный процесс		+	+	+		+		+	+		+
3.6	Создать сообщество преподавателей по П	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
4	Формирование сообщества участников ПО											
4.1	Вовлечь действующих предпринимателей в образовательный процесс / Наладить взаимодействие между сферой образования и бизнесом по вопросу обучения П	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
4.2	Выявлять и поощрять компании и предпринимателей, наиболее активно участвующих в обучении П						+		+	+	+	+
4.3	Создать инструменты для обмена опытом между всеми участниками ПО (ученики, выпускники, учителя, государственные и частные учебные учреждения, предприниматели, региональные власти, профессиональные ассоциации и т. д.)	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
4.4	Обеспечить регулярное проведение национальных конкурсов, форумов, конференций, чемпионатов и других мероприятий, посвященных ПО	+	+	+	+	+	+					
4.5	Наладить взаимодействие с международным сообществом участников ПО (участие в международных ассоциациях / участие в международных мероприятиях и проектах, посвященных ПО / участие в международных исследованиях состояния и эффективности ПО и т. д.)	+		+	+		+	+				

Окончание табл. 1

№	Задачи, выполняемые в рамках государственных стратегий европейских стран и рекомендуемые к выполнению международными организациями	Финляндия	Великобритания (Уэльс)	Норвегия	Дания	Бельгия (Фландрия)	Босния и Герцеговина	Македония	Документ № 1	Документ № 2	Документ № 3	Документ № 4
5	Поддержка начинающих предпринимателей											
5.1	Создать условия обучения, способствующие развитию практических предпринимательских навыков у учеников. Предоставить всем ученикам возможности получить практический опыт в рамках обучения П	+	+	+	+		+	+	+			
5.2	Создать инфраструктуру для поддержки начинающих предпринимателей (консультационная, финансовая, имущественная, производственная и другая)	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
6	Мониторинг результатов государственной поддержки ПО											
6.1	Разработать перечень показателей/параметров и инструментов для мониторинга процесса реализации стратегии поддержки ПО и обеспечить регулярное проведение мониторинга	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
6.2	Согласовать систему показателей / параметров для мониторинга с международными системами мониторинга							+	+			+
6.3	Обеспечить регулярное проведение мониторинга учебных результатов по П во всех государственных учебных заведениях, в которых реализуется ПО			+					+		+	
6.4	Создать единый реестр действующих в стране инициатив (частные, общественные, государственные) по обучению П	+		+		+			+	+		+
6.5	Выявить наиболее эффективные инициативы в сфере ПО, действующие в стране	+				+	+		+	+	+	+
7	Финансирование											
7.1	Выделить государственное финансирование на поддержку ПО	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7.2	Предоставить государственную поддержку для частных инициатив в сфере ПО			+	+	+	+				+	
7.3	Привлечь софинансирование для реализации стратегии поддержки ПО из зарубежных источников								+		+	

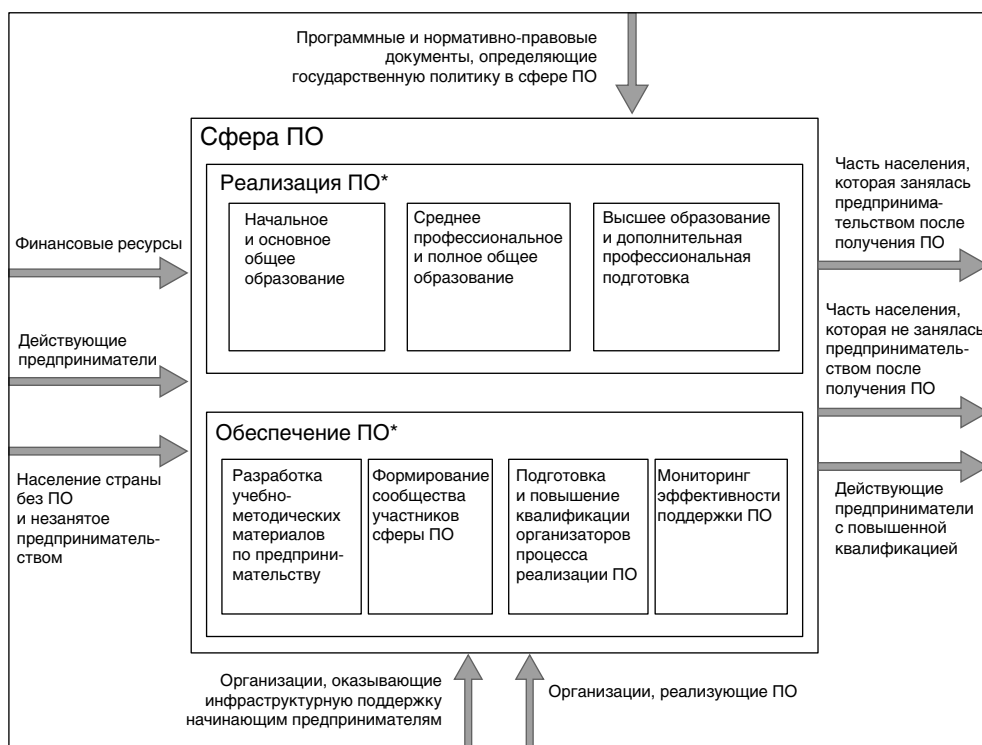


Рис. 1. Схематическое изображение функциональной модели экосистемы ПО

Fig 1. Schematic figure of the functional model of the entrepreneurial education ecosystem

* Деление сферы ПО на две части (реализация ПО, обеспечение ПО) введено для удобства обозначения

1. Разработка программных и нормативно-правовых документов, определяющих условия реализации ПО.

2. Формирование сообщества участников сферы ПО:

- привлечение действующих предпринимателей к участию в обучении предпринимательству / система формирования профессионального сообщества организаторов образовательного процесса по обучению предпринимательству;

- организация мероприятий различного масштаба, посвященных ПО / онлайн-платформа, посвященная ПО;

- выстраивание взаимодействия с зарубежными организациями и профессиональными сообществами специалистов, работающими в сфере ПО.

3. Разработка учебно-методических материалов по предпринимательству:

- разработка и развитие государственного стандарта содержания ПО;

- разработка инструментов мониторинга для определения эффективности реализации ПО;

- разработка учебно-методических материалов для обучения предпринимательству.

4. Подготовка и повышение квалификации организаторов процесса реализации ПО (преподаватели, руководители образовательных организаций):

- разработка учебно-методических материалов для подготовки преподавателей по предпринимательству;

- подготовка и повышение квалификации преподавателей по предпринимательству;

- повышение квалификации руководителей организаций по вопросу внедрения ПО в учебный процесс.

5. Мониторинг эффективности поддержки ПО:

- разработка инструментов и показателей для мониторинга эффективности поддержки ПО;

- реализация мониторинга эффективности поддержки ПО.

6. Поддержка организаций, реализующих ПО.

7. Поддержка организаций, оказывающих инфраструктурную поддержку начинающим предпринимателям.

8. Финансирование государственной поддержки ПО.

В результате было сформулировано определение экосистемы ПО как объекта государственной поддержки на основе результатов проведенного анализа, а также с учетом определения экосистемы, применяемого в экологии: экосистема ПО как объект государственной поддержки — это система, состоящая из людей, получающих ПО, набора основных элементов, соответствующих ключевым направлениям государственной поддержки ПО, и установившегося между ними взаимодействия в рамках реализации ПО.

Основные элементы экосистемы, соответствующие ключевым направлениям государственной поддержки ПО, приведены выше. Под ПО понимается процесс организации деятельности группы людей, нацеленный на развитие их способности самостоятельно воплощать идеи в действия, в том числе действия, направленные на создание и развитие нового бизнеса, а также формирование у них необходимых для создания и развития нового бизнеса интересов, знаний, навыков, компетенций, личных качеств и склада ума [Коротков, Зобнина, 2016, с. 290]. Схематичное изображение экосистемы ПО представлено на рис. 1.

Заключение

Анализ, проведенный в данной статье, показал, что на сегодняшний день многие европейские страны и международные организации активно ведут работу в сфере государственной поддержки ПО. Однако в данной сфере до сих пор отсутствуют общепризнанные определения ключевых понятий, включая такое понятие, как «экосистема ПО», объединяющее различные направления и объекты государственной поддержки ПО. Несмотря на это, анализ содержания наиболее подробно описанных государственных стратегий и рекомендаций международных организаций по поддержке ПО показал, что используемые в них перечни направлений государственной поддержки ПО сводятся к единому перечню из восьми ключевых направлений поддержки. Данный перечень был положен в основу определения экосистемы ПО как объекта государственной поддержки, в соответствии с современной практикой использования данного понятия как собирательного понятия, объединяющего различные направления и объекты государственной поддержки ПО.

Представленные в статье результаты могут быть использованы в дальнейшем в рамках исследования экосистемы ПО различных стран и выявления их национальных особенностей, исследования экосистемы ПО различных городов или университетов как составных частей страновой экосистемы ПО, а также исследования взаимного влияния различных направлений государственной поддержки ПО друг на друга в рамках единой экосистемы ПО.

Список литературы

1. Коротков А. В., Зобнина М. Р. Предпринимательское образование: определение и классификация // Экономика и предпринимательство. 2016. Т. 75–2. № 10–2. С. 290–295.
2. Basu R. Entrepreneurship Education in India: A Critical Assessment and a Proposed Framework // Technology Innovation Management Review. 2014. Vol. 4. No. 8, pp. 5–10.

3. Brush C. G. Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem // *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth: Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*. Emerald, 2014. P. 25–39.
4. Isenberg D. J. How to start an entrepreneurial revolution // *Harvard Business Review*. 2010. Vol. 88. No. 6, P. 40–50. Reprint R100A.
5. Moore J. F. Predators and Prey: The New Ecology of Competition // *Harvard Business Review*. 1993. Vol. 71. No. 3, P. 75–86. Reprint 93309.
6. Rahim H. L. et al. Entrepreneurship education in Malaysia: a critical review // *Journal of Technology Management and Business*. 2015. Vol. 2. No. 2. P. 18–31.
7. Redford D. T. The state of entrepreneurship education in Portugal — an empirical study on a nascent system in the European Union policy framework. PhD thesis. October, 2008.
8. Regele M. D., Neck H. M. The entrepreneurship education sub-ecosystem in the United States: opportunities to increase entrepreneurial activity // *Journal of business & entrepreneurship*. 2012. Vol. 1. No. 1. P. 25–47.
9. Shabir B., Riyaz K. Entrepreneurship education ecosystem: an assessment study of J&K state // *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 2014. Vol. 2. No. 4. P. 1–8.
10. Willis A. J. The ecosystem: an evolving concept // *Functional ecology*. 1997. No. 11. P. 268–271.
1. Basu R. Entrepreneurship Education in India: A Critical Assessment and a Proposed Framework. *Technology Innovation Management Review*, 2014, vol. 4, №8, pp. 5–10 (in Russian).
2. Brush C. G. Exploring the concept of an entrepreneurship education ecosystem. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth: Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*. Emerald, 2014, pp. 25–39.
3. Isenberg D. J. How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 2010, vol. 88, no. 6, pp. 40–50. Reprint R100A.
4. Korotkov A. V., Zobnina M. R. Defining entrepreneurship education and its classification. *Economics and entrepreneurship*, 2016, vol. 75–2. no. 10–2, pp. 290–295 (in Russian).
5. Moore J. F. Predators and Prey: The New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 1993, vol. 71, no. 3, pp. 75–86. Reprint 93309.
6. Rahim H. L. et al. Entrepreneurship education in Malaysia: a critical review. *Journal of Technology Management and Business*, 2015, vol. 2, no. 2, pp. 18–31.
7. Redford D. T. The state of entrepreneurship education in Portugal — an empirical study on a nascent system in the European Union policy framework. PhD thesis. October, 2008.
8. Regele M. D., Neck H. M. The entrepreneurship education sub-ecosystem in the United States: opportunities to increase entrepreneurial activity. *Journal of business & entrepreneurship*, 2012, vol. 1, no. 1, pp. 25–47.
9. Shabir B., Riyaz K. Entrepreneurship education ecosystem: an assessment study of J&K state. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2014, vol. 2, no. 4, pp. 1–8.
10. Willis A. J. The ecosystem: an evolving concept. *Functional ecology*, 1997, no. 11, pp. 268–271.

References

A. Korotkov, *Department of Science and Innovation Management, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, anvikor@list.ru*

State supported entrepreneurship education ecosystem

The active use of the term «entrepreneurial education ecosystem» in government strategies, expert reports and scientific research began during the last ten years. But it still doesn't have clear definition or structural description. In this study the content of entrepreneurship education strategies of seven European countries, as well as the recommendations of three international organizations about state support of entrepreneurial education was analyzed to determine the content of this term and to define the state supported entrepreneurial education ecosystem.

Keywords: entrepreneurship education, entrepreneurship education ecosystem, state support, directions of state support, functional model.

About author:

A. Korotkov, *PhD student*

For citation:

Korotkov A. State supported entrepreneurship education ecosystem. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp. 57–68 (in Russian, abstr. in English).

Т. В. Цуканова, канд. экон. наук, ассистент кафедры стратегического и международного менеджмента, Высшая школа менеджмента СПбГУ, г. Санкт-Петербург, tsukanova@gsom.spb.ru

Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст

В работе рассматривается роль вуза в формировании предпринимательских намерений российских студентов. Предлагается оценивать роль вуза через существующие предпринимательские инициативы, которые в совокупности образуют предпринимательское портфолио вуза. С опорой на анализ данных по выборке из 2504 респондентов были выявлены составляющие, которые усиливают предпринимательские намерения студентов. Результаты работы позволили сделать важные наблюдения в отношении развития предпринимательской составляющей в учебных заведениях.

Ключевые слова: вузы, обучение предпринимательству, предпринимательство, предпринимательские намерения, Россия, студенты.

Введение

На сегодняшний день сложно дать однозначный ответ о роли вуза в развитии предпринимательства. На протяжении долгого времени само понятие предпринимательства даже не использовалось в контексте обучения. Но теперь наблюдаются серьезные изменения в разных областях, которые, в свою очередь, меняют и мировоззрение, окружающее образ предпринимателя, и предпринимательство в целом [Рубин, 2012]. Истории успеха молодых предпринимателей, которые активно освещаются не только в российских, но и в мировых СМИ, привлекают внимание молодежи. Многие всерьез начинают задумываться о предпринимательской деятельности как об альтернативном карьерном пути наряду с традиционной работой по найму.

Трансформации, происходящие в образовательной среде, способствуют положительным сдвигам в отношении предпринимательства. Студенты приходят в вузы сразу после окончания школы и проводят там один из самых активных периодов в жизни,

погружаясь в различные области знаний, пробуя себя во всех направлениях, стремясь найти занятие по душе. Вузы способны не только стать провайдерами знаний о предпринимательстве, но и мотивировать студентов попробовать себя в этой деятельности.

В концепции *предпринимательской экосистемы* вузы рассматриваются как источники человеческого капитала, воспитывающие будущих предпринимателей [Isenberg, 2011]. Такие известные вузы США, как Стэнфордский университет, Массачусетский технологический институт и Университет Калифорнии (Беркли), по праву относятся к категории «предпринимательских» и расширяют свои подходы и разработки в области обучения предпринимательству в другие страны. В настоящее время уже привычной становится предпринимательская терминология: «бережливый стартап» (lean startup), «модель развития потребителей» (customer development model), «канва бизнес-модели» (business model canvas) и др. Эти термины появились в США и довольно быстро распространились по всему миру. Но надо признать, что становление

предпринимательской экосистемы не происходит в один миг и требует скоординированных действий многих участников.

Процесс построения предпринимательской среды российских вузов носит довольно сложный и фрагментированный характер. Многие начинают делать лишь первые шаги в этом направлении: предлагать курсы по предпринимательству, устраивать гостевые лекции, семинары и прочие мероприятия с предпринимателями, распространять релевантную информацию о предпринимательстве и предпринимателях в своей среде. Конечно, есть вузы, которые с трудом меняются под новые условия и требования рынка [Мадьяров, Шамарова, 2015], но нужно понимать, что конкуренция между вузами возрастает, а это требует от всех проактивных действий.

К вузам предъявляют все более высокие требования: они должны предоставлять не только качественные программы подготовки, но и соответствующую инфраструктуру, которая должна постоянно улучшаться и быть на мировом уровне. Уже при выборе вуза абитуриенты интересуются возможностями трудоустройства. С учетом высокого уровня безработицы среди молодежи, который, по некоторым данным, составляет почти одну треть всех российских безработных [Горелова, 2015], возможность расширения карьерных альтернатив за счет опции «стать предпринимателем» становится довольно привлекательной.

Как уже отмечалось, некоторые вузы уже включили дисциплины по предпринимательству в свои программы обучения, а некоторые сумели у себя внедрить и более широкий набор различных предпринимательских инициатив. Но при внедрении новой стратегии нужно понимать, как можно измерить успешность действий, чтобы в случае необходимости внести своевременные корректировки. В исследованиях в области предпринимательства *предпринимательские намерения* часто рассматриваются как один из таких показателей.

Предпринимательские намерения выступают ключевой предпосылкой фактических предпринимательских действий и создания собственного бизнеса [Krueger, Reilly, Carsrud, 2000]. Их можно рассматривать в качестве отражения степени мотивации и готовности прилагать усилия для осуществления фактического поведения [Широкова, Беляева, 2015]. Другими словами, предпринимательские намерения могут стать одним из индикаторов успешности реализации вузом тех или иных инициатив.

В российском контексте крайне мало исследований, где поднимался бы вопрос о роли вуза в формировании предпринимательских намерений студентов, а также о том, как именно можно операционализировать эту роль. Говорить только о наличии в расписании курса по предпринимательству недостаточно, так как среда вуза может быть очень разнообразной и включать богатое портфолио комплементарных инициатив, направленных на развитие предпринимательской составляющей.

Цель данной работы — восполнить существующий пробел и оценить роль вуза в формировании предпринимательских намерений российских студентов. При этом роль вуза будет рассмотрена сквозь призму уже сформировавшегося портфолио: курсов по предпринимательству, семинаров и встреч с предпринимателями в различных форматах, общей предпринимательской атмосферы и возможности развивать собственные предпринимательские проекты. Последний элемент связан с содержательной частью и пониманием важности «обучения на практике», ведь именно такой подход поможет сформировать среду, более благоприятную для развития активных предпринимателей. Стоит еще отметить, что мотивация и заинтересованность самих студентов играют определяющую роль в процессе развития предпринимательства, поэтому особое внимание в работе будет уделяться именно их субъективному восприятию происходящего

и чувству удовлетворенности от предпринятых действий.

С опорой на данные по 2504 студентам российских вузов, собранные в рамках проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов», в представленной работе анализируются связи между различными компонентами портфолио вуза и предпринимательскими намерениями студентов. Полученные результаты представляют интерес с точки зрения развития не только теоретических аспектов в области обучения предпринимательству, но и практических, так как могут учитываться при построении учебных программ и создании более благоприятной инфраструктуры в вузах в области предпринимательства.

Предпринимательские намерения студентов и предпринимательское портфолио вуза

Существуют разные подходы к измерению предпринимательских намерений. Например, в некоторых работах изучаются карьерные предпочтения студентов [Sieger, Monsen, 2015]. Согласно последнему отчету «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» за 2016 г. в России более 10% студентов хотят стать предпринимателями сразу после окончания вуза, а более 51% — через 5 лет [Широкова и др., 2016]. Именно в студенческие годы у многих возникает желание попробовать себя в собственном бизнесе.

Как было выявлено в исследованиях предпринимательства, предпринимательские намерения обуславливают фактическое предпринимательское поведение, включая создание собственного дела [Krueger, Reilly, Carsrud, 2000]. В работе Широковой Г. и Беляевой Т. [Широкова, Беляева, 2015] подчеркивалось, что само направление рассматривается в рамках двух теоретических моделей: модели запланированного поведения [Ajzen, 1991] и модели предпринимательского события [Shapero, Sokol, 1982]. В пер-

вой модели отмечается, что предпринимательские намерения формируются за счет *желания и способностей* индивида действовать в данном направлении. Вторая модель опирается на суждение, что предпринимательские намерения — результат воздействия множества *ситуационных и социально-культурных факторов*. Обе модели представляются взаимодополняющими и позволяют отразить сущность и важность изучения предпринимательских намерений, формирование которых обусловлено многими внешними и внутренними факторами.

В целом предпринимательские намерения отражают склонность индивида к началу предпринимательской деятельности в будущем [Davidson, 1995]. Понимание связи между предпринимательским обучением и намерениями крайне важно, так как позволяет представить наглядные доказательства ценности внедрения таких программ в вузах.

Все большее количество вузов предлагают программы и тренинги по предпринимательству. Существуют исследования, указывающие на то, что такие программы не только усиливают интерес студентов к предпринимательству (например, [Souitaris, Zerbinati, Al-lahan, 2007]), но и увеличивают в три раза вероятность того, что студент действительно станет предпринимателем [Charney, Libecap, 2000]. Рассматривая российский контекст, отметим, что говорить о программах, полностью посвященных предпринимательству, преждевременно, так как их крайне мало, поэтому в данной работе будут объединены отдельные компоненты, позволяющие охарактеризовать наиболее вероятное предпринимательское портфолио вуза: курсы по предпринимательству, встречи с предпринимателями (семинары, гостевые лекции или иной формат) и прочие элементы, которые можно охватить понятием «предпринимательская атмосфера вуза», а также будет рассмотрен содержательный аспект, который призван качественно улучшить предпринимательское портфолио — наличие у студентов возможности работать

над развитием собственных предпринимательских проектов в вузе. Рассмотрим все эти компоненты и аспекты по очереди.

Курсы по предпринимательству

В. Смирнов отмечал, что «сущность предпринимательства состоит в создании нового капитала и в получении на этой основе предпринимательского дохода» [Смирнов, 2015, С. 15]. Это подразумевает, что такой капитал приобретается постепенно через накопление знаний. Образование является важным элементом развития будущих предпринимателей, так как обеспечивает основу для формирования знаний, поведения и интересов молодых людей, что в конечном счете и будет определять их дальнейшее решение при выборе карьеры [McGowan et al., 2012]. Студенты накапливают знания по мере усвоения различных дисциплин, и базовые знания о предпринимательстве могут быть приобретены на соответствующих дисциплинах (курсах).

Отдельные вузы предлагают более узкие курсы по предпринимательству: международное предпринимательство, технологическое предпринимательство, внутрифирменное предпринимательство, социальное предпринимательство и др. В некоторых работах отмечалось, что студенты, у которых были курсы по предпринимательству, больше заинтересованы в карьере предпринимателя, в отличие от тех, у кого таких курсов не было [Kolvereid, Moen, 1997]. В других исследованиях был выявлен положительный эффект от участия в предпринимательских курсах на предпринимательские намерения студентов [Souitaris, Zerbinati, Al-Laham, 2007; Graevenitz, Harhoff, Weber, 2010]. Но посещение курсов по предпринимательству еще не гарантирует более сильной мотивации к началу собственного бизнеса. Большое значение имеет то, смог ли курс заинтересовать студентов и оправдались ли их ожидания по его окончанию. Таким образом, выдвигаем первую гипотезу.

Гипотеза 1. *Чем выше чувство удовлетворенности от прослушанного курса по предпринимательству, тем сильнее предпринимательские намерения студентов.*

Встречи с предпринимателями

Теоретических знаний в области предпринимательства недостаточно для активных действий. Крайне важно приобрести и знания о том, как все работает на практике. Одним из источников таких знаний могут выступать сами предприниматели. Общение с предпринимателем может мотивировать студентов к началу своего дела, а сам предприниматель — стать ролевой моделью. Согласно результатам исследований, наличие знакомых предпринимателей снижает уровень воспринимаемой неопределенности в окружающем мире, так как студенты чувствуют, что могут обратиться к ним за информацией и поддержкой [Arenius, Minnity, 2005; Minnity, 2005].

Различные встречи, гостевые лекции, семинары и иные форматы мероприятий, подразумевающие общение с предпринимателями, позволяют студентам постепенно формировать свою сеть контактов, которая пригодится в будущем. Это очень ценно, так как через социальные связи можно получить доступ ко многим ресурсам, необходимым для развития бизнеса [Audretsch, Keilbach, 2004; McGowan et al., 2015]. Таким образом, университет может начать формирование своего предпринимательского портфолио через организацию различных мероприятий, где можно послушать выступления предпринимателей и пообщаться с ними [Saeed et al., 2013]. Можно предположить, что такие встречи действительно будут вдохновлять студентов и способствовать усилению их интереса к предпринимательской деятельности. Выдвигаем вторую гипотезу.

Гипотеза 2. *Чем выше чувство удовлетворенности от посещенных мероприятий в вузе, где можно было пообщаться с предпринимателями, тем сильнее предпринимательские намерения студентов.*

Предпринимательская атмосфера вуза

Согласно результатам исследований, более благоприятная среда вуза способствует развитию предпринимательских инициатив [Toledano, Urbano, 2008; Morris, Shirokova, Tsukanova, 2016]. Создание предпринимательской атмосферы (среды) включает в себя широкий спектр инициатив, связанных с предпринимательской деятельностью и выходящих за пределы дисциплин по предпринимательству и гостевых лекций предпринимателей. Это и поощрение студенческой внеучебной деятельности, и проведение бизнес-симуляций, конкурсов бизнес-планов, различных конференций и саммитов предпринимателей, и создание бизнес-инкубаторов, предпринимательских лабораторий, научно-исследовательских центров, технопарков и пр. Глубокая вовлеченность вуза в различные предпринимательские инициативы создает у студентов ощущение постоянного движения, открывает перед ними новые возможности, они могут попробовать себя в различных направлениях и развить предпринимательские компетенции. Таким образом, вузы не только станут источником знаний и контактов, но и выступят «ролевой моделью», вдохновляющей студентов на проактивную и предпринимательскую деятельность, усиливая их предпринимательские намерения. Выдвигаем третью гипотезу.

Гипотеза 3. *Чем более благоприятная атмосфера в вузе для развития предпринимательских инициатив в целом, тем сильнее предпринимательские намерения студентов.*

Модерирующий эффект: развитие собственных предпринимательских проектов

Рассматривая роль вуза в формировании предпринимательских намерений, нельзя обойти стороной содержательный аспект. Как правило, в рамках курсов сту-

дентам для повышения их интереса предлагаются различные задания, игры, кейсы. Некоторые предложения могут выходить за пределы традиционного перечня и включать в себя фактическое тестирование продукта на рынке, поиск инвестиций, программы наставничества [Широкова, Цуканова, Богатырева, 2015]. Около 8% студентов начинают развивать свой бизнес еще во время учебы в вузе, однако более 74% стремится попасть на работу по найму [Широкова и др., 2016]. Вероятно, желание «подождать» объясняется тем, что в вузах крайне мало внимания уделяется практической составляющей: реальному развитию собственных проектов, приобретению релевантных именно для этого проекта знаний и контактов [Kwong, Thompson, 2016].

Университеты традиционно больше сконцентрированы на теоретическом подходе к обучению, а не на принципе «обучения на практике». Но в настоящее время от вузов ожидается больше. Ведь важна не только теория о предпринимательстве, важно и приобретение практических навыков, нужных в предпринимательстве. Это реализуемо при предоставлении студентам возможности работать над развитием собственных проектов, но при этом получая знания и поддержку от вуза. Такой индивидуальный подход позволил бы усилить понимание у студентов, что предпринимательство им действительно «под силу» и что эту карьеру можно рассматривать на ближайшую перспективу, а не когда-нибудь в отдаленном будущем через 5 лет. Другими словами, данная опция послужит модератором в предпринимательском портфолио вуза, усиливая значение каждого компонента.

Предпринимательские намерения могут усиливаться за счет активной деятельности. Например, понимание ценности изучаемого курса по предпринимательству вырастет, если студент поработает над собственным проектом и начнет понимать, как теория соотносится с практикой. Он будет больше заинтересован в приобретении необходимых

знаний, навыков и компетенций, лучше усвоит материал, анализируя возможности его применения к собственному проекту.

Студенты, работая над развитием собственного проекта, будут больше ценить возможность послушать и задать вопросы предпринимателям-практикам, которые уже ведут бизнес и могут поделиться опытом, подсказать нужные ресурсы и предостеречь от вероятных ошибок.

Более того, развитие собственного проекта научит студентов постоянно «сканировать» окружающую среду на наличие возможностей для бизнеса: больше интересоваться происходящими в вузе событиями, узнавать о различных мероприятиях и других инициативах, составляющих предпринимательский «дух» вуза.

Таким образом, возможность работать над развитием собственного проекта в вузе выступит в роли модератора в предпринимательском портфолио и поспособствует усилению предпринимательских намерений студентов. Выдвигаем несколько вариантов четвертой гипотезы.

Гипотеза 4а. *Возможность работать над развитием собственных предпринимательских проектов усиливает положительную связь между чувством удовлетворенности от прослушанных курсов по предпринимательству и предпринимательскими намерениями студентов.*

Гипотеза 4б. *Возможность работать над развитием собственных предпринимательских проектов усиливает положительную связь между чувством удовлетворенности от посещенных мероприятий в вузе, где можно было пообщаться с предпринимателями, и предпринимательскими намерениями студентов.*

Гипотеза 4в. *Возможность работать над развитием собственных предпринимательских проектов усиливает положительную связь между восприятием атмосферы в вузе как благоприятной для развития предпринимательских инициатив в целом и предпринимательскими намерениями студентов.*

Методология

Данные

Для тестирования выдвинутых гипотез были использованы данные проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey — GUESSS) за 2011 г. Данный проект был запущен в 2003 г. по инициативе Университета Санкт-Галлена, Швейцария¹. Сбор данных проходит каждые 2–3 года. Каждый год анкета немного адаптируется. В странах есть представители, которые отвечают за привлечение местных вузов. Россия присоединилась к проекту в 2011 г., а национальным представителем по сбору данных выступила (и выступает) Высшая школа менеджмента СПбГУ. В анкету 2011 г. включено множество вопросов, позволяющих рассмотреть роль вуза в формировании предпринимательских намерений более детально.

В базе данных по России — 2882 российских студента из 23 вузов. Для целей данного исследования были включены студенты в возрасте от 18 до 34 лет, исключены студенты по обмену, так как их ответы могли касаться их обучения в другом вузе (не в России), а также исключены студенты, которые уже ведут свой бизнес. В итоговую выборку вошло 2504 респондента.

Переменные

Зависимая переменная. Подход к измерению предпринимательских намерений студентов опирался на работу Ф. Линана и И. Чена [Linan, Chen, 2009]. Студентов просили оценить степень согласия с четырьмя утверждениями в отношении предпринимательской карьеры, где «1» означала «полностью не согласен», а «7» — «полностью согласен»: 1. «Быть предпринимателем для меня означает больше пре-

¹ С более подробным описанием проекта можно ознакомиться на официальном сайте проекта: <http://www.guesssurvey.org/>.

имущества, чем недостатков»; 2. «Карьера предпринимателя привлекательна для меня»; 3. «Если бы у меня были возможности и ресурсы, я бы стал предпринимателем»; 4. «Я бы испытывал большее удовлетворение от работы, если бы был предпринимателем». После проведения факторного анализа ($eigenvalue = 2,86$; $Cronbach's Alpha = 0,916$) была создана отдельная переменная (среднее арифметическое).

Независимые переменные. Переменная «курсы по предпринимательству» измерялась при помощи следующего вопроса: «Если Вы посещали курс по предпринимательству, насколько были удовлетворены его содержанием?» Респондентов просили использовать шкалу от «1», что означало «совсем не удовлетворен», до «5» — «удовлетворен полностью».

Аналогичный подход был использован при операционализации переменной «встречи с предпринимателями»: «Если Вы посещали мероприятия в вузе, где можно было пообщаться с предпринимателями, насколько были удовлетворены их содержанием?» Шкала также была от «1» — «совсем не удовлетворен» до «5» — «удовлетворен полностью».

Предпринимательскую атмосферу в вузе измеряли, используя вопрос о степени согласия респондента с высказыванием: «В моем вузе благоприятная атмосфера и прочие предпосылки для того, чтобы стать предпринимателем». Ответ измерялся по 7-балльной шкале, где «1» — «полностью не согласен», а «7» — «полностью согласен».

Переменная «собственные предпринимательские проекты» также измерялась по 7-балльной шкале. Студентов просили оценить степень согласия со следующим утверждением: «Вспоминая о занятиях и прочих мероприятиях по предпринимательству, которые у Вас были, укажите, в их рамках, главным образом, Вам предоставляли готовые идеи и информацию (1) или Вы могли работать над развитием собственных предпринимательских идей/проектов (7)?»

Контрольные переменные. В нашей модели использованы контрольные переменные, потенциально позволяющие объяснить вариации в предпринимательских намерениях. В частности, в модель включены следующие переменные: возраст, пол (бинарная переменная, девушки — «1»), бакалавриат (бинарная переменная, «1» — да), специализация («1» — «Экономика и бизнес»; «2» — «Социальные науки»; «3» — «Естественные науки»; «4» — другие направления), родители-предприниматели (бинарная переменная, «1» — «да», если хотя бы один из родителей был или является предпринимателем).

Опираясь на данные, представленные в табл. 1, отметим, что средний возраст российских студентов в выборке не превышает 21 года. Девушки составляют более половины выборки (67%). Большая часть студентов (практически 90%) обучаются на программах бакалавриата по специализации «Экономика и бизнес». У 30% хотя бы один из родителей занимался или продолжает заниматься предпринимательской деятельностью.

Предпринимательские намерения у студентов выражены довольно сильно, так как среднее значение составляет более 5,4 из 7 возможных. Однако заметим, что студенты в среднем умеренно оценивают те курсы и мероприятия по предпринимательству, в которых они принимали участие. Атмосфера в вузе по отношению к предпринимательству оценивается выше среднего, так же, как и возможность заниматься развитием собственных предпринимательских проектов.

В таблице 2 представлена матрица корреляций. Отметим, что все коэффициенты не превышают пороговое значение 0,7. Мультиколлинеарность не должна стать проблемой в рассматриваемой модели.

В данной работе использован регрессионный анализ, результаты которого представлены в табл. 3. Бралась в расчет пять спецификаций модели. В Модель 1 были включены контрольные переменные, в Модель 2 добавлены независимые перемен-

Таблица 1. Описательная статистика

Table 1. Descriptive statistics

Переменная	Среднее	Стандартное отклонение	Мин.	Макс.	Категория	%
Возраст	20,88	2,03	18	34		
Пол			0	1	Девушки	67,17
Бакалавриат			0	1	Бакалавры	89,46
Специализация			1	4	Экономика и бизнес	64,74
					Социальные науки	17,09
					Естественные науки	3
					Другие направления	15,18
Родители-предприниматели			0	1	Родители-предприниматели	29,87
Предпринимательские намерения	5,4	1,38	1	7		
Курсы по предпринимательству	3,92	0,69	1	5		
Встречи с предпринимателями	3,92	0,63	1	5		
Предпринимательская атмосфера вуза	4,60	1,87	1	7		
Собственные предпринимательские проекты	4,41	1,96	1	7		

Примечание: $N = 2504$.

ные, а в Модели 3–5 поочередно включены модулирующие эффекты.

Заметим, что результаты Модели 1 указывают на негативную связь между возрастом и предпринимательскими намерениями: чем старше студенты, тем меньше они выражают склонность к предпринимательству ($-0,045$, $p < 0,01$). У девушек наблюдается более низкий уровень предпринимательских намерений по сравнению с молодыми людьми ($-0,167$, $p < 0,01$). У студентов, обучающихся по специализации «Экономика и бизнес», выше уровень предпринимательских намерений по сравнению с другими направлениями, также как и у студентов, имеющих родителей-предпринимателей ($0,154$, $p < 0,01$).

Перейдем к рассмотрению Модели 2, в которую включены основные независимые переменные. Прежде всего, стоит отметить,

что их включение привело к существенному улучшению Модели: коэффициент детерминации увеличился с 3,8% до 8,6%. Была обнаружена положительная связь между чувством удовлетворенности от прослушанных курсов по предпринимательству и предпринимательскими намерениями ($0,117$, $p < 0,01$), что подтверждает Гипотезу 1. В отношении Гипотезы 2 были получены довольно неожиданные результаты: выявлено, что, чем выше чувство удовлетворенности от посещенных мероприятий в вузе, на которых можно было пообщаться с предпринимателями, тем слабее предпринимательские намерения студентов ($-0,078$, $p < 0,1$). Полученные результаты приводят к опровержению Гипотезы 2.

В отношении связи между благоприятной атмосферой в вузе для развития предпринимательских инициатив в целом и предпри-

Таблица 2. Матрица корреляций

Table 2. Correlation matrix

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Предпринимательские намерения	1,0								
Курсы по предпринимательству	0,11*	1,00							
Встречи с предпринимателями	0,06*	0,35*	1,00						
Предпринимательская атмосфера вуза	0,22*	0,31*	0,3*	1,00					
Собственные предпринимательские проекты	0,2*	0,21*	0,22*	0,52*	1,00				
Возраст	-0,08*	-0,05*	-0,07*	-0,10*	-0,03	1,00			
Пол	-0,02	0,02	-0,02	-0,01	-0,04	-0,03	1,00		
Бакалавриат	0,07*	0,05*	0,005	0,07*	-0,002	-0,45*	0,02	1,00	
Родители-предприниматели	0,07*	-0,03	-0,008	0,04	0,05*	-0,03	-0,006	-0,01	1,00

Примечание: $N = 2504$, $p < 0,05$.

нимательскими намерениями студентов были получены ожидаемые результаты: связь положительная и статистически значимая (0,095, $p < 0,01$). Гипотеза 3 подтверждена.

Результаты показали, что возможность работать над развитием собственных предпринимательских проектов в вузе усиливает предпринимательские намерения студентов (0,076, $p < 0,01$). В Модели 3 был проверен модулирующий эффект от развития собственных проектов на связь между удовлетворенностью от курсов по предпринимательству и предпринимательскими намерениями студентов. Результаты показали, что такая работа действительно усиливает вышеобозначенную связь (0,083, $p < 0,01$). Это подтверждает Гипотезу 4а.

В Модели 4 модулирующий эффект проверялся по отношению к удовлетворенности от участия в мероприятиях в вузе, на которых можно было пообщаться с предпринимателями. Учитывая, что прямой эффект от уровня удовлетворенности такими мероприятиями на предпринимательские намерения студентов оказался отрицательным, отметим, что развитие собственных предпринимательских

проектов ослабляет негативную связь между этими переменными, что частично подтверждает Гипотезу 4б (0,078, $p < 0,01$).

В Модели 5 был включен модулирующий эффект развития собственных предпринимательских проектов в отношении предпринимательской атмосферы вуза и предпринимательских намерений студентов. Эффект оказался положительным и значимым (0,032, $p < 0,01$). Другими словами, возможность работать над развитием собственных предпринимательских проектов усиливает положительную связь между восприятием атмосферы в вузе как благоприятной для развития предпринимательских инициатив в целом и предпринимательскими намерениями студентов, что подтверждает Гипотезу 4в. Таким образом, четыре из шести гипотез были полностью подтверждены.

Предпринимательское портфолио вуза

Вероятность запуска собственного бизнеса у студентов с предпринимательским образованием в три раза выше [Charney,

Таблица 3. Результаты регрессионного анализа

Table 3. Results of the multiple regression analysis

	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5
Возраст	–0,045*** (0,015)	–0,034** (0,014)	–0,036** (0,014)	–0,035** (0,014)	–0,032** (0,014)
Пол	–0,167*** (0,059)	–0,134** (0,058)	–0,131** (0,058)	–0,135** (0,058)	–0,138** (0,058)
Бакалавриат	0,178* (0,107)	0,160 (0,105)	0,161 (0,105)	0,156 (0,104)	0,166 (0,105)
Экономика и бизнеса (реф. категория)					
Социальные науки	–0,535*** (0,083)	–0,420*** (0,082)	–0,399*** (0,082)	–0,417*** (0,082)	–0,437*** (0,082)
Естественные науки	–0,633*** (0,178)	–0,502*** (0,183)	–0,487*** (0,183)	–0,493*** (0,182)	–0,470*** (0,182)
Другие специализации	–0,217*** (0,079)	–0,137* (0,076)	–0,127* (0,076)	–0,141* (0,076)	–0,162** (0,076)
Родители- предприниматели	0,154*** (0,059)	0,138** (0,058)	0,129** (0,058)	0,129** (0,058)	0,136** (0,057)
Курсы по предпринимательству		0,117*** (0,041)	0,091** (0,041)	0,100** (0,041)	0,090** (0,040)
Встречи с предпринимателями		–0,078* (0,043)	–0,092** (0,044)	–0,095** (0,046)	–0,089** (0,043)
Предпринимательская атмосфера вуза		0,095*** (0,019)	0,094*** (0,019)	0,097*** (0,019)	0,110*** (0,019)
Собственные предпринимательские проекты		0,076*** (0,016)	0,078*** (0,016)	0,079*** (0,016)	0,083*** (0,016)
Проекты X Курсы			0,083*** (0,020)		
Проекты X Встречи				0,078*** (0,023)	
Проекты X Атмосфера					0,032*** (0,008)
R^2	0,038	0,086	0,092	0,09	0,093

Примечание: N = 2504; * 0,10; ** 0,05; *** 0,01.

Libesap, 2000], чем у студентов с другим образованием. Однако немногие вузы готовы создавать отдельные программы. Но не стоит и игнорировать данное направление развития. Роль вуза в формировании предпринимательских намерений рассматривалась в данной работе с точки зре-

ния существующего предпринимательского портфолио: курсы, встречи с предпринимателями и прочие предпринимательские инициативы.

В настоящее время содержание курсов по предпринимательству существенно меняется: если раньше многие вузы препод-

носили курс по предпринимательству как синоним курса по бизнес-планированию или управлению малой фирмой, то на сегодняшний день он уже имеет собственную специфику, во многом перенимая американский опыт. В таком курсе важен фокус на инновационность и действия, а также учет специализации студентов. Как показали результаты исследования, участие в курсах по предпринимательству позволяет повышать заинтересованность обучающихся и усиливать их предпринимательские намерения. Таким образом, продуманная организация курса и его содержания является важной компонентой предпринимательского портфолио вуза.

Однако результаты заставили задуматься о подходах к организации дополнительных встреч, где предприниматели выступают с гостевыми лекциями или общаются со студентами в ином формате. Несмотря на то, что участие в этих мероприятиях нравится студентам, их намерения выбрать такой карьерный путь ослабевают. Чем это может быть вызвано? Предложим два объяснения. *Во-первых*, организация встречи. Вероятно, у студентов на самом деле не было возможности задать интересующие их вопросы (слишком много слушателей или слишком мало времени). Например, в одном из исследований выявлено, что налаживание более сильных связей и контактов крайне важно при развитии предпринимательских проектов [Jack, Dodd, Anderson, 2004], поэтому неспособность перейти к общению со спикером снизила мотивацию студентов продолжать что-то делать в этом направлении. *Во-вторых*, содержание выступления могло выявить какие-либо сложности и проблемы в предпринимательской деятельности, о которых студент раньше не задумывался. Точная информация о формате таких встреч недоступна, но стоит предположить, что, например, содержание гостевых лекций часто остается на усмотрение предпринимателя и может не соответствовать ожиданиям публики.

Стоит признать, что предпринимательство редко ставится в качестве приоритета № 1 в вузах и все еще довольно редко рассматривается как самостоятельная область исследований или академическая дисциплина, поэтому на развитие данного направления практически не выделяют ресурсы [Hofer et al., 2010]. Тем не менее в вузах собираются яркие и инициативные люди, которые могут самостоятельно заниматься развитием отдельных направлений. Организация конкурсов бизнес-планов, бизнес-симуляций, тренингов, дней стартапов — это лишь несколько примеров из перечня действий, которые в совокупности сформируют предпринимательскую атмосферу вуза и поощрят проявление предпринимательских инициатив со стороны студентов. И как показали результаты исследования, такая среда благоприятно сказывается и на их предпринимательских намерениях. Но у вуза с отдельными предпринимательскими инициативами может сложиться ситуация, когда отсутствие стратегического фокуса станет заметно и будет мешать дальнейшему развитию, так как приверженности и энтузиазма отдельных преподавателей и сотрудников будет уже недостаточно, а отсутствие скоординированных действий внутри университета станет очевидным. Поэтому стоит задуматься о том, что проактивные шаги в этом направлении могут предотвратить многие сложные проблемы.

И, конечно, не стоит игнорировать важность интеграции практикоориентированного подхода: как в программах обучения, так и в прочих инициативах вуза. Изучение концепций предпринимательства и кейсов, с предположением, что когда-нибудь студенты рискнут попробовать себя в данной деятельности, вряд ли может значительно увеличить вероятность такого исхода. Необходимо учитывать контекст и внедрять обучение на практике. Более широкий подход к предпринимательству и включение активной составляющей в предпринимательские инициативы вуза способствуют уве-

личению реальных стартапов на выходе, а также создают синергетическую связь между теорией и практикой [Rasmussen, Sorheim, 2006]. И как итог вуз внесет значимый вклад в экономическое развитие страны посредством развития предпринимательских проектов.

Предоставление студентам возможности развивать собственный предпринимательский проект в вузе станет ключевым шагом в этом направлении, ведь студенты приобретут бесценный опыт: на курсах им предложат интересные концептуальные и теоретические подходы к развитию стартапа, предприниматели превратятся в менторов для их проектов, а на различных дополнительных мероприятиях их проект будет протестирован. Как показали результаты исследования, работа над развитием собственных идей усиливает положительный эффект от всех компонент предпринимательского портфолио вуза на предпринимательские намерения студентов. Такая поддержка студентов в развитии их предпринимательских проектов позволит им на выходе чувствовать себя более уверенными и быть готовыми к самостоятельным действиям и запуску собственного бизнеса.

Заключение

Целью данной работы являлась оценка роли вуза в формировании предпринимательских намерений российских студентов. Эта роль рассматривалась сквозь призму существующего у вуза предпринимательского портфолио. Было обнаружено, что предпринимательские намерения зависят не только от качества прослушанных курсов, организованных встреч с предпринимателями и прочих инициатив, но и от содержательного аспекта — от возможности в процессе обучения и участия во всех этих мероприятиях работать над развитием собственных предпринимательских идей и проектов. При положительном эффекте от большинства этих компонент на предпринимательские

намерения студентов был выявлен отрицательный эффект от встреч с предпринимателями, что может быть связано с отсутствием скоординированности и согласованности при их организации. Это еще раз подчеркивает, насколько внимательно необходимо относиться к построению предпринимательского портфолио вуза и поиску баланса между выбранными элементами.

Сделаем выводы, на которые стоит обратить внимание при развитии предпринимательства в вузах:

- прослушанные курсы по предпринимательству и благоприятная для предпринимательства атмосфера вуза усиливают предпринимательские намерения студентов;
- общение с практиками-предпринимателями имеет неоднозначный эффект на предпринимательские намерения, что указывает на необходимость более пристального внимания к их организации;
- большую роль в усилении предпринимательских намерений играет возможность развивать собственные проекты в вузе;
- в целом студенты положительно отзываются о сформировавшемся в вузе предпринимательском портфолио, но развитие предпринимательской составляющей не должно останавливаться и требует от вузов проактивных действий.

Роль вуза в развитии предпринимательства не стоит ограничивать фрагментированными рассказами о предпринимательстве. Вузы могут сыграть важную роль в поднятии имиджа предпринимателя, в развитии предпринимательских идей, коммерциализации знаний и исследований. Российские вузы через поощрение и поддержку предпринимательских проектов студентов способствуют увеличению количества инновационных и предпринимательских фирм и таким образом внесут вклад в экономическое благополучие страны и создание рабочих мест [Debackere Veugelers, 2005]. Реализация такой программы требует вовлечения преподавателей в развитие учебных дисциплин, а от преподавателей — компетентно-

сти и готовности выступать в роли ментора и наставника. Ориентированные на действия инициативы в рамках вуза могут реализовываться разными способами, но важна согласованность между ними, последовательность и интегрированность.

Подводя итог, отметим имеющиеся в данной работе ограничения. Во-первых, данные не позволяли рассмотреть отдельно специфику каждого вуза. Во-вторых, использование субъективной оценки в ответах могло приводить к некоторым искажениям результатов, так как на ответы студентов влияют различные факторы, которые невозможно полностью проконтролировать. В-третьих, использование кросс-секционных данных предполагает одновременность восприятия всех переменных, однако формирование предпринимательских намерений могло происходить постепенно, но учесть это в данной работе не представлялось возможным.

В будущих исследованиях по данной проблематике следует провести сравнительный анализ стран, а также изучить влияние предпринимательского портфолио вуза на фактический карьерный выбор студентов. Кроме того, проведение кейс-стади на примере успешных российских предпринимательских вузов позволило бы выявить лучшие практики, знание которых будет полезно другим вузам при построении собственной траектории развития предпринимательства.

Список литературы

1. Горелова Е. Безработных среди молодежи в России в 5 раз больше, чем среди 30–40-летних // Вести. 2015. 27 октября.
2. Мадьяров А. А., Шамарова Г. М. Отечественный опыт конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 1 (49). С. 119–143.
3. Рубин Ю. Б. Российское предпринимательство как направление российского образования // Современная конкуренция. 2012. № 6 (36). С. 5–8.
4. Смирнов В. П. Теоретическая основа современных исследований предпринимательства // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 1 (49). С. 5–21.
5. Широкова Г. В., Беляева Т. В. Предпринимательские намерения студентов: концепция и основные подходы к исследованию // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 2 (50). С. 5–31.
6. Широкова Г. В., Куликов А. В. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет — Россия. ВШМ СПбГУ. 2011. URL: http://www.old.gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_nacional_nyj_otchet_2011.pdf.
7. Широкова Г. В., Богатырева К. А., Беляева Т. В., Цуканова Т. В., Ласковая А. К. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет — Россия, 2016. ВШМ СПбГУ. URL: http://gsom.spbu.ru/files/folder_11/guesss_2016_rus_final_v1.pdf.
8. Широкова Г. В., Цуканова Т. В., Богатырева К. А. Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской самозффективности // Вопросы образования. 2015. № 3. С. 171–207.
9. Ajzen I. The theory of planned behavior // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 1991. Vol. 50. No. 2. P. 179–211.
10. Arenius P., Minniti M. Perceptual variables and nascent entrepreneurship // Small Business Economics. 2005. No. 24. P. 233–247.
11. Audretsch D. B., Keilbach M. Does entrepreneurship capital matter? // Entrepreneurship Theory and Practice. 2004. Vol. 28. No. 5. P. 419–429.
12. Charney A., Libecap G. The impact of entrepreneurship education: An evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985–1999. Final Report. Karl Eller Center, 2000.
13. Davidsson P. Determinants of entrepreneurial intentions // In Proceedings RENT XI Workshop. 1995. Piacenza, Italy.
14. Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. The effects of entrepreneurship education // Journal of Economic Behavior and Organization. 2010. Vol. 76. No. 1. P. 90–112.
15. Hofer et al. From strategy to practice in university entrepreneurship support. Strengthening entrepreneurship and local economic development in Eastern Germany: youth, entrepreneurship and innovation. OECD local economic and employment development (LEED). Working papers. 2010.
16. Isenberg D. Introducing the entrepreneurship ecosystem: Four defining characteristics // Forbes. 2011. May 25. Access: <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#10184a095fe8>.
17. Jack S. L., Dodd S. D., Anderson A. R. Social structures and entrepreneurial networks: The strength of strong ties // Entrepreneurship and innovation. 2004. Vol. 5. No. 2. P. 107–120.
18. Kolvereid L., Moen O. Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? // Journal of European Industrial Training. 1997. Vol. 21. No. 4. P. 154–160.
19. Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. Competing models of entrepreneurial intentions // Journal of Business Venturing. 2000. Vol. 15. No. 5/6. P. 411–432.
20. Kwong C., Thompson P. 2016. The when and why: student entrepreneurship aspirations. Journal of Small Business Management. 2016. Vol. 54. No. 1. P. 299–318.
21. Linan F., Chen Y-W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions // Entrepreneurship Theory and Practice. 2009. Vol. 33. No. 3. P. 593–617.
22. McGowan P., Cooper S., Durkin M., O’Kane C. The influence of social and human capital in developing young

- women as entrepreneurial business leaders // *Journal of Small Business Management*. 2015. Vol. 53. No. 3. P. 645–661.
23. McGowan P., Lewis C., Cooper S., Greenan K. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles; motivations, expectations and realities // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2012. Vol. 24. No. 1–2. P. 53–72.
 24. Minniti M. Entrepreneurship and network externalities // *Journal of Economic Behavior and Organization*. 2005. Vol. 57. P. 1–27.
 25. Morris M., Shirokova G., Tsukanova T. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration // *European Journal of International Management*. 2016. Vol. 11. No. 1. P. 65–85.
 26. Rasmussen E. A., Sorheim R. Action-based entrepreneurship education. *Technovation*. 2006. Vol. 26. P. 185–194.
 27. Saeed S., Yousafzai S., Yani-De-Soriano M., Muffatto M. The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intentions // *Journal of Small Business Management*. 2013. Vol. 53. No. 4. P. 1127–1145.
 28. Shapero A., Sokol L. The social dimensions of entrepreneurship // In Kent C., Sextin D., Vesper K. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982, P. 72–90.
 29. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. Entrepreneurial intentions and activities of students across the world: international report of the GUESSE Project 2011. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG).
 30. Sieger P., Monsen E. Founder, academic, or employee? A nuanced study of career choice intentions // *Journal of Small Business Management*. 2015. Vol. 53. No. S1. P. 30–57.
 31. Souitaris V., Zerbinati S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources // *Journal of Business Venturing*. 2007. Vol. 22. No. 4. P. 566–591.
 32. Toledano N., Urbano D. Promoting entrepreneurial mind-sets at universities: a case study in the South of Spain // *European Journal of International Management*. 2008. Vol. 2. No. 4. P. 382–399.
 6. Gorelova E. Unemployment among young people in Russia is 5 times higher than among those who are 30–40 years old. *Vedomosti*, 2015, 27 October (in Russian).
 7. Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 2010, vol. 76, no. 1, pp. 90–112.
 8. Hofer et al. From strategy to practice in university entrepreneurship support. Strengthening entrepreneurship and local economic development in Eastern Germany: youth, entrepreneurship and innovation. OECD local economic and employment development (LEED), Working papers 2010/09.
 9. Isenberg D. Introducing the entrepreneurship ecosystem: Four defining characteristics. *Forbes*, 2011, May 25. Available at: <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#10184a095fe8>.
 10. Jack S. L., Dodd S. D., Anderson A. R. Social structures and entrepreneurial networks: The strength of strong ties. *Entrepreneurship and innovation*, 2004, vol. 5, no. 2, pp. 107–120.
 11. Kolvereid L., Moen O. Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European Industrial Training*, 1997, vol. 21, no. 4, pp. 154–160.
 12. Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, no. 5/6, pp. 411–432.
 13. Kwong C., Thompson P. 2016. The when and why: student entrepreneurial aspirations. *Journal of Small Business Management*, 2016, vol. 54, no. 1, pp. 299–318.
 14. Linan F., Chen Y-W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 3, pp. 593–617.
 15. Madyarov A., Shamarova G. Domestic experience competitiveness of the university in the education market. *Journal of Modern Competition*, 2015, vol. 9, No. 1 (49), pp. 119–143 (in Russian).
 16. McGowan P., Cooper S., Durkin M., O'Kane C. The influence of social and human capital in developing young women as entrepreneurial business leaders. *Journal of Small Business Management*, 2015, vol. 53, no. 3, pp. 645–661.
 17. McGowan P., C. Lewis, S. Cooper, Greenan K. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles; motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2012, vol. 24, no. 1–2, pp. 53–72.
 18. Minniti M. Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 2005, vol. 57, pp. 1–27.
 19. Morris M., Shirokova G., Tsukanova T. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 2016, vol. 11, no. 1, pp. 65–85.
 20. Rasmussen E. A., Sorheim R. Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 2006, vol. 26, pp. 185–194.
 21. Rubin Yu. Russian entrepreneurship as area of Russian education. *Journal of Modern Competition*, 2012, vol. 6, no. 36, pp. 5–8 (in Russian).
 22. Saeed S., Yousafzai S., Yani-De-Soriano M., Muffatto M. The role of perceived university support in the for-

References

1. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, vol. 50, no. 2, pp. 179–211.
2. Arenius P., Minniti M. Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2005, no. 24, pp. 233–247.
3. Audretsch D. B., Keilbach M. Does entrepreneurship capital matter? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2004, vol. 28, no. 5, pp. 419–429.
4. Charney A., Libecap G. The impact of entrepreneurship education: An evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985–1999, Final Report, Karl Eller Center, 2000.
5. Davidsson P. Determinants of entrepreneurial intentions. In *Proceedings RENT XI Workshop*, 1995, Piacenza, Italy.

- mation of students' entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 53, no. 4, pp. 1127–1145.
23. Shapero A., Sokol L. The social dimensions of entrepreneurship. In Kent C., Sextin D., Vesper K. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982, pp. 72–90.
 24. Shirokova G., Beliaeva T. Students' entrepreneurial intentions: concept and main research approaches. *Journal of Modern Competition*, 2015, vol. 9, no. 2 (50), pp. 5–31 (in Russian).
 25. Shirokova G., Bogatyreva K., Beliaeva T., Tsukanova T., Laskovaua A. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report — Russia. GSOM SPbU, 2016. Available at: http://gsom.spbu.ru/files/folder_11/guesss_2016_eng_final_v1.pdf.
 26. Shirokova G., Kulikov A. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report — Russia. GSOM SPbU, 2011. Available at: http://gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_national_report_russia_2011.pdf.
 27. Shirokova G., Tsukanova T., Bogatyreva K. University environment and student entrepreneurship: the role of business experience and entrepreneurial self-efficacy. *Educational Studies*, 2015, no. 3, pp. 171–207.
 28. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. Entrepreneurial intentions and activities of students across the world: international report of the GUESSS Project 2011, St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG).
 29. Sieger P., Monsen E. Founder, academic, or employee? A nuanced study of career choice intentions. *Journal of Small Business Management*, 2015, vol. 53, no. S1, pp. 30–57.
 30. Smirnov V. The theoretical basis of modern researching entrepreneurship. *Journal of Modern Competition*, 2015, vol. 9, no. 1 (49), pp. 5–21 (in Russian).
 31. Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 2007, vol. 22, no. 4, pp. 566–591.
 32. Toledano N., Urbano D. Promoting entrepreneurial mind-sets at universities: a case study in the South of Spain. *European Journal of International Management*, 2008, vol. 2, no. 4, pp. 382–399.

T. Tsukanova, *Strategic and International Management Department, Graduate School of Management SPbU, Saint Petersburg, Russia*, tsukanova@gsom.spbu.ru

The effect of Universities on students' entrepreneurial intentions: the context of Russia

Several studies have clearly demonstrated that entrepreneurial intentions are strongly influenced by education. What is more important, entrepreneurial intentions predict the actual entrepreneurial behavior. Thus, it is reasonable to believe that by stimulating intentions we encourage entrepreneurship. At the same time, universities play rather ambiguous and fragmented role in entrepreneurship, especially in Russian context. Further investigation is needed. The present research examines the impact of universities on the entrepreneurial intentions of Russian students. Using a sample of 2504 students from the GUESSS study, entrepreneurial intentions are found to be significantly associated with multiple components of the university entrepreneurial portfolio. The results of this study help better understand the structure of entrepreneurial portfolios of universities and its impact on the intentions. A greater emphasis on entrepreneurship in all universities may help balance the current individual initiatives and develop proactively a more relevant and comprehensive strategy.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial education, entrepreneurial intentions, entrepreneurial learning, Russia, students, university.

About authors:

T. Tsukanova, *Candidate of Economic Science*

For citation:

Tsukanova T. The effect of Universities on students' entrepreneurial intentions: the context of Russia. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 12, no. 2 (68), pp. 69–83 (in Russian, abstr. in English).

Фролова И. А., старший преподаватель Казанского национального исследовательского технологического университета, г. Казань, zajceva_frolova@mail.ru

Предпринимательская активность как выбор жизненной стратегии студенческой молодежи в национальных исследовательских университетах

В данной статье рассмотрены концептуальные подходы к изучению предпринимательских стратегий молодежи, а также представлены результаты авторского социологического исследования, описывающие воздействие образовательных программ предпринимательского типа на жизненные стратегии студенческой молодежи в НИУ.

Ключевые слова: система образования, образовательные программы, предпринимательская деятельность, Национальные исследовательские университеты, студенческая молодежь, стратегии студенческой молодежи.

Введение

Студенческая молодежь — это динамичная часть современного общества, обладающая высоким предпринимательским потенциалом, новаторским и экономическим мышлением, а также высокой технико-технологической культурой. Именно студенческая молодежь способна генерировать новые идеи, максимально эффективно участвовать в экономической жизни своего региона и страны, быстро воспринимая все новое, не боясь брать на себя риски.

Это позволяет говорить о трансформации социальной роли молодежи, что, в свою очередь, актуализирует внимание к ее ценностным приоритетам, вызывая необходимость концептуализации проблемы отсутствия системы, позволяющей формировать и развивать образованных и высококвалифицированных предпринимателей, что имеет важное значение для создания стабильной экономики в современных мировых условиях [23, с. 11].

По данным Международного исследовательского проекта «Глобальное исследова-

ние предпринимательского духа студентов» (GUESSS — Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey [21]), карьерные планы студенческой молодежи обусловлены мотивами, которыми они руководствуются при выборе карьеры. Согласно анализу данных, главным мотивом при этом является стремление реализовать свои мечты, следующим мотивом — желание иметь интересную и перспективную работу.

Полученные в ходе исследования результаты также свидетельствуют о том, что основным движущим мотивом для российских студентов, планирующих после окончания вуза заниматься предпринимательской деятельностью, является стремление реализовать свои мечты, желание работать на себя, иметь интересную работу, быть самостоятельным и независимым.

Для анализа данной проблемы наиболее интересными оказались следующие результаты: каждый второй российский студент, который участвовал в исследовании GUESSS, не собирается быть предпринимателем во время обучения в вузе. Лишь через пять лет после окончания высшего образовательного учреждения 9,46% из них гото-

вы начать свое собственное дело. Полученные данные свидетельствуют о способности студентов здраво оценивать свой предпринимательский потенциал с его ресурсной составляющей, которая будет дополняться с приобретением определенного опыта работы. Все это говорит о проблеме ограниченности знаний и навыков по организации дела, о неготовности студенческой молодежи брать на себя риски, связанные с предпринимательской деятельностью. Но самая главная проблема кроется в самих высших учебных заведениях, обучаясь в которых, студенты не получают необходимые компетенции для организации и развития предпринимательской деятельности.

Концептуальные подходы к изучению предпринимательских стратегий молодежи

Идея новой культуры и нового сознания в молодежной среде, а также концепция молодежи как объекта и субъекта процесса преемственности и смены поколений рассматриваются в работах Ч. А. Рейча. Система теоретических положений, получившая название социальной концепции молодежи, принадлежит И. С. Кону. Мотивы социальной субъектности молодежи прослеживаются в концепциях М. Карвата и В. Миляновского [22]. Проблема установления социологической функции молодежи в обществе представлена в концепции молодежи как поколения в соответствующем историко-социальном пространстве Карла Манхейма.

Тема молодежи как специфической части общества, различные аспекты проблематики молодежной жизнедеятельности, идейно-политические взгляды, вопросы трудовой активности, профессиональных и ценностных ориентаций нашли свое отражение в трудах отечественных исследователей Ю. А. Левады [5, с. 9], В. Т. Лисовского [7, с. 158], И. С. Кона [3, с. 216], Ю. Г. Волкова [2, с. 52], Н. И. Лапина [4, с. 23], В. А. Лукова [8, с. 8] и др.

В конце 1960-х годов социологом В. Т. Лисовским было предложено определение понятия молодежи: «Молодежь — это поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих (а в более зрелом возрасте уже усвоивших) образовательные, профессиональные и культурные функции и подготавливаемых (подготовленных) обществом к усвоению и выполнению социальных ролей. В зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [7]. Позднее более полное определение дал И. С. Кон: «Молодежь — социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Молодость как определенная фаза, этап жизненного цикла, биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [3, с. 83]. По мнению автора, современный взгляд на молодежь может быть дополнен следующими характеристиками — активность, восприимчивость к переменам, склонность к рискам и инновациям, прогрессивность, самостоятельность не только в выборе жизненных стратегий, но их в проектировании.

В. Т. Лисовский выделяет как минимум три системы социализации. Первая, так называемая направленная социализация, создается социальной системой. Вторая — система «стихийной» социализации. К данной социальной системе относят все то, что оказывает влияние на личность (влияние «улицы», сверстников, средств массовой информации, искусства, книг, интернета и т. д.) Третья система — самовоспитание личности, ее способность к принятию грамотных решений [7]. В отдельную группу авторов стоит выделить тех, чьи работы были посвя-

щены исследованию жизненных стратегий российской молодежи. Реализация стратегий социальной адаптации в контексте поиска альтернативных вариантов рассматривается в работах Ю. М. Резника [10, с. 101], Е. А. Смирнова [11, с. 37]). Фундаментальные исследования стратегических планов молодежи и их реализации принадлежат новосибирскими исследователям В. Шубкину и Г. Чередниченко [15, 16, с. 282].

Применение системного подхода в анализе жизненных стратегий студенческой молодежи позволяет выделить совокупность взаимосвязанных элементов, имеющих связь с внешней средой, ресурсами.

Основы метода стратегического выбора рассматриваются в концепции соперничества М. Портера, предложившего набор типовых стратегий, в основе которых лежит идея о том, что каждая из них основана на конкурентном преимуществе, и организация должна добиться его, выбрав свою стратегию. Она должна решить, какой тип конкурентного преимущества хочет получить и в какой сфере [13]. Подобный метод может быть применен и для определения стратегического выбора молодежи.

Использование системного (Н. Луман «Теория социальных систем» [18, с. 237]) и структурного (Т. Парсонс «Система современных обществ» [9, с. 126]) подходов позволяет исследовать жизненные стратегии студенческой молодежи как самостоятельной социологической категории.

Существующие типологии жизненных стратегий дополняются Н. И. Легостаевой:

- критерий взаимодействия с внешним миром: конформная, консенсусная, конфликтная;
- критерий социализации: пассивно осваиваемая и активно преобразующая;
- критерий доминирования ценностных ориентаций: прагматические и гедонистические;
- критерий социального действия (по М. Веберу): целерациональные, ценностно-рациональные, традиционные;

- временной критерий: краткосрочные (неделя-месяц), среднесрочные (месяц-год), долгосрочные (1–3 года) [6, с. 92].

Жизненные стратегии современной российской молодежи, связанные с готовностью заняться предпринимательской деятельностью, во многом являются реакцией на трансформационные процессы социальных институтов, в частности института образования, так как именно образовательная среда характеризуется развитием факторов, определяющих обучение, развитие личности, характер информационных и межличностных отношений, а также взаимодействия личности с социальной средой.

Современные тренды в сфере предпринимательского образования

Институт образования является элементом жизнедеятельности индивида, оказывающим непрерывное влияние на его социализацию и жизненные стратегии. По мнению И. Иллича, «хорошая образовательная система должна иметь три цели: она должна давать всем, кто хочет учиться, доступ к имеющимся ресурсам в любое время их жизни независимо от возраста; позволять всем поделиться своими знаниями с теми, кто хочет научиться этому от них; наконец, предоставлять каждому желающему возможность ознакомиться с проблемами общества и обсудить их».

Структурно-функциональный подход Р. Мертона позволяет рассмотреть образование как социальный институт, под влиянием «явных» и «скрытых» функций которого и формируются жизненные стратегии студенческой молодежи [18]. Явные функции образования зачастую носят формальный характер. Обычно они закреплены в нормативно-правовых документах, а также в системе статусов и ролей. Основная функция образования как социального института — удовлетворить социальные потребности, ради которых он был создан и функционирует. Для реализации явной функции инсти-

тут образования осуществляет ряд функций, которые обеспечивают функционирование коллективной деятельности людей, добивающихся выполнения своих целей и реализации собственных потребностей. К таким функциям можно отнести функцию закрепления и воспроизводства общественных отношений, регулятивную функцию; интегративную функцию; транслирующую функцию и коммуникативную функцию.

Э. В. Тадевосян выделяет следующие функции образования: функция трансляции и распространения культуры от поколения к поколению; функция генератора и хранения культуры общества; функция социализации личности; функция социальной селекции; функция социокультурных изменений [12, с. 112].

Согласно теории образования С. Костера [20] институт образования создает личность, способную адаптироваться к существующей социально-экономической системе. Выполняя социальные функции, институт образования обеспечивает стабильность и устойчивость социума, одновременно удовлетворяя запросы индивидов.

В связи со сложившимся кризисом высшего образования переживает сложнейшие трансформации, затрагивающие все аспекты жизнедеятельности индивида. Трансформационные процессы в образовании разворачиваются неравномерно, в противоречивых тенденциях, проявляясь в характере и структуре социально-экономической среды. В связи с этим возросла роль обучения предпринимательской деятельности как совокупности способов и результатов деятельности человека, что проявляется в совершенно новых требованиях к целям, методам и содержанию современного высшего образования.

Социализация современной молодежи проходит под влиянием макросоциальных изменений, в том числе обстоятельств, связанных с экономическими рисками, что существенным образом отражается на модели социализации. Соответственно, возникает необходимость в создании новой системы

высшего образования, включающей в себя поиск новых форм интеграции науки, образования и социально-экономических реалий.

Одно из приоритетных направлений развития страны — создание современной системы предпринимательского образования, которая позволит повысить конкурентоспособность образовательных и исследовательских услуг на мировом рынке, отвечая высоким международным требованиям. Формирование данной системы является важным элементом государственной политики и отвечает социальному заказу современного общества.

Согласно Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года («Инновационная Россия — 2020» [17]) предпринимательская деятельность рассматривается как один из 20 ключевых шагов стратегии и занимает ключевые позиции в направлениях «Инновационный бизнес» и «Инновационный человек» (табл. 1).

Так, четвертый шаг стратегии инновационного развития Российской Федерации «Инновационный человек» предполагает обучение навыкам инновационного предпринимательства.

Навыки инновационного предпринимательства, согласно Стратегии, должны стать неотъемлемой частью освоения компетенций, так или иначе влияющих на жизненные стратегии студенческой молодежи.

Важной задачей современной системы образования является ориентация образовательных программ на обучение навыкам, необходимым для инновационной предпринимательской деятельности (к подобным навыкам можно отнести аналитическое мышление, стремление к познанию нового, способность к самообучению, готовность к рискам, предприимчивость и креативность, а также устойчивость к конкурентной среде).

Основными акторами реализации подобных программ являются национальные исследовательские университеты (далее — НИУ), миссии которых, как правило, преду-

Таблица 1. Ключевые шаги стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [17]

Table 1. Key steps of the Strategy of Innovative Development of the Russian Federation for the Period to 2020 [17]

1	Радикальное наращивание инновационной активности в государственном секторе экономики — в компаниях с государственным участием и государственных корпорациях, в том числе через принятие и реализацию ими программ инновационного развития	Инновационный бизнес
2	Формирование «дорожных карт» развития ключевых технологий с определением мер поддержки и выделением необходимой степени международной кооперации при их создании (покупка за рубежом/совместная разработка с зарубежными партнерами / самостоятельная разработка)	
3	Последовательное и предсказуемое на долгосрочную перспективу ужесточение экологических, технических, санитарно-эпидемиологических требований, а также требований к энерго- и ресурсоемкости продукции (услуг) и используемых технологий, определение системы соответствующих поощрений и санкций, стимулирующих их создание и внедрение, по ключевым направлениям технологического развития российской экономики	
4	Обеспечение полноценного участия бизнеса в определении и финансировании приоритетов научно-технологического развития, в том числе через запуск деятельности технологических платформ	
5	Введение дополнительных льгот (в том числе налоговых) для развития инжиниринга и информационных технологий	
6	Значительное повышение качества и престижа инженерного образования, в том числе за счет создания специальной стипендиальной программы для студентов инженерных специальностей, более тесной интеграции обучения с практикой на ведущих промышленных предприятиях, а также мер по содействию в получении или аренде жилья либо в получении ипотечного кредита инженерами, устраивающимися на работу по специальности	Инновационный человек
7	Корректировка образовательных стандартов и внедрение новых технологий обучения в базовом образовании (включая дошкольное и школьное) в целях большей его ориентации на формирование навыков, необходимых для инновационной экономики.	
8	Выстраивание системы поиска и продвижения талантливых детей (в первую очередь, по естественно-научным и техническим направлениям)	
9	Значительное повышение престижа научной, инженерной и предпринимательской деятельности, в том числе через популяризацию инновационной тематики в СМИ, на телевидении, через кинофильмы	

смаатривают содействие динамичному развитию научно-технологического комплекса страны и обеспечение его необходимыми людскими ресурсами, сбалансированными по численности, направлениям подготовки, по квалификационной и возрастной структуре с учетом необходимых темпов их обновления и прогнозируемых структурных преобразований в науке и экономике [19].

Развитие системы инновационного предпринимательского образования входит в число приоритетных задач программ развития национальных исследовательских университетов. НИУ реализуют единую систему непрерывного многоуровневого образования предпринимательского типа [14], интегрируя

национальную науку в глобальное мировое сообщество. Среди компетенций, формируемых в процессе обучения в НИУ, значительное место занимают предпринимательские компетенции, на которые в частности существует запрос со стороны социума.

НИУ эффективно интегрируют образовательную и научно-исследовательскую деятельность, отвечая высоким требованиям к кадровому и научному обеспечению. Являясь генераторами знаний, НИУ обеспечивают эффективный трансфер технологий в экономику, а высокоэффективная система прикладных и фундаментальных исследований позволяет готовить кадры высшей квалификации.

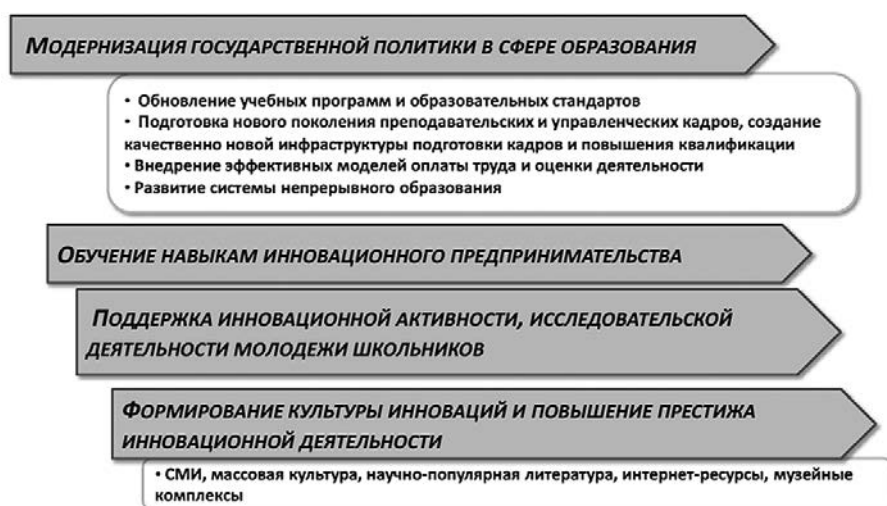


Рис. 1. Инновационный человек [17]

Fig. 1. Innovative person [17]

По существу, НИУ — образовательные организации, способные взять на себя ответственность за формирование предпринимательских компетенций студенческой молодежи, что позволяет:

- формировать предпринимательские знания и навыки в процессе обучения студентов;
- осуществлять поддержку предпринимательской деятельности с помощью развитой инфраструктуры;
- способствовать проведению научных исследований в области предпринимательства;
- развивать сетевое коммуникационное предпринимательское пространство.

Для того чтобы получить представление о воздействии обучения предпринимательству в НИУ на формирование жизненных стратегий студенческой молодежи, с 2015 г. авторами проводится исследование «Предпринимательские стратегии студенчества в национальных исследовательских университетах России».

Методология исследования

Под влиянием современных социально-экономических процессов идея стать предпринимателем становится все более при-

влекательной для многих студентов, так как данная перспектива рассматривается как способ участия на рынке труда без потери личной свободы. Одновременно происходит трансформация социальной роли молодежи в обществе, что, в свою очередь, актуализирует внимание к ее ценностным приоритетам, вызывая необходимость концептуализации проблемы отсутствия системы, позволяющей формировать и развивать образованных и высококвалифицированных предпринимателей, что имеет важное значение для создания стабильной экономики в современных мировых условиях. И здесь важную функцию выполняет институт образования.

В настоящее время сформировалось упрощенное представление о том, что обучение предпринимательству в основном сосредоточено в неформальном или дополнительном образовании. Основными формами развития предпринимательских навыков признаны проведение локальных тематических семинаров, круглых столов, бизнес-игр, дискуссионных клубов вне рамок специализированных и длительных курсов и программ. Однако институциональная активность российской высшей школы в отношении обучения предпринимательству привела к реа-

лизации самостоятельных образовательных программ предпринимательского типа.

С 2015 года авторами проводится онлайн-анкетирование на тему «Предпринимательские стратегии студенчества в национальных исследовательских университетах России» с целью выявления предпринимательских стратегий студенческой молодежи и переосмысления актуальности проблем обучения предпринимательству в высших учебных заведениях.

В выборку исследования вошли студенты Казанского национального исследовательского технологического университета и Белгородского государственного национального исследовательского университета (рис. 1). Общая выборка исследования составила 1000 чел.

Основные результаты исследования

Исходя из ответов респондентов можно сделать вывод о том, что интерес к предпринимательской деятельности вырос во время обучения в вузе, что подтверждает прямое влияние получаемого образования на трансформацию жизненных стратегий студентов. Так, если до поступления в вуз лишь 9% респондентов хотели бы заняться предпринимательской деятельностью, то в процессе обучения предпринимательство начало привлекать 30% опрошенных, а 65% опрошенных так или иначе задумываются о создании собственного дела, и лишь 4% не планируют связать свою жизнь с предпринимательством.

Результаты исследования позволили выявить три прогнозируемые профессиональные траектории, в соответствии с которыми студенты планируют реализовать свои жизненные цели: «Предпринимательская деятельность», «Государственная служба», «Работа на предприятии» (рис. 2).

Полученные данные позволяют выделить стратегии студенческой молодежи на основе признака профессиональной самоидентификации:

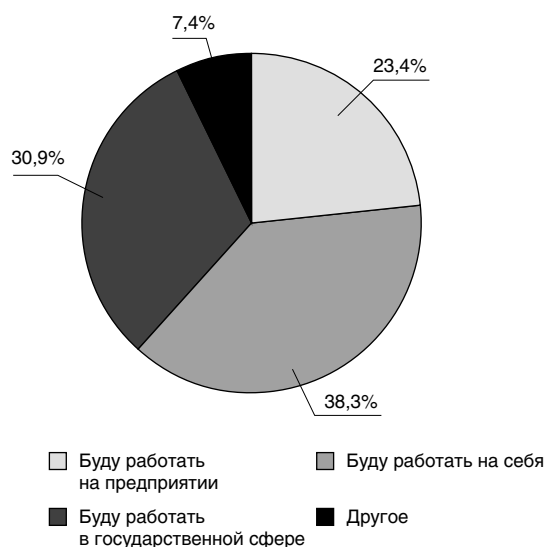


Рис. 2. Профессиональные траектории студентов НИУ

Fig. 2. Professional trajectory of National Research Universities' students

«Я — ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ».

«Я — ВЛАСТЬ».

«Я — НАЕМНЫЙ РАБОТНИК».

Результаты исследования показывают, что вариант карьеры предпринимателя представляет для молодежи определенный интерес. Так, по полученным данным, для большинства респондентов карьера предпринимателя является привлекательной, 68,3% респондентов намерены однажды начать свое дело. Отметим, что доля студентов, рассматривающих для себя карьеру предпринимателя, составляет 55,5%.

Кроме того, согласно полученным данным предпринимательская деятельность в понимании большей части респондентов несет в себе больше преимуществ, чем недостатков (67,4%).

Важно отметить, что в целом студенческая молодежь довольно рациональна — идея высокого заработка и быстрого обогащения привлекает 72,4% опрошенных, целью 66,4% респондентов является продвижение по карьере в мире бизнеса. Для 55,7% респондентов предприниматель-

ство ассоциируется с достижением желаемого статуса.

В ходе исследования было выявлено, что среди студентов на равных сосуществуют две концепции видения предпринимательской деятельности: «деньги-польза-добро», «добро-польза-деньги» (рис. 3).

Особый интерес представляют ответы на следующее утверждение: «Я решительно настроен заняться социальным предпринимательством (например, социальной несправедливостью, защитой окружающей среды)». Ответы иллюстрируют отсутствие у студентов мотивов к занятию социальным предпринимательством. Так, в соответствии с полученными данными половина респондентов не заинтересована в решении социальных проблем (например, в решении проблем социальной несправедливости, защиты окружающей среды).

Почти половина студентов не заинтересована в решении проблем групп, с которыми она себя идентифицирует (46,7%), а 56,4% опрошенных никогда не обдумывали возможность сыграть проактивную роль в изменении того, как функционирует наш мир. Данные подтверждаются следующими результатами: большая часть опрошенных полностью согласна с утверждениями «Я хочу много зарабатывать и быстро разбогатеть» и «Моя цель продвинуться по карьере в мире бизнеса».

Несмотря на то, что НИУ формируют предпринимательские компетенции студенческой молодежи, деятельность в сфере обучения предпринимательству нуждается в оптимизации.

Пока лишь треть опрошенных согласны с утверждением, что образование в их вузе дает хорошую базу для дальнейшего развития предпринимательской деятельности. На взгляд автора, назрела необходимость углубления и расширения предпринимательской направленности курсов в рамках основных образовательных программ (далее — ООП).

Полученные данные свидетельствуют не только о необходимости совершенствования образовательных программ,

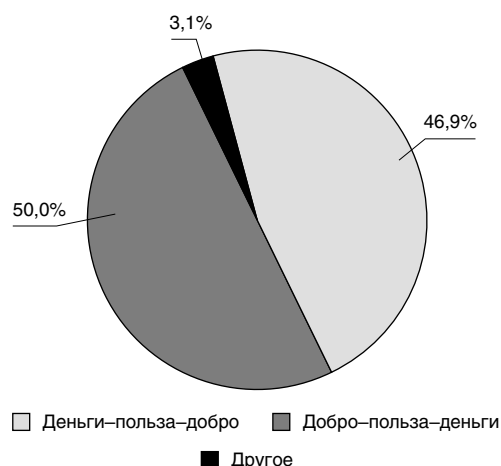


Рис. 3. Концепции видения студентами НИУ предпринимательской деятельности

Fig. 3. Concepts of National Research Universities students' vision of entrepreneurial activity

но и о развитии инфраструктуры поддержки студентов-предпринимателей, от которой напрямую зависит заинтересованность обучающихся к предпринимательской деятельности. Так, лишь 28,7% согласны с утверждением, что в их вузе создаются условия, побуждающие к занятию предпринимательской деятельностью.

Однако необходимо обратить внимание и на то, что у вузов ограниченные возможности для создания и поддержания студенческих стартапов.

В ходе исследования были выявлены эффективные формы поддержки студентов-предпринимателей: предоставление грантов, проведение конкурсов, конференций и стажировок, а также выдача стипендий.

Исследование позволило выявить и недостатки. Судя по ответам, студенты нуждаются в фондах при НИУ, которые бы не только оказывали финансовую и материальную помощь, но и занимались консультативной и информационной деятельностью в сфере предпринимательства.

Выявлены пробелы в содержании ООП, усложняющие процесс превращения бизнес-идеи в реальный бизнес, а именно: недостаток знаний в области маркетинга, от-

сутствие опыта в написании бизнес-плана, недостаток компетенций в области анализа рынка сбыта, отсутствие опыта в продаже своего продукта/услуги, отсутствие знаний в сфере деятельности венчурных фондов, а также опыта во взаимодействии с ними.

В целом результаты исследования могут отражаться в рекомендациях для оптимизации образовательных программ предпринимательского типа в НИУ.

Заключение

Трансформационные процессы в сфере высшего образования диктуют новые правила в области организации и предоставления образовательных услуг, так как современная система высшего образования получила социальный заказ на реализацию образовательных программ предпринимательского типа.

Данные исследования подтверждают прямое влияние образовательных программ предпринимательского типа на формирование жизненных стратегий студенческой молодежи.

Таким образом, можно утверждать, что основные жизненные стратегии современной молодежи, выделенные учеными-исследователями более пяти лет назад (успех в профессиональном развитии, престижная работа, материальный достаток и семейное благополучие [1]), дополнились стремлением к занятию предпринимательской деятельностью.

В связи с этим была выявлена новая стратегия — предпринимательская, сформированная в ходе получения знаний и навыков в области предпринимательской деятельности, благодаря которой студенты-предприниматели стремятся реализовывать свои бизнес-идеи.

Список литературы

1. Акулич М. М., Пит В. В. Жизненные стратегии современной молодежи // Вестник тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Тюмень: изд-во ТГУ, 2011. С. 34–43.
2. Волков Ю. Г., Добренёв В. И., Нечипуренко В. Н., Попов А. В. Социология: учебник / под ред. проф. Ю. Г. Волкова. М.: Гардарики, 2003.

3. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Политиздат, 1987.
4. Лапин Н. И. Социальные ценности и реформы в кризисной России // Социологические исследования. 1993. № 9.
5. Левада Ю. А. Три «поколения перестройки» // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1995. № 3.
6. Легостаева Н. И. Жизненные стратегии «дневной» и «ночной» молодежи. Социальная диагностика. Мониторинг общественного мнения. № 8 (114), март-апрель. 2013. С. 92.
7. Лисовский В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. СПб., 2000.
8. Луков В. А. Концептуализация молодёжи в XXI веке: новые идеи и подходы // Социологические исследования. 2012. № 1.
9. Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997.
10. Резник Т. Е., Резник Ю. М. Жизненные стратегии личности // Социологические исследования. 1995. № 2.
11. Смирнов Е. М. Жизненные стратегии государственных служащих // Государственная служба. 2002. № 4.
12. Тадевосян Э. В. Социология: учеб. пособие. М.: Знание, 1999. — 272 с.
13. Федотова Н. Жизненные стратегии молодёжи // Человеческие ресурсы. 2003. № 2.
14. Фролова И. А. Формирование системы инновационного предпринимательского образования (на примере Казанского национального исследовательского технологического университета) // Проблемное обучение в современном мире. Сборник статей VI Международных Махмутовских чтений. Елабуга: Изд-во КФУ, 2016. С. 709–716.
15. Чупров В. И., Зубок Ю. А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2003.
16. Шубкин В. Н. Социология и общество: Научное познание и этика науки. М.: ЦСПиМ, 2010.
17. Инновации в России. URL: <http://innovation.gov.ru/ru/taxonomy/term/586>.
18. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории // URL: <http://www.twirpx.com/file/258007>.
19. Материалы Круглого стола: «Национальные исследовательские университеты: вопросы формирования развития сети». Выступление Сергея Иванца, директора департамента стратегии и перспективных проектов в образовании и науке Министерства образования и науки РФ. URL: <http://univer.academy.ru>.
20. Coster S., Hotyat F. La sociologie de l'education. Bruxelles, Editions de l'institut de sociologie, 1970. — 344 с.
21. GUESS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. URL: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_eng.pdf.
22. Karwat, Milanovski B. Mlodziez. Ruch mlodziezowi. Poltica. Warszawa. 1981.
23. Scott M. G., Twoney D. F. 1988. The Long-Term supply of entrepreneurs: students career aspirations in relation to entrepreneurship. Journal of Business Management, No. 26 (4), P. 5–13.

References

1. Akulich M. M., Pit V. V. *Zhiznennye strategii sovremennoj molodezhi* [Life strategies of young people]. *Vestnik*

- tjumenskogo gosudarstvennogo universiteta. *social'no-ekonomicheskie i pravovye issledovaniya*, Tyumen: Pub. h: TSU, 2011, pp. 34–43.
2. Chuprov V. I., Zubok Yu. A., Williams K. *Molodezh' v obshchestve riska* [Youth in a Risk Society]. Moscow, Znanie, 2003.
 3. Coster S., Hotyat F. *La sociologie de l'education*. Bruxelles, Editions de l'institut de sociologie, 1970. 344 p.
 4. Fedotova N. *Zhiznennye strategii molodjzhi* [Life strategies of youth]. *Chelovecheskie resursy* — Human Resources, 2003, no. 2.
 5. Frolova I. A. *Formirovanie sistemy innovacionnogo predprinimatel'skogo obrazovaniya (na primere Kazanskogo nacional'nogo issledovatel'skogo tekhnologicheskogo universiteta)* [Formation of the system of innovative entrepreneurial education (by the example of the Kazan National Research Technological University)]. *Problemnoe obuchenie v sovremennom mire. Sbornik statej VI Mezhdunarodnyh Mahmutovskih chtenij* [Problem training in the modern world. Collection of articles of the VI International Mahmutov Readings]. Elabuga, Publishing house KFU, 2016, pp. 709–716.
 6. GUESS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. Available at: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_eng.pdf.
 7. *Innovacii v Rossii* [Innovations in Russia]. Available at: <http://innovation.gov.ru/ru/taxonomy/term/586>.
 8. Karwat, Milanovski B. *Mlodziez. Ruch mlodzi*. Warszawa, 1981.
 9. Kon I. S. *V poiskah sebja: Lichnost' i ee samosoznanie* [In search of yourself: Personality and self-awareness]. Moscow, Politizdat, 1987.
 10. Lapin N. I. *Social'nye cennosti i reformy v krizisnoj Rossii* [Social values and reforms in the Russian crisis]. *Sociologicheskie issledovaniya* — Sociological studies, 1993, no. 9.
 11. Legostayeva N. I. *Zhiznennye strategii «dnevnoj» i «nochnoj» molodezhi*. [Life strategies of the «day» and «night» youth]. *Social'naja diagnostika. Monitoring obshchestvennogo mneniya*, 2013, no. 8 (114), March–April, p. 92.
 12. Levada Yu. A. *Tri «pokoleniya perestrojki»* [Three «generations of perestroika»]. *Jekonomicheskie i social'nye peremny: Monitoring obshchestvennogo mneniya*, 1995, no. 3.
 13. Lisovsky V. T. *Duhovnyj mir i cennostnye orientacii molodezhi Rossii* [Spiritual world and value orientations of the youth of Russia]. Sankt-Peterburg, 2000.
 14. Lukov V. A. *Konceptualizacija molodjzhi v XXI veke: novye idei i podhody* [Conceptualization of the youth in the XXI century: new ideas and approaches]. *Sociologicheskie issledovaniya* — Sociological research, 2012, no. 1.
 15. Luman N. *Social'nye sistemy. Ocherk obshhej teorii* [Social systems. Common theory essay]. Available at: <http://www.twirpx.com/file/258007>.
 16. *Materialy Kruglogo stola: «Nacional'nye issledovatel'skie universitety: voprosy formirovaniya razvitiya seti»*. Vystuplenie Sergeja Ivanca, direktor departamenta strategii i perspektivnyh proektov v obrazovanii i nauke Ministerstva obrazovaniya i nauki RF. [Materials of the Round Table: «National Research Universities: Issues of Network Development». Speech by Sergey Ivants, Director of the Department for Strategy and Prospective Projects in Education and Science of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation]. Available at: <http://univer.academy.ru>.
 17. Parsons T. *Sistema sovremennykh obshchestv*. [System of Modern Societies]. Moscow, Aspekt Press, 1997.
 18. Reznik T. E., Reznik U. M. *Zhiznennye strategii lichnosti* [Life strategies of personality]. *Sociologicheskie issledovaniya* — Sociological research, 1995, no. 2.
 19. Scott M. G., Twoney D. F. The Long-Term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Business Management*, 1988, no. 26 (4), pp. 5–13.
 20. Shubkin V. N. *Sociologiya i obshchestvo: Nauchnoe poznanie i jetika nauki*. [Sociology and Society: Scientific knowledge and the ethics of science]. Moscow, CSPIIM, 2010.
 21. Smirnov E. M. *Zhiznennye strategii gosudarstvennykh sluzhashchih* // [Life strategies of civil servants]. *Gosudarstvennaja sluzhba* — Public service, 2002, no. 4.
 22. Tadevosyan E. V. *Sociologiya* [Sociology: Textbook. Allowance]. Moscow, Znanie, 1999. 272 p.
 23. Volkov Yu. G., Dobrenkov V. I., Nechipurenko V. N., Popov A. V. *Sociologiya* [Sociology: Textbook]. Ed. prof. South. Volkova. Moscow, Gardariki, 2003.

I. Frolova, Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia, zajceva_frolova@mail.ru

Entrepreneurial activity as a choice of the life strategy of national research universities students

At the stage of transformation of the socio-economic sphere of society, an important task of the modern education system is the implementation of educational programs for entrepreneurial activities.

The main actors in the implementation of such programs are national research universities, which are able to take responsibility for the formation of entrepreneurial competencies that influence the socialization and life strategies of student youth.

Keywords: Education system, educational programs, business activity, national research universities, students, strategies students.

About authors: I. Frolova, Senior Lecturer

For citation: Frolova I. Entrepreneurial activity as a choice of the life strategy of national research universities students, *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp.84–93 (in Russian, abstr. in English).

Назарова У. А. доцент, д. э. н., Башкирский государственный университет, г. Уфа, nazarovaua@mail.ru

Развитие предпринимательского потенциала региона: механизм формирования экосистемы

Роль предпринимательства в социально-экономической жизни территории трудно переоценить. Это и гибкость бизнес-решений, и инновационное развитие, и решение проблем безработицы. Статистика, к сожалению, не свидетельствует о бурном росте предпринимательства в нашей стране. Так, в России до 3 лет доживает лишь каждое третье из ста малых предприятий (для сравнения: в Норвегии и Финляндии — каждое шестое, а в Испании — каждое восьмое)¹. Сложно сказать, что для региона является более ценным: богатый запас природных ресурсов или развитый предпринимательский потенциал. При этом, если о важности для региона инвестиций и ресурсной базы говорится достаточно много, то о развитии предпринимательского потенциала задумываются гораздо реже. Таким образом, в статье попытаемся найти решение задачи путем создания системы формирования предпринимательского потенциала в регионе посредством разработки механизма модернизации бизнес-пространства.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес-пространство, инновации, предпринимательский потенциал, безработица, социально-экономическое развитие.

Введение

Каково содержание понятия «предпринимательский потенциал региона»? В современной отечественной науке трактовки предпринимательского потенциала давали такие ученые, как В. Б. Супян, М. В. Грачев, В. П. Журавлев, А. Ю. Чепурен². По мнению автора, наиболее развернутое определение представила А. И. Гусейнова³: предпринимательский потенциал — это детерминированные рыночными условиями,

конкурентными силами и уникальными личностными качествами интегральные предпринимательские способности носителей предпринимательской деятельности, направленные на определение, поиск, формирование и удовлетворение потребностей в товарах, пользующихся предпринимательским спросом покупателей, и получение предпринимательского дохода. Далее приведем ее же определение предпринимательского потенциала региона: предпринимательский потенциал региона как экономическая категория выражает способность региональной системы предпринимательства на инновационной и рискованной основе решать задачи экономического и социального развития данной территории, формируя уникальные комбинации ресурсного, научно-технического, информационного, инфраструктурного и других потенциалов данной системы⁴. Не согласимся с данным определением, поскольку целесообразно

¹ Глобальный мониторинг предпринимательства. М.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, ЕУ и Центр предпринимательства // Бизнес-журнал. 2014. № 2 (160). С. 66–69.

² Егорихина С. Ю. Предпринимательский потенциал населения региона // Проблемы развития территории. 2011. Т. 53. № 1.

³ Гусейнова А. И. Стратегия развития предпринимательского потенциала региона. Автореферат дис. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук, М., 2005 // Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat. URL: <http://www.dissercat.com/content/strategiya-razvitiya-predprinimatelskogo-potentsiala-regiona#ixzz3G1tbpUJM>.

⁴ Там же.

разделить наличие, сохранение, развитие и использование предпринимательского потенциала региона.

В этом случае наличие предпринимательского потенциала — это совокупность лиц с соответствующим набором компетенций, имеющих потенциальные способности к предпринимательству и/или уже включенных в предпринимательскую деятельность. Сохранение предпринимательского потенциала — это совокупность инфраструктурных и социально-экономических условий в регионе, противодействующих оттоку лиц, обладающих компетенциями для предпринимательской деятельности за пределы данной территории. Развитие предпринимательского потенциала — это также совокупность инфраструктурных и социально-экономических условий в регионе, способствующих мотивации к предпринимательству и развитию предпринимательских компетенций у лиц, имеющих предрасположенность к предпринимательской деятельности. Использование предпринимательского потенциала региона — это как раз то, что обозначено в вышеприведенном понятии А. И. Гусейновой — способность региональной системы предпринимательства решать задачи экономического и социального развития данной территории.

Более того, в современных условиях нарастания межрегиональной конкуренции становится актуальным такое направление, как привлечение предпринимательского потенциала в регион. Первопроходцами применения таких стратегий в мировой истории были США. Так, В. И. Ленин в работе «Капитализм и иммиграция рабочих» (1913)⁵ писал: «Россия все более отстает, отдавая за границе часть лучших своих рабочих. Америка все быстрее идет вперед, беря со всего мира наиболее энергичное, способное к труду население». Современный классический инструмент для решения данной зада-

чи — свободные экономические зоны. Возможно, в скором времени появятся и другие инструменты, в оборот войдет такое выражение, как региональный хедхантинг.

На взгляд автора, наличие предпринимательского потенциала — в большей степени естественный процесс. В ряде работ дается следующая характеристика кадрового потенциала. Примерно 6% населения отличаются самостоятельностью и активностью. К ним относятся творцы, предприниматели, в том числе работодатели, являющиеся своего рода двигателями, основными генераторами идей в бизнесе и науке. Следующая категория (примерно 27%) — это люди, ориентированные на то, чтобы повторять поведение добившихся успеха. Но основная часть населения (более 50%) относится к типу людей, которые в значительной мере зависимы от решения тех или иных сил: правительства и директората. Это определенный тип общинного поведения. Примечательно, что доля данной категории населения значительно больше среди сельских жителей. Такие люди уверены, что их задача лишь выполнять то, что требует президент, правительство, мэр, руководитель предприятия, начальник⁶.

Следовательно, склонность к предпринимательству — скорее природный фактор. Однако для реализации таких составляющих, как сохранение, развитие и использование предпринимательского потенциала требуется системный подход, позволяющий объединить образование и инфраструктуру поддержки бизнеса. Модернизация образовательного пространства должна идти в направлении создания целостной системы, объединяющей ряд направлений и участников бизнес-среды. Далее следует рассмотреть такой термин, как экосистема.

В последнее время совместное употребление экономических категорий «инновация», «предпринимательство» и биологи-

⁵ Ленин В. И. Полное собрание сочинений. М.: Directmtdia, 2013. С. 430.

⁶ Нецадин А. Экономический рост и кадровый потенциал России // Общество и экономика. 2000. № 5–6.

ческой категории «экосистема» получило широкое распространение не только на Западе, но и в России. Мы все чаще слышим словосочетания «предпринимательская экосистема» и «инновационная экосистема». Джеймс Мур ввел термин «экосистема бизнеса» в 1993 г., с этого времени термин «предпринимательская / инновационная экосистема» получил распространение в европейском научном и бизнес-сообществах.

В российский деловой оборот данный термин вошел сравнительно недавно, и до сих пор для него нет единого определения⁷. Необходимо ввести определение «экосистема предпринимательского потенциала региона» — это целостная система сохранения, развития и использования предпринимательских компетенций для конкретной территории. Создание такой экосистемы предпочтительнее всего на базе крупного учебного заведения, поскольку именно блок развития является ключевым при решении данной задачи.

В настоящее время в Республике Башкортостан идет подготовка к реализации такого проекта, а именно: создание Ресурсного центра предпринимательских компетенций на базе ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» в Институте экономики, финансов и бизнеса (РЦПК), который и призван стать вариантом экосистемы предпринимательского потенциала, нацеленной на развитие и поддержку предпринимательского потенциала молодежи на всех этапах: школа и среднее специальное учебное заведение, вуз (реализация специализированных программ бакалавриата и магистратуры), дополнительное образование и поддержка в ведении бизнеса при содействии широкого круга партнеров, включающих как органы государственной власти и местного самоуправления,

так и общественные организации в сфере предпринимательства. Особенность экосистемы — максимальное включение во все процессы профессионального сообщества: общественные организации предпринимателей должны участвовать в разработке, реализации образовательных программ, в организации сопутствующих просветительских мероприятий и проектов и в поддержке молодых предпринимателей. К примеру, в Республике Башкортостан на сегодняшний день действуют несколько активных предпринимательских сообществ: БРО «Опора России», РОО Ассоциация женщин-предпринимателей Республики Башкортостан и др., а также объединение всех организаций: Ассоциация организаций предпринимательства Республики Башкортостан.

Таким образом, данный проект призван объединить в единую систему следующие компоненты: школа, техникум, вуз, дополнительное образование в области предпринимательства и систему поддержки действующих предпринимателей (рис. 1).

Экосистема развития предпринимательского потенциала

Создание экосистемы развития предпринимательского потенциала дает следующие возможности и преимущества:

- проекты в общем среднем и профессиональном образовании позволяют со школьной скамьи развивать предпринимательские способности и формировать мотивацию к предпринимательству;
- дальнейшая реализация проекта в вузе предоставляет возможность продолжить образование тем, кто имеет социально-экономическую направленность (бакалавриат), а также решил вступить на путь предпринимательства после окончания обучения в любом отраслевом вузе (магистратура);
- комплексная реализация программ дополнительного образования в сфере предпринимательства дает возможность сконцентрировать на одной площадке уже

⁷ Иванова А. В. Формирование предпринимательской экосистемы университета: новые вызовы // Сб. трудов междунар. научно-практ. конф. Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», 2012. С. 63–69.

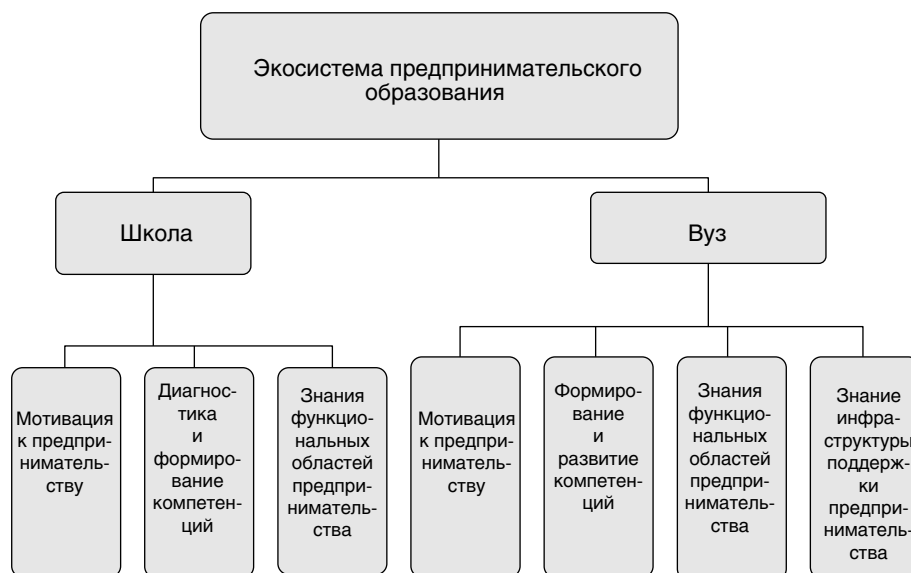


Рис. 1. Экосистема развития предпринимательского потенциала

Fig. 1. Ecosystem for development of entrepreneurial capacity

действующих предпринимателей, решивших повысить квалификацию, и студентов и школьников, которые не имеют финансовых средств для обучения у высокопрофессиональных спикеров, однако получают доступ к мероприятиям в рамках дополнительного образования. Кроме того, наличие в данной системе дополнительного образования позволяет оптимизировать преподавательский состав и дополнить его практиками;

- система поддержки предпринимательства, созданная на той же площадке, а именно: помощь в регистрации, ведении бизнеса, налоговые и юридические консультации, коворкинг-пространство и др. — позволяет обеспечить условия для реализации предпринимательских и бизнес-проектов обучающихся по разным образовательным программам.

Регион также выигрывает от подобного проекта, поскольку появляется больше действующих субъектов малого и среднего бизнеса, больше рабочих мест, прежде всего для молодежи, увеличивается рейтинг условий развития малого и среднего предприни-

мательства (табл. 2) и, как следствие, происходит закрепление молодежи в регионе.

К сожалению, количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан за последние десять лет не выросло, а количество субъектов такой формы, как индивидуальные предприниматели, с 2015 г. ощутимо снизилось (табл. 1, рис. 2).

Между тем, даже столь малочисленный малый и средний бизнес обеспечивает рабочими местами 25% общего числа занятых⁸. Это значит, что каждый четвертый работник так или иначе задействован в сфере предпринимательства (рис. 3).

Населению также небезразлично создание и функционирование экосистемы предпринимательского образования, поскольку люди, безусловно, заинтересованы в практикоориентированном образовании, способном дать импульс деловой активности молодежи. Кроме того, существует категория предпринимателей, которые хотят передать свой бизнес детям, и такое образователь-

⁸ Там же.

Таблица 1. Основные экономические показатели деятельности средних предприятий⁹

Table 1. Key economic indicators of medium-sized enterprises

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014
Число предприятий (на конец года), ед.	360	324	282	297	303
Оборот предприятий, млн руб.	56946	79773	74953	74431	85643

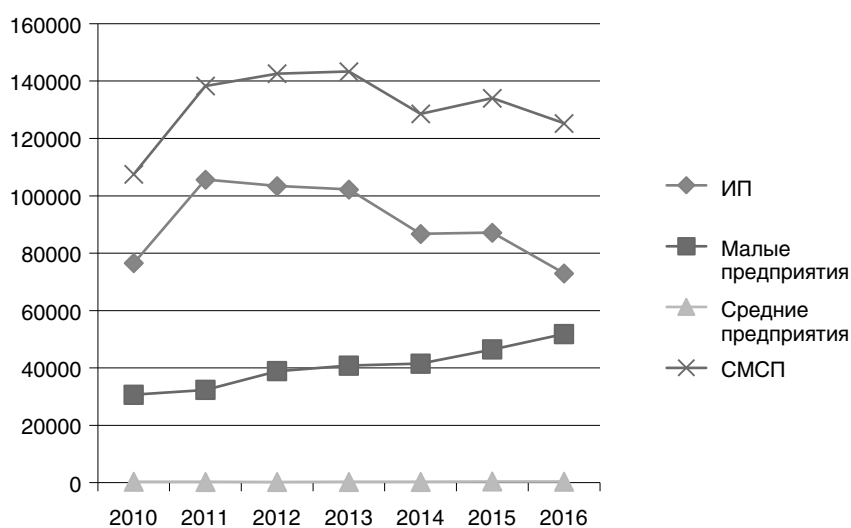
**Рис. 2.** Количество средних и малых предприятий в Республике Башкортостан 2010–2011 гг.

Fig. 2. Number of small and medium enterprises in the Republic of Bashkortostan 2010–2011

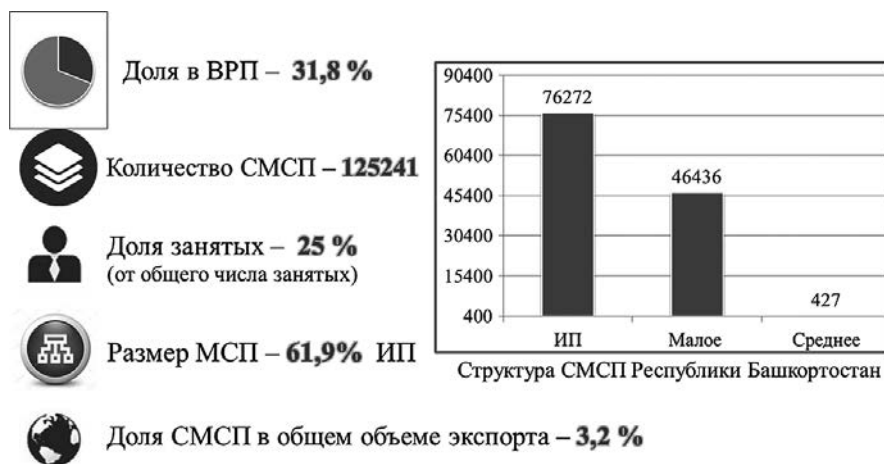
**Рис. 3.** Малый и средний бизнес в Республике Башкортостан в цифрах

Fig. 3. Small and medium business in the Republic of Bashkortostan in numbers

⁹ Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан. URL: http://bashstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bashstat/resources/5330fb804b674141a1e3b7797736af71/Основные+показатели+деятельности+малых+и+средних+предприятий++.pdf.

Таблица 2. Рейтинг условий развития субъектов малого и среднего бизнеса¹⁰

Table 2. Rating of conditions of development of subjects of small and average business

Субъект РФ	Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах России (место)		Рейтинг регионов РФ по качеству жизни — по группе показателей «Уровень развития малого бизнеса» РИА Рейтинга (место)	Индекс качества условий для малого и среднего бизнеса в 2013–2014 гг. ВЭБ МСП Банк
	2015 г.	2016 г.	2015 г.	2014 г.
Республика Башкортостан	40	20	9	B+
Республика Татарстан	1	1	7	A
Ульяновская область	5	11	45	C+
Республика Мордовия	24	17	67	C

ное пространство идеально отвечает задаче подготовки смены.

Важнейшее условие эффективности экосистемы предпринимательского образования — охват детей школьного возраста. В настоящее время в Республике Башкортостан работа со школьниками в сфере предпринимательства представлена проектом «Предпринимательство со школьной скамьи» (реализуется РОО «Ассоциация женщин-предпринимателей Республики Башкортостан») и регулярной работой ЧОУ ДО «Детская Бизнес-Академия». Первый проект охватывает четыре экспериментальные школы в двух районах Республики Башкортостан. В них в течение полугода один раз в неделю перед учениками десятых классов выступают действующие предприниматели и преподаватели бизнес-тренеры. На занятиях проводится диагностика и развитие ключевых предпринимательских компетенций, происходит общее ознакомление с функциональными областями предпринимательства — подростки мотивируются к предпринимательской деятельности. Эта работа реализуется на средства республиканского гранта. Детская бизнес-академия, напротив, работает на платной и постоянной основе: формируются группы разных возра-

стов и занимаются по разным направлениям бизнес-тематики в выходное время или после основных уроков. Оба направления важны, органично дополняют друг друга и, безусловно, заслуживают государственной поддержки.

Анализ реализации данных проектов позволяет определить три основных блока, необходимых для успешного предпринимательского образования среди молодежи, особенно школьного возраста. Первый блок — мотивация. Это самая сложная и важная часть. Как совершенно справедливо отмечает в своих публикациях Ю. Б. Рубин, «в нашей стране на протяжении всего XX века публикации, в которых предпринимательство оценивалось бы положительно, являлись исключительной редкостью. Занятия предпринимательством определялись как действия, противоречащие Уголовному законодательству.

Предпринимательство, как и конкуренция, рассматривались как явления негативные, абсолютно аморальные и не соответствующие высоким критериям нравственности и общечеловеческих ценностей. К счастью, в последние годы произошли глубокие мировоззренческие сдвиги. К ним надо отнести изменение предпринимательского климата, улучшение имиджа предпринимательской профессии, укоренение новых элементов предпринимательской инфра-

¹⁰ Официальный сайт Агентства стратегических инициатив URL: <http://asi.ru/investclimate/rating/>.

структуры: бизнес-инкубаторов, технопарков, фондов венчурного инвестирования и др. Постепенно меняется отношение общества к предпринимательству, которое мало-помалу укореняется в сознании широких масс населения как уважаемая профессия, чего не наблюдалось еще каких-нибудь 15 лет назад»¹¹. Однако автоматического принятия ценностей предпринимательской деятельности у молодежи пока не происходит, необходимо целенаправленное мотивационное воздействие. Первые результаты реализации проекта «Предпринимательство со школьной скамьи» таковы: если первичный опрос участников проекта показал, что 8% желают стать предпринимателями, то уже после двух мотивирующих занятий процент выбирающих карьеру в бизнесе вырос до 23 и еще четверть (25%) стали задумываться об этом. Эффективность такого воздействия повышается, если мотивирующие занятия будут сочетать выступления — рассказы историй успеха действующих предпринимателей и профессиональные методики мотивирующего тренинга (например, трансовые и метафорические техники).

Два других блока могут реализовываться в любом порядке: это работа с компетенциями (диагностика и развитие) и ознакомление с предпринимательским функционалом.

Важно, чтобы школьный проект перетекал в специализированные институтские программы бакалавриата и магистратуры, выстраивая целостный образовательный путь. На вузовском этапе целесообразно сохранять и развивать три вышеобозначенных блока, добавив четвертый — глубокое изучение инфраструктуры поддержки предпринимательства, включающей многообразие государственных, муниципальных, образовательных и общественных организаций и проектов. Так, сейчас в РБ только на республиканском уровне функциониру-

ет около 30 институтов поддержки малого и среднего бизнеса. Однако пилотный опрос молодежи (выпускники-экономисты, 140 человек) показал, что 87% называют не больше двух институтов, а оставшиеся вообще затрудняются с ответом. Именно поэтому даже масштабные федеральные программы, такие как «Ты — предприниматель», не исключают специализированной вузовской подготовки.

В связи с вышеизложенным следует отметить, что наиболее эффективно создание экосистемы предпринимательского образования на базе крупного вуза, где будут реализовываться как специализированные программы, так и сквозной курс по основам предпринимательства.

Заключение

Таким образом, описанный РЦПК призван собрать все ключевые элементы воедино, привлечь к образовательному проекту институты поддержки бизнеса и профессиональные ассоциации предпринимателей, обеспечив тем самым синергетический эффект реализации (рис. 4).

Именно такая система, подразумевающая сосредоточие всех этих направлений на одном пространстве, позволит решить задачи сохранения, развития и использования предпринимательского потенциала.

В русле совершенно обоснованного роста внимания к развитию предпринимательства на федеральном уровне подобные структуры уже начали возникать на пространстве нашей страны. Так, в Томской области реализуется Региональный проект «Формирование предпринимательской компетентности детей и молодежи Томской области на 2016–2020 годы»¹², а в Пензен-

¹¹ Рубин Ю. Б. Российское предпринимательство как направление российского образования // Современная конкуренция. 2012. №6 (36). С. 5.

¹² Региональный центр развития образования Томской области // <http://rcro.tomsk.ru/proekty-itsro/sozdanie-regionalnoy-seti-shkolnyih-tehnoparkov-i-predpriyatij-v-kachestve-resursa-formirovaniya-predprinimatelskoy-kompetentnosti-detey-i-molodezhi-tomskoy-oblasti/>.



Рис. 4. Концепция функционирования РЦПК

Fig. 4. Concept of functioning RTC

Таблица 3. Прогноз показателя количества субъектов малого и среднего предпринимательства

Table 3. Forecast the number of subjects of small and average business

Год	Количество
2017	109 072
2018	123 450
2019	137 777
2020	128 179
2021	118 580
2022	132 898
2023	147 217

ской области работает Центр развития предпринимательских компетенций, созданный на базе Пензенского многопрофильного колледжа¹³. При этом следует понимать, что именно масштабность проекта, привлечение властных структур и представителей государственной и негосударственной инфраструктуры может популяризовать предпринимательство на территории региона и заложить основы его системного развития.

¹³ URL: <http://npoф58.pf/info/biznes-orientirovannoe-obrazovanie/tsentr-razvitiya-predprinimatelskikh-kompetentsiy-.html>.

Также благодаря данной системе прогнозируется повышение количества субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан к 2023 г. до 147 тыс. (табл. 3)

Список литературы

1. Глобальный мониторинг предпринимательства. М.: Высшая школа менеджмента СПГУ, ЕУ и Центр предпринимательства // Бизнес-журнал. 2014. № 2 (160). С. 66–69.
2. Гусейнова А. И. Стратегия развития предпринимательского потенциала региона. Автореферат дис. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. М., 2005 // Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat.

3. Егорихина С. Ю. Предпринимательский потенциал населения региона // Проблемы развития территории. 2011. Т. 53. № 1.
4. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. М.: Directmedia, 2013. С. 430.
5. Нешадин А. Экономический рост и кадровый потенциал России // Общество и экономика. 2000. № 5–6.
6. Рубин Ю. Б. Российское предпринимательство как направление российского образования // Современная конкуренция. 2012. № 6 (36). С. 5.
2. Gusejnova A. I. *Strategija razvitija predprinimatel'skogo potenciala regiona*. [Development strategy the entrepreneurial capacity of the region]. Avtoreferat dis. na soisk. uch. step. kand. jekon. nauk. Moscow, 2005. Scientific electronic library disserCat.
3. Egorihina S. Ju. *Predprinimatel'skij potencial naselenija regiona* [Entrepreneurial potential of the region's population]. *Problemy razvitija territorii*, 2011, no. 1, vol. 53.
4. Lenin V. I. *Polnoe sobranie sochinenij* [Complete works]. Moscow, Directmedia, 2013, p. 430.
5. Neshhadin A. *Jekonomicheskij rost i kadrovyy potencial Rossii* [Economic growth and human potential of Russia]. *Obshhestvo i jekonomika*, 2000, no. 5–6.
6. Rubin Y. B. *Rossiskoe predprinimatel'stvo kak napravlenie rossiskogo obrazovania* [Russian entrepreneurship as a direction of Russian education]. *Journal of Modern Competition*, 2012, no. 6 (36), pp. 5.

Reference

1. Global Entrepreneurship Monitor. M.: Graduate School of Management, St. Petersburg University, EY and Center for Entrepreneurship. Business journal, 2014, no. 2 (160), pp. 66–69.

U. Nazarova, Bashkir State University, Ufa, nazarovaua@mail.ru

System development of entrepreneurial potential of the region: development of an effective mechanism for upgrading the business space

The role of entrepreneurship in socio-economic life of the territory can not be overestimated. This flexible business solutions and innovative development, and solving the unemployment problem. Statistics unfortunately does not indicate the rapid growth of entrepreneurship in our country. It is difficult to say that the region is more valuable: a rich supply of natural resources or development of entrepreneurial potential. In this case, if the importance of the region for investment and resource base reads quite a lot, about the development of the entrepreneurial capacity to think much less common. Thus, we will try to find a solution to the problem by creating a system for developing entrepreneurial capacity in the region through the development of a modernization business space.

Keywords: entrepreneurship, business space, innovation, entrepreneurial capacity, unemployment, socio-economic development.

About authors:

U. Nazarova, *docent, doctor of economic*

For citation:

Nazarova U. System development of entrepreneurial potential of the region: development of an effective mechanism for upgrading the business space. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp. 94–102 (in Russian, abstr. in English).

От редакции

Дискуссии, посвященные вопросам обучения предпринимательству, активно проходят как в России, так и в США — они представлены на страницах передовых американских журналов. Одной из популярных площадок является конференция Американской ассоциации малого бизнеса и предпринимательства USASBE (The Annual Conference of The United States Association for Small Business and Entrepreneurship).

Ежегодная конференция Американской ассоциации малого бизнеса и предпринимательства — одна из главных встреч преподавателей и ученых в сфере предпринимательства в мире. Также это отличное место для ознакомления с лучшими методами обучения предпринимательству и программами спонсорства в США. Конференция — выдающееся национальное событие, продвигающее дисциплину предпринимательства. В последние годы это мероприятие собирает более 600 участников из колледжей и университетов США из 36 стран мира. Участники имеют возможность выбрать из более чем 100 пленарных заседаний, конкурсных документов, семинаров, основных заседаний симпозиумов.

Специально для читателей журнала «Современная конкуренция» редакция обратилась к ряду известных авторов из США, активно участвующих в конференции USASBE, и с их любезного согласия публикует статьи ведущих специалистов по вопросам обучения предпринимательству, переведенные на русский язык.

Энгель Дж. С., основатель–исполнитель Центра предпринимательства и инноваций в Лестере, адъюнкт–профессор Калифорнийского университета, Беркли

Минет Шиндехутт, кандидат наук, доцент кафедры предпринимательства Сиракузского университета

Хайди М. Нек, доктор философии

Д–р Рэй Смайлор, почетный профессор профессиональной практики Техасского христианского университета

Билл Росси, заслуженный клинический профессор предпринимательства Университета Флориды

Что я узнал о преподавании предпринимательства: взгляды пяти педагогов–мастеров¹

Редакторы попросили пять ведущих педагогов поделиться своим многолетним новаторским опытом преподавания предпринимательства. Они обратились к преподавателям, признанным лучшими в обучении предпринимательству, в своем профессиональном окружении, в ведущих академических организациях, среди коллег и учащихся.

Каждый из них имеет более чем десятилетний опыт работы в обучении предпринимательству и является свидетелем быстрой эволюции этой очень динамичной дисциплины. Опрошенные предлагают уникальные описания того, что и как они преподают. Первая часть описывает траекторию обучения предпринимательству и формулирует современные задачи, стоящие перед этой системой образования. Четыре следующих раздела содержат личные идеи по обучению предпринимательству, направленные на решение этих задач.

Энгель Дж. С.,

основатель–исполнитель Центра предпринимательства и инноваций в Лестере, адъюнкт–профессор Калифорнийского университета, Беркли

Мы добились большого прогресса в обучении предпринимательству. Когда я впервые приехал в Беркли в 1991 году, я уже сделал успешную карьеру в бизнесе. В то время ставились фундаментальные вопросы о роли предпринимательства в сфере обучения:

- Можно ли предпринимательству обучить?
- Уместно ли предпринимательство в университете?

Благодаря авторам этого материала, их предшественникам и другим педагогам эти основные вопросы разрешены. Очевидно, что предпринимательство является жизненно значимым умением с широким спектром применения. Оно важно и полезно не только для тех, кто делает карьеру в сфере профессионального предпринимательства. Предпринимательство похоже на математику, широко применяемую не только теми, кто выбрал профессию математика.

¹ Engel J. S., Schindehutte M., Neck H. M., Smilor R., Rossi B. What I've Learned About Teaching Entrepreneurship: Perspectives of Five Master Educators. Edward Elgar Publishing. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2016, vol. 2.

Далее возникают вопросы:

- Каковы передовые методы обучения предпринимательству?

- Как обучение предпринимательству может мобилизовать ресурсы и таланты наших студентов и их заинтересованных сторон, для наших сообществ и для социума в целом?

За 25 лет преподавания предпринимательства мы, несомненно, добились больших успехов, разрабатывая учебную программу и экспериментальные методы, чтобы помочь нашим студентам создать успешные предпринимательские фирмы и сделать карьеру. Я остановлюсь на трех больших проблемах, с которыми мы сталкиваемся в нашей работе:

1. Важность обучения предпринимательству для корпоративной инновационной стратегии, в широком смысле.

2. Важность обучения предпринимательству для университетского образования.

3. Важность обучения предпринимательству для создания здоровых инновационных сообществ и экономик, например кластеров инноваций.

Историческая перспектива

Изначально предпринимательству обучали только в бизнес-школах.

В 1980-е годы, когда мы только планировали обучать предпринимательству (если вообще думали об этом), мы имели в виду «малый бизнес» — малые и средние предприятия. Предпринимательство зачастую являлось отдельным междисциплинарным курсом, на котором студенты строили бизнес-планы и интегрировали навыки, полученные на курсах по маркетингу, финансам и менеджменту. Кейс-стади (изучение кейсов, ситуационный практикум) были новыми педагогическими практиками, а «обучение на опыте» (experiential learning) ограничивалось стажировками или студенческими проектами для небольших фирм.

В 1990-е годы возник стартап. С появлением Интернета для любого студента стала очевидной возможность начать собственный

бизнес. Конкурсы бизнес-планов (Business Plan Competitions) росли как грибы. Когда в середине 1990-х годов мы открыли наш Конкурс в Беркли, он стал новшеством для всех, хотя мы шли по проторенному пути Конкурса Moot Corp Бизнес-школы Университета Техаса в Остине и других. Мы все еще обучали предпринимательству на бизнес-планах и кейс-стади. Фактически идея состояла в том, что технологические стартапы являются просто *маленькими версиями* крупных компаний. С их потенциалом взрывного роста стартапы обладали захватывающими возможностями, и мы фокусировались на обучении формированию бизнес-плана для управления быстрым ростом. Мы еще не признавали и не выделяли стартап как объект отдельного анализа и обучения, обладающий качеством временного состояния, предназначенного для экспериментов с целью обнаружить и проверить бизнес-модель, которая затем могла бы быть реализована с большей уверенностью и оправданно допустимым финансированием. Новое понимание пришло со следующим крупным отраслевым взрывом, приближение которого уже чувствовали все.

На рубеже веков реальность обновилась. 10 марта 2000 года индекс NASDAQ достиг пика в 5,048 долл. США. К 9 октября 2002 года он рухнул до 1,114 долл. США и начал устойчиво восстанавливаться только в ноябре 2008 года, когда с момента взрыва интернет-пузыря прошло девять лет. Имея это в виду, некоторые усомнились в ценности и долговечности предпринимательской революции. Ведущая фирма венчурного капитала в Кремниевой долине опубликовала брифинг по интернет-предприятиям для ограниченного числа своих партнеров с надписью R. I. P. — Покойся с миром!

Разрастание интернет-пузыря остановилось, и последующее возрождение возможности технологического стартапа не только привело к появлению Google и многих других глобальных историй успеха, но и обнаружило новый подход к выявлению рыноч-

ных возможностей за счет меньшего использования капитала и большего количества экспериментов. Благодаря тому, что в послекризисный период требовался капитальный пересмотр, появились первые примеры практики «бережливого» (LEAN) управления предпринимательством, которую мы теперь знаем как «бережливый стартап» или «бережливая стратплощадка».

В последнее десятилетие эти методы широко обнародованы, они стали понятны всем. Мы создали новые инструменты. Повсеместной стала триада: Канвы бизнес-модели, Выявления потребителя (Customer discovery) и Минимального жизнеспособного продукта (MVP). Мы разработали новую педагогику и больше не учим, что стартап — это меньшая версия крупного бизнеса. Теперь мы говорим, что стартап — это временная организация, цель которой выявить жизнеспособную и масштабируемую бизнес-модель. Мы обучаем предпринимательству, основанному на фактических данных (evidence-based). А бизнес-план по-прежнему остается ценным инструментом управления, но при этом понимается как инструмент исполнения, которым следует пользоваться после того, как стартап будет готов к масштабированию. Ключевой кейс-стади — это уже не чей-то бизнес, а собственное предприятие студента. Профессор уже не является источником всей мудрости, он скорее гид, обеспечивающий соответствующую среду для собственных исследований и экспериментов учащегося.

Каковы задачи следующего десятилетия?

Обозначим три проблемы.

Во-первых, увеличение ускорения корпоративных инноваций, включая использование модели предпринимательского стартапа на более продвинутой стадии. Снова обратимся к истории, она поможет решению проблемы. Современная корпорация была двигателем инноваций в середине XX века.

Она являлась вертикально интегрированной машиной коммерциализации технологий с массивными корпоративными научно-исследовательскими лабораториями, проводившими современнейшие фундаментальные исследования. Но эта модель канула в лету. С акцентом на выполнение действий, навязанных высшему руководству корпорации финансовыми рынками, исследовательские отделы должны отделяться или передаваться в отделы развития продукта. Перспективные исследования были переданы университетам, а инновационное создание новых рынков и взрывные инновации — на аутсорсинг стартапам.

Для кого-то открытые инновации означали просто поиск и приобретение перспективных стартапов. Задача следующего десятилетия для лидеров обучения предпринимательству заключается в том, чтобы помочь более прогрессивным крупным корпорациям выйти за рамки таких «открытых инноваций», чтобы они стали настоящими «абмидекстерными» организациями — организациями, которые одновременно и экспериментируют, и действуют. Эта эволюция уже началась. Крупные корпорации по-разному пытаются освоить модель предпринимательских экспериментов. И теперь наша работа состоит в том, чтобы помочь им, изучить результаты и синтезировать лучшие практики, то есть вернуть их в класс. Класс первоначально может быть не традиционным местом подходить для управленческого обучения (Executive Education). Но это эксперименты будущего.

Вторая наша задача связана с ролью обучения предпринимательству во всем университете. Образование в сфере предпринимательства уже давно не является исключительной компетенцией бизнес-школ. Ценность предпринимательства для техники и науки никогда не была более очевидной. Многие инженерные программы включают предпринимательство, создают свои педагогические составы и учебные планы.

Кроме того, Федеральное правительство США приступило к осуществлению амбициозной программы — Инновационный корпус или I-корпус Национального научного фонда (The National Science Foundation's Innovation Corps), в котором я имею честь быть директором факультета. Программа включает «Бережливую стратплощадку» (Lean LaunchPad) — 10-недельный интенсив экспериментального эмпирического обучения предпринимательству в сфере финансирования коммерциализации технологий. Всего за четыре года с момента создания по программе были подготовлены более 1500 ученых, финансируемых Национальным научным фондом (NSF), и в настоящее время она расширяется в рамках работы по коммерциализации технологий Национального института здравоохранения, Министерства энергетики и других федеральных организаций. Кроме того, программа оказывает фундаментальное воздействие на обучение предпринимательству в университетах по всей стране.

Выходя за рамки своих базовых составляющих в бизнесе, науке и технике, обучение предпринимательству проникает в другие сферы и становится все более актуальным в профессиях, связанных с искусством, журналистикой, медициной и юриспруденцией. Более 10 лет назад, когда Wake Forest Колледж в Северной Каролине, один из лучших колледжей в сфере искусств, ввел первую учебную программу по предпринимательству в искусстве, это было новшеством. В настоящее время не только обучение предпринимательству распространяется на новые области, но и наоборот: все больше разнообразных практик влияют на развитие предпринимательства. В пример приведем влияние «дизайнерского мышления».

Теперь обратимся к *третьей* и, возможно, наиболее важной проблеме: роли университета в создании кластеров инноваций. Так же, как предпринимательство утвердилось в университетском городке, широкое признание получил вклад университетов в развитие здоровых инновационных сообществ.

Университет уже давно признан в качестве провайдера «зерна» знаний и технологий. В настоящее время появились новые способы социального вклада путем коммерциализации, движимой предпринимательскими начинаниями. Поскольку эти процессы углубились и расширились, роль университета в их укреплении и стимулировании стала еще более заметной. Вклад университета значителен не только для академической релевантности, но и для эффективной государственной политики.

Пять лет назад дюжина ученых собрались, чтобы решить вопрос: «Какова роль университета в создании инновационного общества?» Я был рад, что группа решила закрепить свой анализ на рамочной основе, которую я создал, в расширение работ Майкла Портера из Гарварда, Генри Эткинса из Стэнфорда и других великих авторов до них. Эту рамочную основу назвали рамкой «Кластера инноваций». Она вышла за пределы рамок своих предшественников на компонентах кластера, а именно: на концентрации промышленности, на венчурном капитале и т. д.; и уделяет равное или даже большее внимание мягким *факторам поведения* (таким как мобильность людей, деньги и технологии, склонность к принятию риска, признание неудачи как учебного процесса) и *структурам*, которые создают *согласование интересов*, порождают коллективную работу и способствуют win-win сценариям, таким как компенсации акциями. Разработка Рамки инновационного кластера привела к пониманию того, что кластеры инноваций не ограничиваются *физическими границами*. Сообщества, разделяющие эти направления, структуры и поведение, могут выйти за пределы физических границ и согласоваться с другими подобными сообществами по всему миру, образуя новый «шелковый путь», глобальные сети кластеров инноваций.

Как глобальные кластеры инноваций относятся к обучению предпринимательству? Активными действующими лицами в этих сообществах являются наши студенты! Имея

надлежащее образование, они лучше подготовлены к успеху в современной инновационной экономике — экономике, характеризующейся быстрым появлением, доминированием и закатом технологий, бизнес-моделей и предприятий, которые дали им жизнь.

Университет занимает центральное место в этом новом мире и претерпевает серьезные изменения, расширяя сферы подготовки квалифицированной рабочей силы и увеличивая свой вклад в современную науку и технику. Университет вносит вклад и в новый ресурс — предпринимательскую команду, находящуюся в центре инновационного процесса.

Преподаватели предпринимательства стоят на пороге нового дня и решения новых задач:

- применить инновации предпринимательской модели к более широкому корпоративному предприятию, предоставить возможность создания новых *управленческих практик*, поддерживающих «абмидекстерность» организаций — способность одновременно действовать и экспериментировать;
- начать обучение предпринимательству и инновациям всего университета, и также информировать об общем вкладе;
- выполнить миссию по созданию кластеров инноваций в наших сообществах, грамотно наладить сотрудничество с партнерами по всему миру, чтобы наши сообщества могли извлечь выгоду из синергии глобальной сети кластеров инноваций.

Эти цели кажутся смелыми — слишком грандиозными и амбициозными, но если не мы, то кто? Кто лучше подходит или лучше подготовлен? Это возможности, и они маячат у нас на горизонте.

Минет Шиндехутт,

кандидат наук, доцент кафедры
предпринимательства Сиракузского
университета

Мою профессиональную жизнь как педагога по предпринимательству сформиро-

вали пять открытий. Эти пять уроков я усвоил при встречах с разными людьми — студентами из Соединенных Штатов, Южной Африки и Индии, предпринимателями всего мира и другими учителями, увлеченными предпринимательством. Я делюсь этими идеями с надеждой, что одна из них (или более) будет созвучна опыту других людей, участвующих в обучении студентов предпринимательству.

I. Вдохновляйтесь и будьте вдохновленным

Предпринимательство есть во всем, что мы делаем. Это комбинация трех основных способов мышления: философии (как создания новых концепций), искусства (как создания нового опыта) и науки (как создания новых функций). Предпринимательство, как искусство, наука и философия, или, скорее, оно находится на границе между искусством, наукой и философией, и в этом случае требуется, чтобы мы признали его способность преобразовывать, то есть создавать различия и разнообразие, а не поощрять подражание и соответствие. Таким образом, не следует рассматривать предпринимательство как дисциплину — то, что мы можем определить и знать. Напротив, мы должны рассматривать предпринимательство со стороны того, что оно может сделать, с точки зрения его потенциальности, становления ради самих перемен. Преподавание предпринимательства как философии жизни, а не профессиональной деятельности выходит за рамки фактов и включает в себя подход, основанный на принципах. Этот набор принципов исходит из опыта, на основании которого вырабатывается руководство о том, как жить предпринимательской жизнью.

Мой кумир — французский философ Жиль Делез (1990), для которого жизнь — это различие, способность мыслить по-разному, становиться другим и создавать различия. Я до конца не понимала, что такое «различие», пока не познакомилась с фило-

софией становления Делеза. Чтение его книг обогатило мою жизнь радикально новыми перспективами на все. Впервые я видела потенциал везде. Пока преподаватели думают о начале и окончании курса (как о результатах обучения), студенты всегда находятся посередине, на пути к тому, чтобы стать другими, полные бесконечного потенциала. Я призываю учащихся создать манифест о том, как вести предпринимательскую жизнь. Вместо того чтобы предлагать учебный материал для профессиональной деятельности, эти персонализированные принципы могут стать основой при ежедневном выборе: операционная система, работающая в фоновом режиме, напоминающая о том, чтобы вдохновляться и вдохновлять других.

II. Соответствуйте

Большинство студентов в моем классе не намерены начинать бизнес после выпуска (или когда-либо). Это потенциальные бухгалтеры, маркетологи, ученые, промышленные дизайнеры и инженеры, но они также авторы, музыканты, фотографы, художники, поэты, гурманы и спортивные фанаты. Единственное, что их объединяет — это глубокая неопределенность в отношении того, кто они и чем хотят заниматься. Урок, который я получила от моих учеников, состоит в том, что большинство из них ищут «что-то», часто конкретное для индивида, что невозможно сформулировать; «что-то», что они знают, что еще не узнали; «что-то», что им понадобится далее, что бы они дальше ни делали. Быть студентом в эпоху неопределенности подразумевает учиться *Для предпринимательства*, а не *О предпринимательстве*. Короче говоря, «студенческое бытие в мире более важно для его обучения, чем его интерес в развитии знания и понимания в определенной области» (Barrett, 2007: 6).

В связи с этим я призываю студентов подходить к предпринимательству (и жизни!) как к акту творения. Независимо от из-

бранной профессиональной карьеры студенты являются творцами своих жизней, они должны осознавать свой истинный потенциал. К сожалению, информация о том, как создать будущее, не может быть найдена в учебнике. Быть в курсе всех новых разработок, технологических достижений и предпринимательских инициатив — это очень трудоемкий, но необходимый процесс, если верить, что обучение — это жизнь и что обучение предпринимательству должно давать студентам возможность испытать радость от творения, понапрягать «предпринимательскую» мускулатуру и превзойти их собственные ожидания (не мои или их родителей). Эта вера переводится в инструменты оценки, учитывающие изобретение, создающее что-то новое, а не переработку. Они могут принимать форму экзамена «сделай сам» или чего-то более, основанного на опыте. Но в любом случае ученикам предстоит переосмыслить информацию, которую они считают «фактом», и увидеть реальность со своими фантазиями и даже надеждами. В определенной степени я скорее тренер жизни (лайф-коуч), чем учитель. Мое предназначение заключается в создании условий для изменения поведения, то есть для самостоятельного обучения через самопознание, самопринятие и самовыражение, в котором обучение — это поиск значения (всей жизни), а обучение предпринимательству является частью поиска учащимся своего пути.

III. Будьте приключенческим

Студенты не становятся более предприимчивыми, читая о предпринимательстве; это надо проживать — не когда-нибудь в будущем, а сейчас, и каждый день. Я считаю, что роль учителя предпринимательства состоит в том, чтобы бросать вызов, провоцировать, подрывать, изобретать и быть впереди. Это требует готовности экспериментировать и пробовать новые вещи, моделировать инновационное поведение, требуемое от студентов. Это означает, что класс для

предпринимательства должен быть отделен от других, чтобы было ясно, что именно здесь предпринимательство *происходит*. Студенты учатся тому, *как думать* и действовать по-предпринимательски, а не тому, *что* нужно знать о предпринимательстве. Для того чтобы предпринимательство пережить, почувствовать и испытать на опыте, студентам не нужно начинать бизнес или стажироваться в компаниях с высокими темпами роста. Этот опыт можно моделировать с помощью трансформационных переживаний — как в классе, так и вне стен класса — с возможностью реально изменить жизнь студентов, часто непредсказуемыми способами. По словам Шошаны Фельман, «если преподавание не затрагивает какой-то кризис, если оно не встречает ни уязвимости, ни взрывоопасности в критическом и непредсказуемом измерении (внешнем или внутреннем), оно, пожалуй, не по-настоящему научает» (Шошаны Фельман, 1992: 53).

При опытным подходе к обучению предпринимательству «тест» предшествует «уроку». Я создаю платформу для учащихся — набор способствующих условий, а не ограничивающих правил — и затем освобождаю их. Студенты приглашены к участию (с другими) в разнообразии практик — от исследовательского до символического обучения, совместно и поддерживая друг друга, вместо того чтобы конкурировать за оценки. Такая альтернатива проблемы односторонних средств обучения противостоит «обычному образованию» и всем связанным с ним допущениям, оценкам и процедурам.

IV. Будьте любознательным

Предпринимательство зачастую преподается в рамках проблемно-ориентированного подхода — определенная выше проблема связана с возможностью, трансформируемой в предприятие («правильный ответ» на проблему). К сожалению, иногда упускается из виду способность проблематизировать, задерживаться в этом динамическом, генеративном пространстве

между проблемами и решениями, которые остаются нерешенными. Развитие компетенций интеллектуального исследования через изучение, следуя неожиданным поворотам, а не поиску конкретных ответов — это важный переносимый навык, особенно когда учащиеся непосредственно ощущают, как моменты пронизательности проникают сквозь завесу неопределенности.

Обращение к моим ученикам, словами немецкого поэта Райнера Марии Рильке, заключается в следующем: «Будьте терпеливы ко всему, что не решено в вашем сердце, и постарайтесь любить сами вопросы, как запертые комнаты и книги, которые сейчас написаны на очень чужом языке. Не ищите ответов, которые вам нельзя давать, потому что вы не сможете их прожить. А дело в том, чтобы жить всем. Сейчас живите вопросами. Далее, возможно, вы постепенно, не заметив этого, проживете какой-нибудь длинный день в ответе» (1993: 35). Подход, основанный на вопросах, при котором учеников поощряют любить сами вопросы, а не вопросы с ответами в конце учебника. Вопросы, которые внутренне мотивированы любознательностью, вопросы студентов на уровне смены перспективы могут быть одним из самых ценных инструментов для обучения предпринимательству.

Одновременно студенты поощряются к большей интроспекции и созерцательности, ведению журнала своего учебного опыта и развитию соответствующих принципов из «ну и что»-вопросов. Помимо того, что они гордятся тем, что создали, учащиеся изменяют свое отношение к содержанию учебного курса, создавая связи между собой, предпринимательством и миром. Я использую студенческие электронные портфолио для поддержки критического осмысления, а также для оценки «опытных» компетенций. Это смещает цель электронного портфолио с фокуса на работодателя (портфолио как инструмент найма и карьеры) на фокус на студенте (портфолио как платформа для обучения).

V. Будьте аутентичными

Последний (и самый важный) урок. Будучи начинающим педагогом в области предпринимательства, я мечтала преподавать, как один из «мастеров». Но у меня ничего не получалось, пока я не разработала собственный стиль преподавания, отличающийся от стилей моих коллег. Я осознала, как важно быть честным перед собой. В настоящее время это кажется очевидным, но так было не всегда, особенно с учетом важности, придаваемой оценкам студентов. Классная комната как пространство для исследования, задавания вопросов и создания обозначений, не лишена вызовов. Для учителя в поисках золотой середины между хаосом и порядком это означает принятие рисков и готовность к непредсказуемым результатам. У студента положение двойственное: не каждый студент наслаждается «беспорядочностью» экспериментального, импровизационного занятия, в котором существуют неожиданные возможности. Некоторые предпочитают (или скорее требуют) знакомой и эффективной педагогики, основанной на лекциях или кейсах, потому что либо им неудобно находиться в состоянии неопределенности, либо они сопротивляются изменениям. В «перевернутом»



Источник изображения: <https://www.facebook.com/gapingvoidgallery/posts/1010285655697107>.

классе разные ответы студентов на то, как я учу предпринимательству, увеличивают сложность управления классными сессиями, особенно когда в классе более сорока студентов (что типично). Непредвиденные события неизменно расстраивают даже мои самые кропотливо разработанные и благонамеренные планы.

В отличие от других педагогов, я все время продолжаю становиться учителем, обучаясь одновременно и вместе со своими студентами и у них. Подобно становлению предпринимателем, эти уроки не могут быть изучены в книге или в классе. Они получены из опыта преподавания после совершения бесчисленных ошибок. Однако интенсивный период провалов часто является источником фантастических прозрений. Более того, он почти всегда приводит к переоценке своих актуальных педагогических возможностей. И хотя воспоминания о моих первых опытах мне неприятны, я искренне верю, что нужно делать то, что пугает, чувствовать страх и делать это в любом случае. Почему нет? Разве мы не этого ожидаем от наших студентов, обучая их предпринимательству?

Рекомендации

1. Барнетт Р. Воля к обучению: быть студентом в эпоху неопределенности. Нью-Йорк: Открытая университетская пресса, 2007.
2. Делез Г. Логика смысла. Trans. M. Lester & C. Stivale. Нью-Йорк: Издательство Колумбийского университета, 1990.
3. Felman S. Образование и кризис, или Преобладание обучения // S. Felman & D. Laub (ред.). Свидетельство: Кризис свидетельства в литературе, психоанализ и история, pp. 1–56. Нью-Йорк: Рутледж, 1992.
4. Rilke R. M. Письма молодому поэту. Trans. M. D. Herter. Нью-Йорк: Нортон, 1993.

Хайди М. Нек, доктор философии

Когда меня попросили ответить на вопросы о преподавании предпринимательства, я была в восторге от того, что оказалась в компании педагогов, которыми я восхищаюсь. Задача осмысления того, что я знаю о преподавании предпринимательства, бы-

ла и захватывающей, и пугающей. Я рада, что мне предоставилась возможность остановиться и задуматься над моим преподаванием в последние 15 лет, однако несколько напугана тем, что мне нечего будет сказать тем, кто это прочитает, например, другие преподаватели предпринимательства. Каждый день я говорила себе: «Я сделаю это короткое эссе сегодня!» Я сидела и смотрела на пустой экран, испытывая своего рода писательский кризис относительно того, что мне больше всего нравится — обучения предпринимательству. Появилось разочарование, которое только усугубило творческий кризис.

Я стала искать вдохновение. Я храню «обучающие файлы» на компьютере, а также в бумажной форме в своем офисе. У меня есть файлы для опросов мнения студентов (версия Бабсона студенческих рейтингов профессоров); файлы для новых идей курса; файлы для новых упражнений; файлы с видеоссылками; файлы с вдохновляющими цитатами; файлы со всеми типами статей об обучении и электронными письмами и другой корреспонденцией от нынешних и прошлых студентов. В последней группе файлов я нашла статью, которую сохранила из журнала Babson Magazine (2013). В весеннем номере несколькими выпускникам было предложено вспомнить профессоров или классы, которые оказали на них влияние. К моему удивлению и восхищению, я упоминалась бывшим студентом МВА, Четом: «Вводный курс предпринимательства профессора Хайди Нек всегда напоминал мне лирику Элвиса: “Меньше разговоров, больше действий, пожалуйста”. Она подтолкнула нас к тому, чтобы прекратить теоретизировать и начать экспериментировать. Она говорила о важности неудачи в творческом процессе, а затем способствовала созданию среды, в которой было бы безопасно упасть в грязь лицом. Многие студенты расскажут вам о профессоре, который помог им добиться успеха, но редко кто может хорошо отозваться о профессоре, который

помог вам потерпеть неудачу» (Reflections from Graduating Students, Babson Magazine, Spring, 2013. <http://www.babson.edu/news-events/babson-magazine/spring-2013/babson-beyond/Pages/reflections-from-graduating-students.aspx>).

Чет стал моим вдохновением! «Ага-момент» наступил! Наконец я освободилась от раздражающего писательского кризиса. В чем была идея? Барабанную дробь, пожалуйста...

Я решила не писать о том, что я узнала о преподавании предпринимательству, предполагая, что мои читатели — преподаватели. Я решила написать открытое письмо моим прошлым и настоящим студентам, о том, чему они научили меня в преподавании предпринимательству. Если вы «услышите» в письме, как я разговариваю со студентами, возможно, вы поймете мою философию преподавания. Это письмо посвящено Чету и многим другим, кто участвовал в моих курсах, пока я училась преподавать.

Дорогие студенты!

Я хочу поблагодарить вас за то, что вы стали частью моей жизни, потому что вы сделали меня такой, какая я есть как педагог. Я никогда не перестану учиться тому, как преподавать. Когда я остановлюсь в обучении, я перестану быть эффективным учителем. Каждый студент, входящий в мой класс, научил меня чему-то, и я хочу поделиться этими уроками, составляющими теперь мою философию обучения.

Вы помогли мне узнать, что именно работает, как вас вовлекать и как сильно я могу на вас давить. Я понимаю, как важно смотреть вам в глаза, читать ваш язык тела и слушать — действительно слушать. Я предвижу и использую те неожиданные моменты обучения, которые некомфортны, но незабываемы. Эти моменты связывают нас.

Я стараюсь практиковать то, чему учу. Я прошу, чтобы вы мыслили и действовали

по-предпринимательски, что требует от вас принятия креативных решений, совершения предварительных действий, принятия и изучения своих ошибок, а также импровизации, когда дела идут не по плану. Я должна делать то же самое. Обучение предпринимательству требует постоянных инноваций, бесстрашных экспериментов и структурированного хаоса.

Я узнала, что должна учить, чтобы возбуждать, вдохновлять, мотивировать и даже шокировать вас. Я стремлюсь создавать неожиданности, чтобы привлечь внимание и возбудить интерес к предпринимательству — необходимые предпосылки обучения. У меня очень высокие ожидания и мало терпимости к посредственности и апатии, но культура моего класса открыта, полна уважения и игры. План занятий необходим для организации и подготовки, но не важен для обучения студентов. Гибкость, юмор, реактивность и импровизация — это столпы моей философии.

Самое главное, что мой подход к обучению основан на действиях. И должен быть. Чтобы научиться предпринимательству, нужно заниматься предпринимательством. Я не устану работать над тем, чтобы вы могли практиковать разные аспекты предпринимательства, а не быть пассивными учениками. Каждый день я стараюсь создать учебную лабораторию для экспериментов и практики. Вы научили меня, что обучение действием создает ощущение совместного владения в процессе обучения.

Я призываю всех учеников использовать свой голос, чтобы сомневаться, возражать и обсуждать любое мнение, и мое, и своих сверстников. В себе я развила навыки сомнения и возражения до уровня уверенности. Но, признаюсь, есть мелочи, которые меня беспокоят. У меня нет терпимости к непрофессиональному поведению. В моем классе запрещено не уважать меня или других учеников, приходить с опозданием, использовать смартфоны и ноутбуки не для учебы. Я без колебаний остановлю урок, решу

проблему и возобновлю занятие. Вы научили меня, что игнорирование плохого поведения только укрепляет его. И такое поведение превращается в рак, который распространяется, если его не обнаружить и прекратить на ранних стадиях. Однако примеры негативного поведения — это 100% моя вина. Если половина класса пользуется смартфонами или компьютерами, то я делаю что-то неправильно. Если учащиеся постоянно приходят поздно или уходят во время занятий, я делаю что-то неправильно. Я не смогла вовлечь их, поэтому я должна немедленно изменить свой подход.

Тот факт, что у меня нет терпимости к непрофессиональному поведению, не означает, что я создаю степенную атмосферу. Это было бы антитезой предпринимательства. Я знаю, что мои курсы должны быть живыми, захватывающими, актуальными, сложными, творческими, инновационными и даже игровыми и радостными. Если мы намерены отказаться от наших предвзятых представлений о том, что такое предпринимательство и насколько оно важно в современном мире, сообщество обучения и взаимодействия должно быть вездесущим. Другими словами, на вас лежит огромная ответственность формирующегося или практикующего предпринимателя по созданию чего-либо экономически и социально ценного для вас и других.

Я также несу огромную ответственность. Предпринимательство — сложное явление, хаотичное и лишенное какого-либо признака линейности. Являясь педагогом, я обязана подготовить ваши исследования, размышления, рассуждения, эксперименты и выработку навыков, чтобы вы могли руководить, управлять, внедрять инновации и преуспевать в крайне неопределенной предпринимательской среде. Эти навыки повышают вероятность того, что вы обретете возможность в нужное время по верной причине. Предприниматели влияют на мир, поэтому обучение предпринимательству необходимый и грозный агент

изменений. Я действительно хочу, чтобы вы сделали что-нибудь великое, предприняли действия и изменили мир! Я сделаю все, что в моих силах, чтобы облегчить ваше путешествие.

Продолжайте предпринимать!

Д-р Рэй Смайлор,

почетный профессор профессиональной практики Техасского христианского университета

Если говорить о моем взгляде на преподавание, то я вижу себя проводником. Я веду студентов по дороге самопознания, по дороге, которая является отражением самого предпринимательского процесса: от начала до конца она основана на опыте, иногда удивительная и неожиданная, время от времени двусмысленная, порою напряженная, почти всегда бросающая вызов и предъявляющая требования, полная личных открытий и обещающая высокую награду.

Будучи проводником, я указываю направление, но никогда его не диктую. Я предупреждаю об опасностях, но никогда их не предотвращаю. Я не предсказываю, но подвергаю сомнению. Я анализирую успех и признаю значение поражения. Я признаю талант, но вознаграждаю за тяжелый труд. Я вселяю надежду и обнаруживаю потенциал.

Моя философия состоит в том, что каждый, буквально каждый студент — предприниматель, способный на творческое мышление и эффективные действия. Любопытно, что многие студенты в начале моего курса предпринимательства не считают себя ни творческими, ни предприимчивыми людьми. А к концу они убеждены в обратном. Как же происходит эта трансформация?

Пять уроков

Имея за плечами 35-летний опыт преподавания предпринимательства на всех уровнях и во многих странах, я усвоил пять важ-

нейших уроков, которые теперь определяют то, чему я учу и как я учу.

1. Создавайте принципиально иную среду для обучения

С первой же минуты первого урока я хочу, чтобы студенты поняли: этот предмет отличается от всех прочих. Так, я запоминаю имена всех студентов, прежде чем они войдут в класс, и зову их по имени. Это обращает на себя их внимание! Затем, еще не представившись и не начав обсуждать программу, я задаю одно эмпирическое упражнение, заставляющее студентов думать нестандартно. Например, на занятии по выявлению перспективы я спрашиваю: «Сколько будет половина от 13?» Первый ответ всегда — 6,5. Но я продолжаю задавать этот вопрос: «Сколько будет половина от 13?» В конце концов получается невероятно большой диапазон ответов, в том числе 1, 2, 3, 6, 11, «трина» и «дцать» и множество других, и становится понятно, что какого-то одного правильного ответа никогда не бывает, что всегда есть альтернатива, и не одна, если, конечно, студент не совсем зашорен, чтобы о них подумать.

На занятиях по другому предмету я представляюсь с помощью «пакетного резюме». Оно выполняет роль бисоциативной связи между коричневым бумажным пакетом, в который кладут покупки в бакалее, и традиционным бумажным заявлением о приеме на работу. Я извлекаю из своего пакета шесть предметов, каждый из которых когда-то повлиял на то, кем я стал. Это неожиданно, конкретно и действует на чувства. На следующем занятии я прошу каждого студента представить свое пакетное резюме как средство демонстрации изобретательности и творческих возможностей.

Даже мои поурочные планы неодинаковы. Например, на занятиях по новаторству и предпринимательству в рамках подготовки магистров коммерческого управления я привожу ряд цитат, начиная с рекламы

1997 года компании «Эппл» о психах и гениях («Думай по-другому») и заканчивая замечанием Артура Эша о значении репутации. Я даже пользуюсь мультфильмом о логике предпринимателя.

Если я могу сделать каждое занятие действительно непохожим на любое другое, значит я могу позволить себе большие ожидания, вызвать энтузиазм и от каждого студента получить по максимуму.

2. Утвердите в людях предпринимательское отношение

Что значит иметь предпринимательское отношение? По моему мнению, необходимы три элемента: готовность быть неправым, стремление к установлению связей и убеждение в том, что поражение — не беда. Чтобы утвердить эти элементы в голове студентов, я предлагаю им возможности, позволяющие испытать каждый из этих элементов.

По мнению сэра Кена Робинсона, знаменитого специалиста по творческому подходу, чтобы стать изобретательным, нужно готовиться быть неправым. На моих занятиях это иногда преобразуется в небоязнь выглядеть смешным. Например, я требую, чтобы студенты начали брать уроки классического танца. Если они это сделают, они не будут ничего бояться! И будут с большей готовностью проверять свои «бредовые» идеи, не обращая внимания на критику со стороны!

Студентам очень часто кажется, что добиться успеха они могут лишь в том случае, если придумают нечто такое, до чего раньше никто не додумывался. При этом настоящее новаторство часто вырастает из установления связей между вещами, о которых много думали, но которые не приходило в голову сочетать. Это явление историк Артур Кёстлер назвал бисоциацией: способностью связывать между собой два, казалось бы, несочетаемых предмета, то есть взять две абсолютно разные вещи и сопоставить друг с другом. На занятиях по созданию нового предприятия я даю упражнения, позволяющие установить необычные связи,

что порождает деловые концепции, увязывающие внешне несопоставимые вещи. Это не только весело, но и практично!

Я помогаю студентам усвоить, что преуспевающие предприниматели то и дело ошибаются. Благодаря анализу практических ситуаций, выступлениям приглашенных преподавателей, практическим заданиям и собственной работе в классе они начинают понимать: ошибки показывают, что именно не работает и нуждается в починке. Все дело в том, как мы назовем неудачу. То, как мы думаем о том или ином деле, влияет на то, как мы к нему будем относиться и что мы будем менять. На моих занятиях неудача — не конец, а просто один из видов учебного опыта.

3. Требуйте активного участия

За годы работы я усвоил, что если человек не раскрывает рта, то предполагается, что ему нечего сказать. Поэтому я требую, чтобы студенты говорили, и ставлю им оценки за активность на уроке, от 0 до 4; этот прием я позаимствовал у Дейва Розенталя, преподавателя по анализу практических примеров. Ноль означает, что студент не произнес ни слова. Четверка означает, что студент внес большой вклад в развернувшуюся дискуссию. Так что при анализе примера или критическом разборе бизнес-плана, я делаю упор не на количество, а на качество участия. И всегда сообщая студентам свою оценку их участия. Поскольку каждого студента я знаю лично, они воспринимают мою оценку конструктивно и приходят на урок готовыми к активной работе.

Я обращаю внимание и на отношение, и на поведение. Требуя работы на уроке, я не только добиваюсь конструктивного обсуждения, но и ожидаю, что студенты будут делать эмпирические упражнения непредвзято, с позитивным отношением и готовностью к некоторой степени риска. Проводя интерактивный анализ работы в классе, а иногда пользуясь так называемыми «справками из собственного опыта», я даю возможность каждому студенту подумать

о собственном опыте обучения. Таким образом, им приходится задумываться о том, что они испытали, определять, что они усвоили, и соображать, что конкретно относится к их собственному поведению. Таким образом самопроверка становится своеобразным цементом учебного процесса.

4. Побуждайте студентов говорить «да, и»

Предприниматели импровизируют. Им часто приходится придумывать на ходу и действовать в неоднозначных обстоятельствах. Как помочь им лучше освоиться в таком окружении? Полагаю, что в этом помогут уроки, усвоенные при импровизации: активно слушать, ликвидировать фразы типа «нет» и «но» и не выключаться из разговора. Эти навыки студенты могут осваивать и оттачивать.

Для меня «да, и» — это ключ к моему собственному успеху и, думаю, к использованию открывающихся возможностей. К примеру, когда мои студенты задают вопросы предпринимателю, я требую, чтобы они объясняли, что им удалось обнаружить такого, что они обнаруживать не предполагали. Это требует активного слушания и умения задавать зондирующие вопросы, это важные элементы понимания других людей и отклика на их потребности. При коллективной работе по выработке идей они должны избегать слов «нет» и «но» и вместо этого первым делом сообщать, что они поняли представленную идею («да»), а затем добавлять что-нибудь с целью ее совершенствования («и»). И наконец, чтобы отточить свое позитивное поведение («да, и»), они должны оставаться в теме, то есть не забегать вперед и не преследовать собственные цели, а учиться сосредоточивать внимание на человеке, стоящем перед ними.

Я помогаю им выработать эти навыки с помощью киноэпизодов и эмпирических упражнений. Мне, например, нравится отрывок из фильма «Аполлон-13», где речь идет о «квадратном штыре в круглой дыр-

ке»: там astronautам в условиях ограниченных средств и времени приходится решать проблему с кислородом на корабле. Так я разработал игру «Летательный аппарат», которая позволяет воспроизвести ситуацию. Студентам в ограниченное время и из ограниченного круга материалов надлежит построить летательный аппарат с максимальной дальностью и прямой полета. Это упражнение закрепляет подход, выражаемый фразой «да, и», в условиях решения задачи, коллективной работы и изобретательности. И это здорово!

5. Пользуйтесь всеми стилями преподавания

Мы все учимся по-разному. То есть у нас разные предпочтения при обучении. Свои занятия я строю так, чтобы пользоваться всеми стилями. Как видно из каталога преподавательских стилей Колба (я прошу студентов заполнить его), существует четыре основных стиля: ощущение (конкретный опыт), наблюдение (рефлексивное наблюдение), мышление (абстрактная концептуализация) и осуществление (активное экспериментирование). Если мне удастся построить урок так, чтобы затронуть все четыре, тогда мне, скорее всего, удастся удержать их внимание и побудить к самому эффективному мышлению и действию. Для студентов с ориентацией на ощущения я могу задействовать моделирование, консультационные проекты и экспресс-презентации; для тех, кто предпочитает наблюдение, подойдут кинофильмы, демонстрации, приглашенные лекторы и собеседования с предпринимателями; в интересах ориентированных на мышление я включаю интерактивные лекции, анализ примеров и специальные чтения; а тем, кто ориентирован на действия, я могу предложить разработку бизнес-плана, оценку компании и непосредственный опыт.

Мои обязанности

Для меня предпринимательство — не открытие собственного дела, хотя оно и может

стать одним из итогов; это более полная жизнь, стремление сделать мир лучше благодаря определению собственной цели и дальнейшего ее приложения к предмету, лично тебе небезразличному. Это образ мышления, при котором человек ищет возможности, созидает ценности, распространяет убедительную точку зрения и максимизирует ограниченные средства в выбранном деле. Так что можно быть предпринимателем, открывая новое предприятие, возглавляя растущую компанию, организуя то или иное дело в корпорации, руководя работой госучреждения и даже разрабатывая учебную программу.

Я преподавал на разных уровнях: начальном, среднем, высшем — и на младших, и на старших курсах, и при подготовке дипломированных специалистов. И вот что я заметил: люди учатся тому, чему они хотят научиться. Я хочу, чтобы они вышли с моих занятий с ощущением, что они приобрели самый полезный, целесообразный и привлекательный учебный опыт в своей жизни. А для этого я должен выполнить свои обязанности преподавателя: как следует готовиться к каждому уроку, отдавать каждому занятию все свои мысли и силы и относиться к каждому студенту, его надеждам и мечтам с уважением и достоинством.

На каждом уроке я должен «выступать» на пределе своих возможностей. Я не случайно употребил это слово. Выступление сочетает сущность (реальное содержание) и форму (неподдельный интерес). И то и другое исключительно важно. Если отдаваться этому делу неглубоко, без личного энтузиазма и демонстрировать это всем своим видом, станут ли энтузиастами студенты? А выступая по максимуму, я, может быть, смогу их вдохновить, а не только расставить отметки. Для преподавателя в этом и есть радость.

Преподавать тем, кто изучает предпринимательство, и учиться у них — это почетное право. Каждый раз, входя в аудиторию,

я сам себе напоминаю: мне не пришлось это делать — мне *посчастливилось* это делать. Мне *посчастливилось* дать студентам понять, насколько они изобретательны и предприимчивы. Мне *посчастливилось* поделиться моим опытом и увлечением. Мне *посчастливилось* вдохновить их. Мне *посчастливилось* преподавать предпринимательство. Как мне повезло!

Билл Росси,
*заслуженный клинический профессор
предпринимательства Университета
Флориды*

Наиболее эффективные профессора говорят, что у них был наставник, человек, который помог сформировать их стиль и философию обучения. Когда я начал преподавать предпринимательство, у меня не было наставника. Я должен был найти собственный путь. Так что я стал разговаривать со студентами, чтобы определить, кто их любимые учителя. Затем я наблюдал за этими учителями на работе, изучая их занятия. Каждый из этих педагогов, казалось, обладал уникальным стилем, поэтому выявление лучшего стиля для последующего применения казалось произвольным. Я пришел к выводу, что мне нужно найти свою зону комфорта при разработке стиля, который отражал бы то, кем я являюсь, а не то, что я сделал, и при определении цели обучения, которая отражала бы то, чего я хотел добиться. Эти два элемента должны были бы затем координироваться общей философией обучения, которая отражала бы мои личные ценности.

Стиль обучения

Рассказывание истории (Story Telling).

Я начал с того, что пытался учить концепциям, воплощенным в предпринимательском процессе, и имел ограниченный первоначальный успех. Мои ученики не принимали эти концепции и не видели их как общий процесс. Разочарованный, я изучил свой

подход и понял, что концепции слишком двусмысленны, и неясно, насколько они как индивидуальные концепции соответствуют студентам. Студенты могли бы зазубрить их, но концепции не были интернализированы и не рассматривались в контексте общего предпринимательского процесса.

Хотя мы учим, что неудача может быть полезной вещью, для меня это не вариант. Вспоминая, что все мои любимые TED-разговоры — это рассказанные личные истории, я собрал и объединил истории из моего личного предпринимательского опыта, так, чтобы они подчеркивали каждую концепцию в предпринимательском процессе. Успех! Истории сработали. Студенты полюбили их. Теперь я рассказчик историй. Истории вдыхают жизнь в предпринимательские концепции, позволяют рассмотреть их как общий процесс.

Обучайте рамочным основам. Мы — визуальные учащиеся. Предпринимательство — дисциплина, изобилующая множеством концепций, но по сути это процесс, и каждый его элемент может быть определен рамкой. Я начал с преподавания концепций, а это тяжело. Учащимся не удавалось увидеть взаимодействия между связанными понятиями. Как результат этого они вернулись к запоминанию, что не позволит им понять предпринимательство как тип мышления. Рамки определяют все важные элементы предпринимательского процесса, а рамки обучения обеспечивают визуальную привязку. Рамки улучшают понимание концепций, взаимоотношений между ними и то, как в конечном счете все концепции объединяются в процесс, который становится предпринимательским типом мышления.

Преднамеренная практика. Великие пианисты становятся великими благодаря интенсивным занятиям. То же самое можно сказать о великих футболистах и баскетболистах. Люди учатся через повторяющуюся практику. В частности, обучение и интерна-

лизацию элементов предпринимательского процесса лучше всего осуществлять на практике. Сторонник обучения на опыте, я каждый учебный день объясняю некое содержание, но затем дополняю его повторяющейся, целенаправленной практикой концепций, воплощенных в предпринимательских компетенциях.

Принятие риска. Мы учим смягчению рисков как предпринимательской компетенции, но мне не попадались хорошие способы опытной иллюстрации риска. Итак, несколько лет назад я пытался включить риск в курс предпринимательства. Я предложил, чтобы итоговый экзамен был факультативным. Но если его выбрали, то возможны будут только две оценки. Хорошая успеваемость приведет к повышению уровня оценки в курсе, плохая — к снижению. Все просто: предварительная «четверка» может стать либо «пятеркой», либо «тройкой». Результатом был колоссальный провал. Предварительные оценки варьировались от «5» до «-3». Все учащиеся в классе решили не сдавать итоговый экзамен. Помимо курса доктора К, «Потной спины» (Dr. K's Spine Sweat course), который не рискую применять, я до сих пор не нашел хорошего инструмента для обучения рискам, но уверен, что его следует включить в обучение предпринимательству.

Энтузиазм. Я очень увлечен обучением предпринимательству, я даже становлюсь взволнованным. Думаю, это приводит студентов в класс и привлекает их к участию. Мое поведение можно назвать представлением, хотя это не так. Я просто чрезвычайно увлекаюсь предпринимательством как дисциплиной, ее усиливающей и преобразующей природой, и я искренне желаю, чтобы мои ученики увидели его в том же свете. Большинство студентов интерпретируют мой энтузиазм как страсть к предпринимательству, и мои педагогические показатели отражают это.

Убедительные презентации в классе не менее важны, чем представление убеди-

тельного предпринимательского видения. Они не сухие, и не передаются «говорящей головой», но являются яркими, полными энтузиазма, структурно логичными, легко понятными и передаются через того, кто проявляет страсть к этой теме.

Я тренирую основные навыки презентации.

1. Передвижение (с шагомером в качестве инструмента я поставил цель — 4000 шагов на каждый класс. Следя за моими передвижениями, студенты слушают меня, а это и есть моя цель).

2. Движения рук и тела и голосовые интонации оживят и даже развлекут вас. Без них вы — «говорящая голова», которую сложно слушать более пяти минут.

3. Непосредственный зрительный контакт. Когда вы смотрите кому-то в глаза, вы связываетесь с этим человеком. С этого момента он чувствует, что вы разговариваете непосредственно с ним, независимо от того, где вы находитесь.

Цель обучения

Моя цель преподавания состоит в том, чтобы научить студентов думать, поступать и действовать предпринимательским способом во всех аспектах их жизни. Я хочу вдохновить тех, кто может быть лидером, будь то в бизнесе или в других занятиях, понять и принять предпринимательский подход как способ мышления. Другим я хочу привить искреннюю уверенность в том, что участники столь же важны, как и лидеры, но только если они также предприимчивы в своем подходе и становятся лучшим из того, кем они могут быть, в выбранном ими способе участия.

Философия преподавания

Моя философия обучения отражает мои ценности, убеждения и страсть к обучению предпринимательству. Три принципа формируют эту философию.

1. Лучшие учителя — сами студенты. Практикуя предпринимательство на протя-

жении всей карьеры, я уверен в своей правоте, хотя научные исследования регулярно предлагают новые предпринимательские концепции и проливают свет на новые способы применения существующих концепций. Я изучаю эти исследования. Моя цель состоит в том, чтобы бросить вызов студентам не только в традиционных концепциях, но и в новейших передовых идеях о предпринимательстве. Я работаю, чтобы быть вечным студентом, учиться, а затем создавать активную среду обучения, в которой ученики будут спорить, вдохновляться и расцветать.

2. Обучение обеспечивается преподавателями, которых уважают студенты. В настоящее время я уже преподаю достаточно долго для того, чтобы у меня появилось много учащихся, окончивших обучение и сделавших карьеру. Некоторые из них в разных странах мира начали свой бизнес и продолжают поддерживать контакт со мной. Много думая об этом, я пришел к убеждению, что они продолжают контактировать, потому что уважали меня и теперь ищут моего уважения. Для меня это иллюстрация силы вдохновения, рожденного уважением.

Я упорно тружусь, чтобы заслужить уважение каждого ученика, и способ, которым я заслуживаю уважение, — это проявление уважения. Я уважаю каждого студента как личность и удовлетворяю его уникальные потребности. С каждым студентом я стремлюсь найти общее видение. Хотя это требует частого личного взаимодействия, я понимаю: студенты считают, что я забочусь о них как о личностях. Поэтому они уважают меня, улучшая мою способность влиять на них через содержание курса.

Я уважаю их время. Мои рабочие часы — в любое время, включая выходные.

Наконец, я уважаю их усилия. Поощрение стимулирует усилия, поэтому я легко подкрепляю ясное мышление и достойные усилия. Проблема и поощрение неразделимы и являются ключевыми элементами при-

вития интереса студентов к предпринимательству и их желания учиться больше.

3. За пределами класса также происходит обучение, когда учащиеся рассматривают и обсуждают обратную связь и оценки своих результатов. Я считаю, что образовательный процесс и постоянное обучение продвигаются при обеспечении для каждого результата значимой обратной связи, как конструктивной критики, так и похвалы. Это дает студенту еще одну возможность учиться. Предоставление такой обширной обратной связи не обходится без затрат — приходится уделять много времени. Но это также не без ценности. Студенты регулярно сообщают мне, что они редко получают такие

подробные комментарии к своим работам, и хотели бы этого.

В итоге обучение предпринимательству — это не работа, это привилегия. Стиль, используемый преподавателем для обучения, я думаю, должен быть уникальным и отражающим зону комфорта в том, как педагог взаимодействует со студентами. Это не то, что можно наблюдать в работе других и имитировать. Цели обучения могут быть одинаковыми для разных учителей. Но конкретная философия обучения, как я чувствую, должна быть уникальной, поскольку она отражает ценности, убеждения и страсть к обучению предпринимательству.

*J. S. Engel, M. Schindehutte,
H. M. Neck, R. Smilor, B. Rossi*

What I've Learned About Teaching Entrepreneurship: Perspectives of Five Master Educators

For citation:

Engel J. S., Schindehutte M., Neck H. M., Smilor R., Rossi B. What I've Learned About Teaching Entrepreneurship: Perspectives of Five Master Educators. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (67), pp. 104–120 (in Russian, abstr. in English).

Соломон Д., профессор менеджмента, Школа бизнеса Университета Джорджа Вашингтона, главный редактор *Journal of Small Business Management* (Журнал управления малым бизнесом), директор Центра предпринимательского совершенствования (Center For Entrepreneurial Excellence), бывший президент USASBE, gsolomon@gwu.edu

Мэтьюз Ч., заслуженный профессор, профессор предпринимательства и стратегического менеджмента, Колледж бизнеса Карла Линднера Университета Цинциннати, учредитель и исполнительный директор Центра обучения и исследования предпринимательства, директор Института малого бизнеса, учредитель ряда стартапов, charles.matthews@uc.edu

Путаница в обучении управлению малым бизнесом и предпринимательству: количественный анализ

Данная работа впервые была опубликована в 2014 г. как глава в коллективной научной монографии «Летопись предпринимательского образования и педагогики — 2014», выпущенной Ассоциацией малого бизнеса и предпринимательства США — USASBE¹.

В сфере обучения предпринимательству оба автора являются светилами международного уровня, всемирно признанными педагогами и исследователями предпринимательства. Будучи постоянными партнерами Российской ассоциации обучения предпринимательству (учредителя журнала «Современная конкуренция»), они дали согласие на осуществление перевода и публикацию своей работы как отдельной научной статьи.

Статья посвящена описанию наблюдаемого в сфере обучения предпринимательству отсутствия единообразия в предметных областях (а затем в содержании учебных программ и курсов) предпринимательства и управления малым бизнесом. Авторы проводят обзор научной литературы (от Кантильона до наших дней) для выявления отличительных свойств и характеристики предпринимательства и предпринимателя, в результате чего выделяют два типа индивидуального предпринимательства: предпринимательство в сфере малого бизнеса, ориентированного на устойчивое состояние роста (малый, семейный бизнес), и предпринимательство в сфере масштабируемого бизнеса, ориентированного на ускоренный рост. В работе приводятся ключевые отличия двух типов предпринимательства, выявленные с использованием многофакторной модели дифференциации управления (предпринимательства) Уивера и Соломона: разная планируемая скорость роста бизнеса; разный уровень креативности и внедрения инноваций; намерение обеспечить семью предпринимательским доходом (создание занятости и благосостояния для участников предпринимательского окружения); независимость и прямой контроль бизнеса как владения (стратегическая кооперация для масштабирования бизнеса, создающего ценность) и др.

Авторы утверждают, что вследствие неспособности различать эти два типа предпринимательства в программах обучения постепенно сформировался чрезмерный уклон в пользу предпринимательства масштабируемого бизнеса, а деятельность по управлению малым (семейным) бизнесом для обеспечения устойчивого состояния роста вытесняется из учебных программ и курсов, ошибочно перестает рассматриваться как предпринимательство.

Свою позицию авторы подкрепляют данными Национального обследования обучения предпринимательству, отражающими содержание и частоту предложения курсов по управлению бизнесом и предпринимательству, типы учебной педагогики, тематические области учебных программ.

¹ Solomon G. & Matthews C. H. The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: A qualitative analysis. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* (Michael Morris, Ed), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2014, pp. 91–115. Reprinted with permission.

Завершается статья широким набором авторских рекомендаций преподавателям и администраторам в сфере предпринимательства, в частности о строгом пересмотре учебных программ и курсов по предпринимательству с учетом раскрытых обстоятельств, о расстановке акцентов внимания в определенных темах обучения в соответствии с учебными потребностями предпринимателя того или иного типа, а также рядом других теоретических, методологических, педагогических и терминологических предложений и советов.

Ключевые слова: обучение предпринимательству, управление малым бизнесом, педагогики обучения, предложения курсов, ускоренный рост масштабируемого бизнеса, устойчивое состояние роста малого бизнеса.

Введение

В 1980-х годах «стратегическое планирование» было горячей темой и среди как академических исследователей, и среди руководителей многоуровневых организаций. Тогда корпорации нанимали стратегов и планировщиков (специалистов в области стратегического планирования) в массовом порядке. Когда Джек Уэлч стал Генеральным директором «Дженерал Электрик», он обнаружил более 250 таких стратегов в руководящих органах корпорации. Это сподвигло известного академического ученого Генри Минцберга написать хлесткую и пронизательную главу книги под названием «Если стратегическое планирование — это все, то, наверно, это ничто» [Mintzberg, 1994].

Формирующаяся научная дисциплина «Предпринимательство» уже имеет терминологическую проблему, вызванную чрезмерным использованием слов «предприниматель», «предпринимательство», так же как и чрезмерным и неправильным использованием прилагательного «предпринимательский (-ское, -ская)». Неправильное употребление прилагательного «предпринимательский» наиболее разрушительно при использовании его как синонима словам «творческий» и «инновационный», оно часто используется бездумно и безответственно как бессмысленный модификатор (например, предпринимательский кампус, предпринимательские финансы, предпринимательская таблица данных). Возможно, скоро будет написана статья, аналогичная критической публикации Минцберга двад-

цатилетней давности, под названием «Если предпринимательство — это все, то, наверно, это ничто».

Когда научная дисциплина «Предпринимательство» была еще в зачаточном состоянии, Билл Гартнер в своей статье 1988 г. «Кто такой предприниматель? — это неправильный вопрос» дал ученым свободу, чтобы преодолеть оковы педантичности и продолжить необходимые исследования. Сейчас эта сфера знаний, находясь в «подростковом» возрасте, может продуктивно пересмотреть дебаты Гартнера по поводу определений. Нет такой сферы знаний, где это более необходимо, чем в области обучения предпринимательству, к которой можно отнести прямое и косвенное обучение студентов и будущих предпринимателей искусству и науке создания нового предприятия и стоимости.

Обзор литературы

Обучение предпринимательству

В последние 20 лет во всем мире происходит необыкновенное распространение образовательных программ и курсов обучения предпринимательству. 26 опубликованных статей и монографий, цитируемых здесь, не более чем выборка из исследовательского фокуса на «революцию», которую обучение предпринимательству произвело в учебных заведениях (см. список литературы).

Трансформация от незначительного до массового интереса к предпринимательству ставит серьезные учебные и пе-

дагогические задачи перед администраторами, профессорами и другими преподавателями в высших учебных заведениях. Одна из этих задач — определение, какие (если они есть) сходства и (или) различия существуют между процессами и поведением владельцев малого бизнеса (предпринимателей), стремящихся к устойчивому состоянию, и предпринимателями, стремящимися к ускоренному росту бизнеса. Чтобы разобраться в этом анализе, ниже приведены определения двух типов субъектов.

Предприниматели, ориентированные на устойчивость бизнеса, — люди, которые стартуют и (или) управляют с новым или существующим бизнесом в коммерческих или в некоммерческих целях как основным источником дохода, с фокусом на такую занятость, которая формирует их стиль жизни и заменяет заработную плату, в первую очередь для поддержания своих и (или) семейных экономических потребностей.

Предприниматели, ориентированные на ускоренный рост бизнеса, — лица, которые своими действиями создают новые и инновационные продукты, процессы, новые услуги, новые предприятия в коммерческих или некоммерческих целях с намерением значительно улучшить и развивать их, таким образом создавая и повышая производительность, благосостояние и занятость как учредителей, так и сотрудников и инвесторов (пока неизвестных).

В своей чистейшей форме предпринимательство — это искусство и наука создания нового предприятия и новой ценности для множества заинтересованных сторон (например, клиентов, сотрудников и сообществ). По аналогии мы определяем «предпринимателя» как человека, который берет на себя риск и задачи создания ценности и предприятия. Предпринимателями являются учредители как предприятия малого бизнеса, претендующего на устойчивое состояние, так и предприятия, претендующего на ускоренный (масштабируемый) рост. Это создает почву для обсуждения обучения

«венчурному предпринимательству ускоренного роста» и сопутствующих ему образовательных требований к обучению управлению ростом, а также обучения «предпринимательству устойчивого малого (семейного) бизнеса» и его специфических требований к обучению менеджменту малого бизнеса. Давайте начнем наше исследование, рассматривая центрального персонажа в дискуссии, «предпринимателя», и того, что отличает этого человека от остального населения.

Определение предпринимателя и предпринимательства

Работа Шумпетера [Schumpeter, 1911, английская версия 1934] отдает должное Миллю (1848) в том, что он ввел термин «предпринимательство» во всеобщее употребление среди экономистов. Однако само слово было использовано гораздо раньше. Кантильон, в 1700-х годах охарактеризовал предпринимателя как лицо, принимающее рациональные решения, того, кто принимает риск и обеспечивает управление фирмой [Kilby, 1976]. В версии Шумпетера 1911 г. он определил предпринимателя, используя термины «беспокойный», «смелый» и «инновационный». Слово «предприниматель» (*entrepreneur*) происходит от французского глагола «*entreprendre*», что означает предпринять, попытаться, попробовать, осуществлять или исполнять договор. Милль (как цитирует его Шумпетер, 1934) фокусируется на принятии на себя риска как ключевом факторе, отличающем предпринимателя от менеджера. Современные словари и веб-сайты используют «риск» в качестве одного из основных определяющих признаков предпринимателя.

В своей книге «Теория экономического развития» Шумпетер (1934) предлагает три типологии по теории предпринимательства (Гросс, 2005): 1) введение нового товара, способа производства, открытие нового рынка, нового источника сырья или реорганизация индустрии; 2) мотивация, включая

волю к победе, к борьбе и преодолению; радость и удовлетворение, исходящие от творческого создания и разрешения проблемы; 3) природа инновационных задач, инерция, лежащая в сознании индивида, и страх социальных санкций или клейма неудачника.

Со времени выхода новаторской работы Шумпетера изучение предпринимательства и развития предприятий вызвало рост интереса в академических и профессиональных кругах. Из синтеза шумпетерианского описания деятельности, связанной с поведением, мотивацией и действиями предпринимателей, и представления о предпринимательских результатах в виде создания предприятия и ценности, кажется совершенно очевидным, что между предпринимателями и начинаниями, ориентированными на достижение устойчивости, и предпринимателями и начинаниями, ориентированными на ускоренный рост, есть четкое различие. То есть, хотя владельцы малого бизнеса, сфокусированного на устойчивом состоянии, и основатели предприятий, ориентированных на ускоренный рост, являются предпринимателями в том смысле, что они берут на себя риск и вовлекаются в деятельность по созданию предприятия и ценности, они фундаментально различаются в стремлении к росту. Большое различие между владельцем устойчивого бизнеса и основателем предприятия ускоренного роста заключается в том, что последний мотивирован на создание изменений путем внедрения масштабируемых товаров и процессов, и в том, что получаемые им в результате радость и удовлетворение, исходят от творения, которое в конечном итоге нарушает статус-кво.

Мотивационная энергия предпринимателя, как показано в оригинальном исследовании Дэвида Макклиланда, существенно способствует определению «предпринимателя». В 1960 г. доктор Макклиланд разработал теорию трех факторов мотивации и расширил свое исследование, рассматривая мотивацию достижения, экономическое развитие и роль предпринимателя. Его ранние

исследования построены на работе Шумпетера, но сосредоточены главным образом на том, как обучить людей быть более ориентированными на достижения и тем самым повышать их вовлеченность в процесс создания нового предприятия. Его исследование 1987 г. по поводу межкультурных компетенций рассматривает общие черты выборки успешных предпринимателей независимо от страны и типа бизнеса. Ученые и исследователи называли такое поведение как «про социальная власть» [El Tarabishy et al., 2006].

Вкратце, исследование Макклиланда изучает мотивацию достижения и ее воздействие на желание индивида начать новое предприятие и управлять им. Его позднее исследование демонстрирует определенную причинно-следственную связь между сильно мотивированной на достижения личностью и экономическим ростом [Макклиланд, Винтерс, 1986].

Продолжая разговор

Обширное исследование Дельфи, проведенное Вильямом Гартнером, рассматривает отличительные действия и поведение предпринимателей по сравнению с владельцами малых предприятий. Гартнер в своей статье «О чем мы говорим, когда мы говорим о предпринимательстве?» попытался заложить основу для определения предпринимательства, а также представить обзор всего массива знаний, составляющих теорию предпринимательства в то время [Gartner, 1990].

Используя метод Дельфи и выборку респондентов, в том числе ученых и исследователей в области предпринимательства, Гартнер приходит к выводу, что предпринимательство включает лиц, осуществляющих семь различных видов деятельности и связанных с ними компетенций:

- деятельность, связанная со становлением в качестве управляющего — владельца фирмы;
- создание нового бизнеса;
- инновационность;

- приобретение существующего бизнеса;
- старт инновационной затеи в рамках устоявшейся организации;
- создание некоммерческого бизнеса;
- создание правительственной организации.

Второй раунд сбора Гартнером данных с использованием метода Дельфи принес многочисленные новые ответы, которые потребовали от него применения факторного анализа данных. Было выбрано решение с восемью факторами, что составило 67,3% дисперсии ответов [Gartner, 1990]. Наконец, был проведен кластерный анализ данных для определения, можно ли сгруппировать вместе эти данные на основании рейтинга восьми тем. Из двух кластерных группировок одна представляла характеристики предпринимательства (предприниматель, инновации, рост и уникальность), в то время как другая была сосредоточена на результатах предпринимательской деятельности (создание организации, создание стоимости, получение прибыли, управляющий владелец) [Gartner, 1990].

Гартнер нашел два четких различия в том, что его респонденты понимали под предпринимательством. Первый кластер соответствует общим определениям характеристик предпринимателей, ориентированных на ускоренный рост, — ориентация на рост, инновационность, уникальность. Второй кластер лучше соответствовал общим взглядам на предпринимателя, ориентированного на устойчивость бизнеса, в той степени, в которой подчеркивалось создание бизнеса с ценностью для клиентов, но при этом менее ценились рост, инновации и уникальность.

Поскольку предпринимательство является полем знаний в сфере развития, сегодняшние исследователи и авторы приходят к очень разным выводам относительно характеристик и поведения предпринимателей, отражающим их собственные профессиональные и академические дисциплины и философии [Харрисон, Лейтч, 1994].

«Как любая быстро развивающаяся социальная система, предпринимательство является многогранной и трудно определяемой на своих гранях» [Katz, Green, 1996].

Куратко вторит этому, заявляя, что «реальная зрелость сферы предпринимательства все еще ощущается опытным путем» [Kuratko, 2005]. На сегодняшний день не существует «стандартного, общепринятого определения предпринимательства» [Kirby, 2003], хотя многие пытались и пытаются прийти к согласию. Это будет существенно содействовать теории. Становится очевидным, что не существует одной личностной или поведенческой характеристики, которая одна могла бы определить предпринимателя. Кирби считает более вероятным, что существуют различные типы предпринимателей, каждый со своими атрибутами и типом личности [Kirby, 2003]. В развитие этого тезиса мы предполагаем, что, хотя основатели предприятий, ориентированных как на устойчивость, так и на ускоренный рост, могут быть определены как «предприниматели», принимающие на себя риски и действующие для создания предприятия и ценности для множества заинтересованных сторон (например, клиентов, сотрудников и сообществ), эти два типа предпринимательства различаются по таким характеристикам, как намерение, результирующий рост или масштабируемость.

Итак, от взглядов Шумпетера до исследований предпринимательства нынешней эпохи есть множество конкурирующих определений, характеристик, компетенций и поведенческих особенностей, которые, по мнению многих, описывают предпринимателя. Такое распространение определений того, чем предприниматель является и что он делает, приводит к множеству значимых выборов предмета для включения в учебные программы по предпринимательству и малому бизнесу во всем мире. Цель этой статьи не в том, чтобы показать предмет теории предпринимательства в деталях, а скорее в том, чтобы поделиться наблюдением,

что в «стандартном» предложении курса обучения предпринимательству существует тенденция фокусироваться на педагогике², которая стремится всех предпринимателей «чесать под одну гребенку». В действительности предпринимательство устойчивого малого бизнеса и предпринимательство бизнеса ускоренного роста требуют разной педагогики и разного обучения.

Предприниматели устойчивого бизнеса и предприниматели бизнеса ускоренного роста

Предыдущие исследования Карленда и др. (1984), Гартнера (1990), Каца и Грина (2006) и др. предложили пути дифференциации предпринимателя устойчивого малого бизнеса от предпринимателя, ориентированного на ускоренный рост. Карленд и др. развили идеи ранней работы 1984 г. и разработали в работе 1988 г. модель концептуального континуума [Carland et al., 1988]. Таблица 1 суммирует различия между тем, что Карленд и его соавторы (1984) называли Управляющий владелец малого бизнеса (которого мы относим к предпринимателю устойчивого бизнеса), и Предприниматель (которого мы видим как предпринимателя бизнеса ускоренного роста или масштабируемого предприятия).

Основываясь на своих исследованиях, J. W. Carland и J. A. Carland (1997) утверждают, что «исследование предпринимательского предпочтения показывает, что существует дифференциация среди выборки владельцев бизнеса, которая может помочь отличить владельца малого бизнеса от предпринимателя на континууме 1988 года». J. W. Carland и J. A. Carland заключают, что раскрытие и добавление нескольких факторов расширят возможности диффе-

ренциации их концептуальной модели. Относя учредителей бизнеса, ориентированного на ускоренный рост, к «предпринимателям», а основателей бизнеса, ориентированного на устойчивость, к «владельцам малого бизнеса», Карленд и др. непреднамеренно внесли путаницу. Оба типа являются предпринимателями в классическом смысле создания предприятия и ценности, их отличают только предполагаемые стремления (намерения) роста.

В этой связи исследование Лампкина и Десса (1996) утверждает, что предпринимательская склонность варьируется положительно с целями благосостояния и создания рабочих мест и отрицательно с семейными заботами и желанием независимости. Другими словами, по сравнению с управляющими — владельцами малого бизнеса предприниматели больше стремятся увеличить благосостояние и количество созданных рабочих мест и меньше обеспокоены участием членов семьи и стремлением к независимости.

Основываясь на литературе по малому бизнесу и предпринимательству, Уивер и Соломон [Weaver, Solomon, 2003] создали модифицируемый континуум из 10 факторов для изучения разницы между «предпринимателями» и управляющими — владельцами малого бизнеса. Таблица 2 обобщает модель Уивера и Соломона (далее — модель дифференциации УБ/П). Важность этой модели в том, что она показывает континуум, на котором микробизнесы, малые предприятия и предприятия более высоких темпов роста (масштабируемые предприятия) существуют в схожих, но уникальных реалиях, где они временами обладают сходными характеристиками и все же отличаются в их представлении, мотивациях и потребностях. Этот континуум может быть использован разработчиками учебных планов и учебных программ и авторами курсов для создания независимых, но взаимосвязанных курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом.

² Здесь и далее по тексту термин «педагогика» используется в узком смысле слова, как отдельный метод обучения, определенная учебная технология, конкурентные форма и способ осуществления учебного занятия. — Примеч. переводчика.

Table 1. Differences between the Small business owner — manager and the Entrepreneur

Управляющий владелец малого бизнеса (предприниматель бизнеса, ориентированного на устойчивое состояние)	Предприниматель (предприниматель масштабируемого бизнеса, ориентированного на ускоренный рост)
Это физическое лицо, которое управляет бизнесом, главным назначением которого является содействие личным целям владельца. Бизнес является основным источником дохода лица и занимает большую часть его личного времени и ресурсов. Владелец воспринимает бизнес как продолжение собственной личности. Бизнес неразрывно связан с семейными потребностями и желаниями	Это физическое лицо, которое управляет бизнесом, главным назначением которого являются прибыль и рост. Предприниматель характеризуется главным образом инновационным поведением. Предприниматель использует в бизнесе практики стратегического управления

лифорнийского университета — Сан-Диего фокусируется на фирмах, ориентированных на ускоренный рост, или, как он их называет, «предпринимательство создания богатства». Смайлор называет фирмы низких темпов роста «деятельностью, формирующей стиль жизни», или малыми бизнесами [Kaplan, 2003]. Использование слова «стиль жизни» указывает на то, что Смайлор отличает такую активность от ориентации на рост, но не так уничижительно, как Берч, называющий малые предприятия мышами. Однако применительно к настоящей

Table 2. Weaver–Solomon SM/E Differentiation Model

Факторы	Микробизнес (частичная занятость)	Малый бизнес (семейный бизнес)	Масштабируемое предприятие
Характеристики личности	Интроверт		Экстраверт
Инновационность	НИЗКАЯ	СРЕДНЯЯ	ВЫСОКАЯ
Стремление к созданию богатства	НИЗКОЕ	СРЕДНЕЕ	ВЫСОКОЕ
Стремление к созданию рабочих мест	НИЗКОЕ	СРЕДНЕЕ	ВЫСОКОЕ
Стремление к вовлечению членов семьи	Зависит от основателя и членов их семей		
Стремление к независимости	НИЗКОЕ	СРЕДНЕЕ	ВЫСОКОЕ
Стремление к росту	НИЗКОЕ	СРЕДНЕЕ	ВЫСОКОЕ
Локус контроля	НИЗКИЙ	СРЕДНИЙ	ВЫСОКИЙ
Склонность к риску	Зависит от восприятия риска		

дискуссии вопрос следующий: могут ли взгляды Берча или Смайлора продуктивно применяться в обучении предпринимательству. Фактически мнения, подобные взглядам Берча и Смайлора, создают картину мира, где национальной и мировой экономике для поддержания экономического роста следует сосредоточиться только на масштабируемых предприятиях, ориентированных на ускоренный рост, умаляя важность надежного сектора малого бизнеса, который тоже создает рабочие места и обеспечивает экономический рост. Предприниматели устойчивого малого бизнеса также важны, а в некоторых отношениях даже более важны, так как являются предпринимательским большинством и носителями предпринимательского стиля жизни.

Это раздвоение на газелей (предпринимателей бизнеса, ориентированного на ускоренный рост) и мышей (предпринимателей малого бизнеса, ориентированного на устойчивость; семейного бизнеса как стиля жизни) подрывает высокую значимость той роли, которую малые предприятия играют в национальных экономиках всех стран мира. Столь поверхностная, незрелая точка зрения находит свое отражение в учебных планах и программах университетов и колледжей, где курсы управления малым бизнесом были по существу ликвидированы. Некоторые предметы изучения, традиционные для курсов управления малым бизнесом, были встроены в курсы по предпринимательству, но большая часть содержания курсов управления малым бизнесом исчезла как незначимая и не так важная, как сосредоточение внимания на потребностях масштабируемых предприятий.

В целом мы хотели бы предложить иную метафору, в которой оба типа предпринимательства — малые бизнесы, ориентированные на устойчивое состояние, и масштабируемые предприятия, ориентированные на ускоренный рост, — являются составными частями экономической инфраструктуры любого общества: на экономическом

«фронте боевые действия» при защите динамичной экономики предпринимательская «пехота» (предприятия устойчивого малого бизнеса) являются взаимозависимыми с «танковым корпусом» (масштабируемыми предприятиями ускоренного роста). Уивер и Соломон [Weaver, Solomon, 2003] утверждают, что существует необходимость пересмотреть различия между типами деятельности и поведения предпринимателей устойчивого малого бизнеса и предпринимателей бизнеса ускоренного роста, особенно с учетом последствий, которые эти различия имеют для педагогов, и для того, чему и как они учат. В следующем разделе статьи представлены некоторые из этих различий, как они рассмотрены в научной литературе.

Роль предпринимателя и владельца малого бизнеса в литературе по обучению предпринимательству

При изучении литературы по обучению предпринимательству полезно определить, что мы подразумеваем под «обучением предпринимательству».

Колтон (цитата по [Garavan, O'Cinneide, 1994, p. 4]) предлагает следующий тезис, который иллюстрирует рассматриваемую в настоящей статье учебную путаницу: «Основными целями обучения предпринимательству является развитие предпринимчивых людей и внушение им привычки опоры на собственные силы с помощью соответствующих учебных процессов. Учебные и тренинговые программы по предпринимательству направлены на стимулирование предпринимательской деятельности, которая может быть определена как владение независимыми малыми бизнесами или развитие внутри компаний менеджеров, ориентированных на поиск возможностей».

Шепард и Дуглас [Shepherd, Douglas, 1997] значительно более конкретны: «Суть предпринимательства — это способность представить и наметить курс для нового вен-

чурного бизнеса, комбинируя информацию из функциональных дисциплин и из внешней среды в контексте чрезвычайной неопределенности и двусмысленности, с которыми сталкивается новое предприятие. Она проявляется в творческих стратегиях, инновационных тактиках, необычном восприятии тенденций и изменяющегося настроения рынка, отважного лидерства, когда путь вперед не является очевидным, и т. д. То, чему мы учим в наших классах предпринимательства, должно обеспечивать привитие и развитие этих способностей».

Очевидно, что курсы, предлагаемые Колтоном, Шепардом и Дугласом, игнорируют любую дифференциацию содержания курсов под конкретные потребности предпринимателей устойчивого бизнеса или предпринимателей ускоренного роста. Как в таком случае известные в настоящее время результаты концептуальных и эмпирических исследований могут помочь разрешить учебную путаницу между потребностями предпринимателей малого бизнеса и масштабируемых предприятий?

Как было упомянуто ранее в этой статье, преобладающая тенденция в обучении предпринимательству заключается в том, чтобы медленно, поэтапно отказаться от преподавания менеджмента малого бизнеса или включить его в учебную программу по предпринимательству, более подходящую для масштабируемых предприятий. Этот процесс включения (ликвидации) происходит, несмотря на то, что малые предприятия продолжают оставаться жизненно важными экономическими субъектами в Соединенных Штатах и во всем мире.

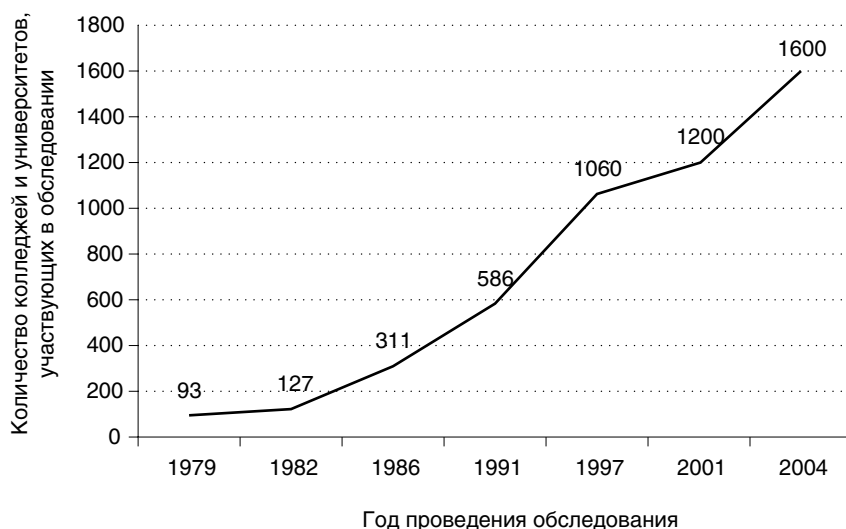
Также отмечалось ранее, по данным Администрации малого бизнеса США (официальный источник данных о малых предприятиях), 98,7% зарегистрированных и функционирующих предприятий в Соединенных Штатах относятся к малому бизнесу (АМБ США, 2009). В учебных программах колледжей и университетов США было принято игнорировать эти небольшие фирмы в поль-

зу крупных корпораций. Такое пренебрежение менеджментом малого бизнеса создает у студентов и потенциальных предпринимателей малого бизнеса впечатление, что для старта малого бизнеса не требуется его глубокого изучения и обучения ему.

Как относительно новая академическая дисциплина обучение «новому» предпринимательству постоянно занимается вопросами, поднятыми ранее в этой статье? Конкретнее — что отличает предпринимательство устойчивого бизнеса от предпринимательства бизнеса ускоренного роста, и можем ли мы дифференцировать их достаточно четко для разработки курсов, удовлетворяющих потребности нынешних и будущих студентов? Поскольку эта статья касается улучшения «обучения предпринимательству» в целом, что, очевидно, включает в себя и статус традиционного обучения малому бизнесу, давайте теперь рассмотрим состояние системы обучения предпринимательству в историческом аспекте.

Данные по результатам Национального обследования обучения предпринимательству, проводимого с 1979 по 2003 г. Соломоном [Solomon, 1979; 1982; 1986; 1991; 1997; 2000; 2003; Solomon, Fernald, 1991], как показано на рис. 1, указывают на то, что проведение курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом растет ускоренными темпами с 93 в 1979 г. до более чем 1600 в 2004 г. Фактически большинство колледжей и университетов в настоящее время чаще предусматривают не отдельные курсы, а базовые области подготовки и исследований по предпринимательству и управлению малым бизнесом.

Разрозненные данные, почерпнутые из дискуссий с учеными в этой области, как правило, указывают на то, что общее признание предпринимательства и управления малым бизнесом может быть связано с популярной литературой, восхваляющей несколько гламурную роль предпринимателя и превозносящей возможности молодых людей по выбору деятельности в сфере вен-



Источник: Соломон, 1979, 1982, 1986, 1991, 1997, 2000, 2003.

Рис. 1. Рост числа курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом

Fig. 1. Growth of entrepreneurship and small business management courses

чурного предпринимательства как варианта карьеры. Кроме того, рост количества финансируемых кафедр и центров способствовал более широкому признанию обучения предпринимательству и малому бизнесу в колледжах и университетах.

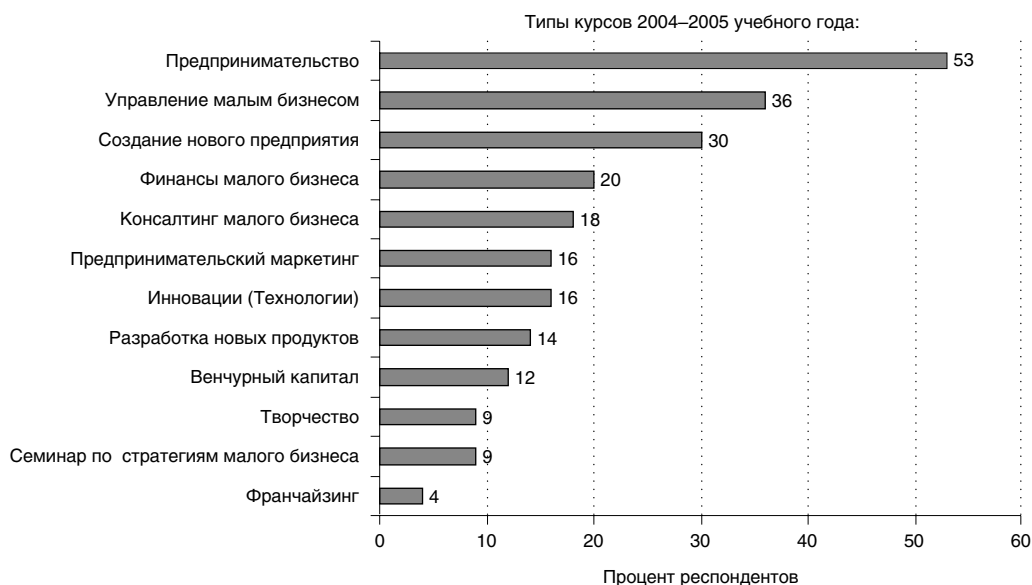
Наконец, студенты X и Y поколений рассматривают стартап-усилия как выбор жизнеспособной карьеры. Эти студенты в большей степени, чем просвещенные администраторы и преподаватели, управляют спросом на большее количество предлагаемых курсов.

Данные предыдущих национальных обследований на предложение и содержание курсов

Рисунок 2 отражает данные Национального обследования обучения предпринимательству 2003 г., спонсируемого Фондом Кауффмана [Solomon, 2003]. Показано разнообразие предложений курсов и указано на то, что курсы управления малым бизнесом все еще пользуются спросом, в то же время упор на курсы по предприниматель-

ству увеличился как в разнообразии, так и в частоте предложений курсов.

Как видим, некоторые курсы специально фокусированы на владении малым бизнесом (для предпринимателей устойчивого малого бизнеса), в то время как другие курсы больше сосредоточены на потенциально масштабируемых предприятиях (для предпринимателей бизнеса ускоренного роста), при этом похоже, что отдельные курсы все же вторгаются в предметные области обеих областей знаний. Кажется, что курсы управления малым бизнесом остаются неизменными, в то время как распространяются различные курсы, больше подходящие для масштабируемых предприятий. Таким образом, общий рост курсов главным образом обеспечен курсами по предпринимательству бизнеса ускоренного роста (другими словами, по социальному предпринимательству, созданию новых предприятий и венчурному капиталу). Учитывая взаимосвязь деятельности новых предприятий и экономического развития и широко признанное понимание того, что потенциально масштабируемые предприятия являются ключевыми



Примечание: $N = 279$

Источник: Соломон, 2003.

Рис. 2. Предложения курсов в области предпринимательства и управления малым бизнесом

Fig. 2. Course offerings in entrepreneurship and small business management

для инноваций, производительности и эффективной конкуренции [Plaschka, Welsch, 1990], вопрос, можно ли научить предпринимательству, потерял большую часть своих противоречий. Ронстадт [Ronstadt, 1990] ставит более актуальный вопрос касательно обучения малому бизнесу и предпринимательству: чему следует учить и как следует этому учить?

Рисунок 2 показывает, что курсы по управлению малым бизнесом и курсы, которые подходят для масштабируемого предпринимательства, предлагаются в рамках учебной программы по предпринимательству. Реальный вопрос в том, были ли курсы малого бизнеса перемещены в содержание курсов по предпринимательству. Предложение курсов по предпринимательству лидирует среди всех заявленных предложений с 53 процентами, в то время как курсы управления малым бизнесом на втором месте с 36 процентами, а за ними с 30 процентами находятся курсы создания нового предприятия, к которым можно подойти

с обеих сторон: и масштабируемого бизнеса, и малого бизнеса.

Образовательные педагогики

Содержание курса

Несмотря на продолжающуюся полемику о том, можно или нельзя сделать предпринимательство предметом преподавания (Fiet, 2000; Katz, 2003; Meyer, 2001; Solomon et al., 2002), многие глобальные учреждения преподают курсы и программы предпринимательства. В США двух- и четырехлетние колледжи и университеты предлагают набор курсов, направленных на обеспечение навыков для предпринимателей и поощрение поведения по формированию нового предприятия (см. рис. 2). Обучающая литература по малому бизнесу и предпринимательству изобилует учебными методиками — возможно, это показатель в основном описательной природы значительной части исследований предпринимательства. Из-за разнообразия студентов — и тем самым потенциал-

ных предпринимателей — в университетах их учебные потребности требуют вариативности подходов [Blenker et al., 2013].

Согласно Ронстадту [Ronstadt, 1990] ранние учебные программы по предпринимательству были ориентированы на действия — на бизнес-план, а также на приглашенных спикеров, которые вдохновляли студентов рассказами и практическими советами. В этот период фокус внимания педагогов по существу основывался на предпосылке, что успех в предпринимательстве и управлении малым бизнесом был функцией от «правильных человеческих черт и характеристик».

Сегодняшние преподаватели, по-прежнему ориентируясь на действия, полагаются на определенный уровень личного, технического или отраслевого опыта. Они требуют критического мышления и этической оценки и основывают учебную предпосылку на том, что успешный малый бизнес, ориентированный на устойчивость, и ускорение предпринимательской деятельности, ориентированной на масштабируемый рост, отражают интеграцию условий функционирования человека, предприятия и окружающей среды. Эта новая форма образовательной перспективы теперь фокусируется на управлении малым бизнесом и предпринимательстве как карьерном процессе, состоящем из множества новых возможностей и основных навыков нетворкинга.

Педагогические подходы

Педагогика³ также меняется, опираясь на расширяющийся интерес рынка к обучению предпринимательству. В новых междисциплинарных программах используются команды преподавателей, которые разрабатывают программы дисциплин для студентов, обучающихся на не-бизнес факультетах.

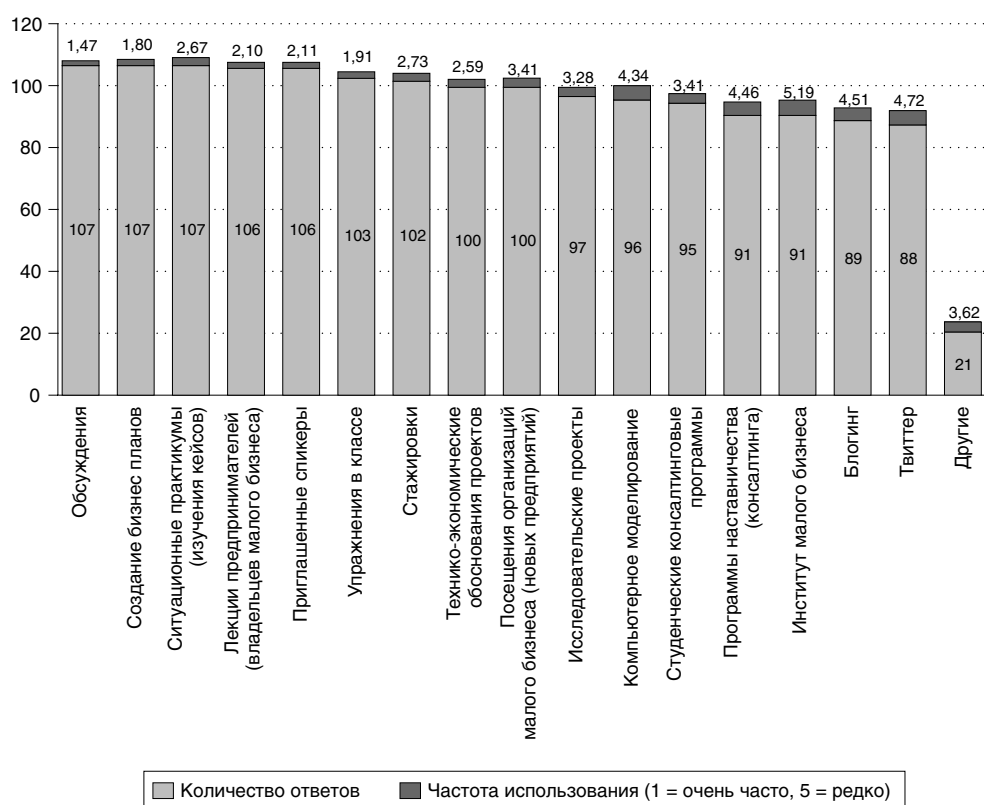
³ Здесь в исключительном случае термин «педагогика» используется в широком смысле как сфера знаний о методах обучения; образовательная методология; совокупность инструментов, способов и методов обучения. — *Примеч. переводчика.*

Так, существует растущая тенденция в предложении курсов, специально разработанных и спроектированных для студентов факультетов искусств, инженерных и иных научных направлений подготовки. Студентам не-бизнес факультетов могут потребоваться лабораторные занятия по проведению технико-экономических исследований с использованием Интернета, по разработке и эффективной подаче аудиовизуальных презентаций, по созданию профессионально оформленных бизнес-планов.

В дополнение к курсам, сфокусированным на подготовке будущих предпринимателей, учебные методики следует также разрабатывать для тех, кто взаимодействует с предпринимателями в организациях; для функциональных специалистов (бухгалтеров, юристов, консультантов и т. д.), обеспечивающих ресурсы, которыми пользуются предприниматели; а также для топ-менеджеров, обеспечивающих видение и руководство в корпорациях, которым для выживания необходимо внедрять инновации. Данные, собранные в рамках Национального обследования обучения предпринимательству в 2013–2014 гг., приводят к интересным результатам, показывающим, какие педагогические техники используются при обучении предпринимательству, и как часто они применяются в аудитории (рис. 3).

Национальное обследование предпринимательского образования 2013–2014 гг.

Общий список типов педагогик (технологий обучения) сформирован из указанных всеми респондентами обследования (107). Все респонденты использовали обсуждения, создание бизнес-планов и изучения кейсов. При этом чаще всего обсуждения использовались сразу после изучения кейсов или после разработки бизнес-планов. Почти все респонденты ($n = 106$) использовали лекции владельцев малого бизнеса и предпринимателей и других приглашенных спикеров. Другие ответы на вопросы о типах исполь-



Источник: Национальное обследование образования предпринимательства, 2014 (n = 107).

Рис. 3. Тип обучающей педагогики и частота использования

Fig. 3. Type of teaching pedagogy and frequency of use

зуемых методов и частоте использования сформировали следующий набор педагогических подходов, включающий: упражнения в классе, стажировки, технико-экономические обоснования проектов (похоже на создание бизнес-планов), посещения предприятий, исследовательские проекты, компьютерное моделирование, студенческий консалтинг, блоги и твиттер.

Данные показывают, что сфера обучения предпринимательству является ориентированной на действия и в высшей степени эмпирической (основанной на собственном опыте) и требует от студента и профессора интегрировать теорию классной доски с живой лабораторией внешней среды, которая поддерживает и возвращает экоси-

стему свободного рынка, подпитываемую предприятиями как масштабируемого бизнеса ускоренного роста, так и устойчивого малого бизнеса. К новейшим, проявляющимся сегодня трендам относится рост онлайн-обучения, которое оказывает прямое воздействие на сферу обучения предпринимательству.

Особенности обучения предпринимательству

В основном программы обучения предпринимательству и управлению малым бизнесом реализуются в устойчиво и системно функционирующих университетских бизнес-школах. Это обстоятельство помогает объяснить упомянутое выше отсутствие едино-

образия в учебных планах, в содержании курсов и в педагогиках (способах и техниках обучения). Традиционные образовательные программы по бизнесу реализуются под увеличивающимся напором критики за неспособность соответствовать потребностям сегодняшней меняющейся бизнес-среды. Один из известных аргументов такой критики указывает на то, что бизнес-образование стало слишком функционально ориентированным — что оно не отвечает кросс-функциональной сложности актуальных проблем бизнеса. Другой критический аргумент фокусируется на «недостаточности креативности и индивидуального мышления, необходимых на уровне студента и выпускника» [Solomon, Fernald, 1993].

Цель этой статьи — идентификация общей учебной практики смешивания и рас-согласования концепций и теорий малого бизнеса и предпринимательства, исходящей из предположения, что малый бизнес и предпринимательство — это соседствующие явления. В данной статье делается вывод, что такое предположение ошибочно. Этот иконоборческий вывод будет усилен рассмотрением текущих бестселлеров — учебников по малому бизнесу и предпринимательству. В этом разделе формулируется до сих пор нерешенный, но жизненно важный для обучения предпринимательству вопрос. Если предпринимательство — это все, то, возможно, управление малым бизнесом — это ничто? Таковы последствия отсутствия единообразия при обучении в двух областях исследований.

Представим в общем порядке одно пред-упреждение и одно наблюдение. Предупреждение заключается в том, что полный анализ и сравнение предметов обучения, равно как и дальнейшее строгое выяснение точного содержания учебных программ и глав учебников представляются принципиально необходимыми. Наблюдение состоит в том, что преподаватели и администраторы могут извлечь большую пользу из знания сходств и различий между обучением управ-

лению малым бизнесом и обучением пред-принимательству. Это знание может пре-доставить важную информацию для обеспе-чения четко сформулированной работы с курсами обучения как в комплексе, так и независимо друг от друга.

Обсуждение

Интеллектуальное намерение венчур-ного предпринимательства малого бизнеса основывается на том, что обобщенным концептуальным образом организации является жизненный цикл малого бизнеса от запуска стартапа до поддержания функциони-рования бизнеса с использованием принци-пов рационального управления либо через устойчивое развитие с не-масштабируемым ростом, либо через перерывы функциониро-вания (неудачи). Напротив, интеллектуальное намерение масштабируемого предпринима-тельства, ориентированного на ускоренный рост, связано не конкретными организаци-онными ограничениями, а скорее, креатив-ностью, инновациями и мотивацией основа-теля. Это формирует хронику того путеше-ствия, которое проходит предприниматель от концепции через инновации до созда-ния нового предприятия, продукта, услуги, процесса или новой бизнес-модели (напри-мер, цифровой книжный магазин масшта-бируется до электронного магазина любых товаров — Amazon.com). Игроки обоих ти-пов имеют важное значение для экономиче-ского роста и стабильности любой системы свободного рынка, что является краеуголь-ным камнем демократии. Обучение тому, как правильно начать предприятие малого биз-неса, управлять им и, в некоторых случаях, возвращать его, обеспечивает следующее поколение предпринимателей малого биз-неса (как управляющих-владельцев) знания-ми, навыками и инструментами, необходимыми для преуспевания. Для предпринимателя, ориентированного на ускоренный рост, речь идет больше о создании, внедрении иннова-ций и развитии новых предприятий, процес-

сов, продуктов и услуг, предназначенных для создания рабочих мест, увеличения доходов и роста ценности фирмы. Тем не менее даже такие потенциально масштабируемые предприятия полагаются на разумные бизнес-модели для обеспечения роста и доходности, приемлемой для инвесторов.

Однако, как указано в табл. 3, педагогические границы размываются, и преподавателям остается выяснять, какие темы подходят для каждой интеллектуальной намерения. На основе литературы очевидно, что не все темы одинаково и полностью подходят и к управлению малым бизнесом, и к предпринимательству. Поэтому все дело в изменении акцента, который должен быть помещен на ту или иную тему при обучении. Как показано в табл. 3, из 21 тематической области, найденной в соответствующей литературе, более половины тем (11) одинаково выделены при обсуждениях как фирм устойчивого малого бизнеса, так и масштабируемых предпринимательских начинаний ускоренного роста.

Критические различия преподавания менеджмента малого бизнеса и предпринимательства

С одной стороны, преподавание предпринимательства малого бизнеса (создание и управление) может извлечь пользу из ориентированного на организацию (организационно-центричного) фокуса на запуск, управление и развитие малого бизнеса. При этом можно рассматривать и эндогенные переменные (такие как маркетинг, финансы, бухгалтерский учет), и экзогенные (такие как государственная политика, формирование команд, стратегические альянсы). Акцент делается на потребностях управления устойчивым малым бизнесом, например на бухгалтерском учете, системе управления, маркетинге, информационных решениях, специально подобранных для фирм малого бизнеса.

С другой стороны, преподавание предпринимательства ускоренного роста (со-

здание и ускорение) может извлечь пользу из ориентированного на личность (личностно-центричного) фокуса, явления, в котором предприниматель существует, чтобы изобретать, творить и временами парадоксально (контринтуитивно) оперировать на существующем рынке. Результатом является запуск успешной бизнес-модели, продукта, процесса или услуги путем разработки и реализации жизнеспособного осуществимого плана. В таком обучении акцент делается на управленческих потребностях в масштабируемом и потенциально быстро растущем предприятии, например на венчурном капитале, инновационных процессах и расширениях инфраструктуры.

Ряд ученых и исследователей изучили различия между преподаванием менеджмента малого бизнеса и преподаванием предпринимательства [Weaver, Solomon, 2003; Wiklund et al., 2003; Carland et al., 1984] и предложили в качестве критических факторов, отличающих малый бизнес от предприятия ускоренного роста, — креативность и инновационность: предприниматели бизнеса ускоренного роста демонстрируют более инновационные комбинации ресурсов для достижения максимального роста, в то время как предприниматели малого бизнеса фокусируются на устойчивости и стабильности.

Кац и Грин [Katz, Green 2006] в учебниках «Предпринимательский малый бизнес» излагают свои взгляды на то, что отличает малый бизнес от предприятия, ориентированного на ускоренный рост. Они утверждают, что управляющие — владельцы малого бизнеса (предприниматели) заинтересованы в контроле, финансовой независимости и автономии. Они менее склонны планировать стратегии роста и больше заинтересованы в генерировании дохода, чем в создании благосостояния. Основные управленческие и маркетинговые навыки, дополненные управлением человеческим капиталом, а также отношениями с банкирами и поставщиками, сосредоточены прежде всего в со-

Таблица 3. Темы и акценты для устойчивого малого бизнеса и масштабируемого бизнеса ускоренного роста

Table 3. Steady state/small business and accelerated/scalable growth topics and emphasis

Тематические области учебной программы	Большой акцент для устойчивого (малого) бизнеса	Равное внимание	Большой акцент для бизнеса ускоренного роста
	Меньше внимания для бизнеса ускоренного роста		Меньше внимания для устойчивого (малого) бизнеса
Государственное регулирование (программы и политика)	×	—	—
Маркетинговые стратегии	×	—	—
Покупка существующих бизнесов	×	—	—
Семейный бизнес (преемственность)	×	—	—
Бизнес на дому	×	—	—
Распознавание возможности	—	×	—
Действия по запуску бизнеса (стартап)	—	×	—
Вопросы внутреннего управления	—	×	—
Вопросы управления человеческими ресурсами	—	×	—
Налоги, страхование	—	×	—
Вопросы бухгалтерского учета	—	×	—
Вопросы финансового управления	—	×	—
Технология	—	×	—
Провал бизнеса (прекращение)	—	×	—
Банковские отношения	—	×	—
Инновации (творчество)	—	×	—
Долевое финансирование (бизнес-ангелы) (венчурный капитал)	—	—	×
Поведенческие черты (намерения) (мотивация)	—	—	×
Высокие темпы роста	—	—	×
Стратегические поглощения	—	—	×
Стратегии выхода	—	—	×

знании управляющего — владельца малого бизнеса.

Предприниматели масштабируемого бизнеса увлечены рождением и ростом своих новых предприятий, продуктов, процессов и услуг. Они хотят создать благосостояние путем быстрого роста, являются очень про-

грессивными и творческими и стремятся где это возможно к формированию стратегических союзов с другими предприятиями. По мере роста предприятия они разрываются между тем, чтобы быть трансформационным лидером, и тем, чтобы развиться в транзакционного лидера [El Tarabishy et al., 2005].

Кац и Грин различают два типа предпринимателей: управляющих — владельцев малого бизнеса, и основателей бизнеса ускоренного роста на стадии основания и учреждения. Их критерии дифференциации включают: потенциал создания благосостояния, семейные заботы, создание рабочих мест и стремления к независимости в фирме. Такой анализ предполагает, что предприниматель малого бизнеса первоначально озабочен замещением выручки с разумной прибылью на капитал, стремлением обеспечить членов семьи участием в бизнесе или вниманием к семейным обстоятельствам с низким потенциалом создания рабочих мест (менее 20), высокой степенью контроля владения и независимости.

Конечно, хотя мы и привели аргументы для формулирования отдельных путей для устойчивого бизнеса и для масштабируемого бизнеса, часто существует значительное совпадение. Это когда, например, некоторые предприятия, запущенные как малый бизнес, ориентированный на устойчивое состояние, со временем превращаются в масштабируемый бизнес, и наоборот. В основном все указывает на то, что некоторые люди начинают бизнес с прицелом на ускоренный рост и удержание его на протяжении всей эволюции нового предприятия. Однако другие предприниматели запускают бизнес с прицелом на ускоренный рост, но в определенной точке перегиба решают, что с этого момента новое предприятие, продукт, процесс или услуга лучше обслуживается при снижении темпов ускорения роста и принимает более стабильное состояние, проекцию медленного роста, и таким образом, они меняют фокус, сосредотачиваясь на малом бизнесе устойчивого состояния.

И наоборот, в большинстве своем люди начинают малый бизнес с задумкой на устойчивость, и на протяжении всей эволюции бизнеса нацелены на обеспечение и поддержание малого бизнеса. Однако ограниченная группа лиц, запустив бизнес с прицелом на устойчивое состояние,

в определенной точке перегиба решают, что с этого момента новое предприятие, продукт, процесс или услуга лучше сможет принять модель ускоренного роста, и таким образом, они меняют намерения, сосредотачиваясь на масштабировании бизнеса и ускоренном росте.

Выводы

В целях обеспечения учебного процесса преподаватели должны удостовериться, что распространяемые знания и оценочные критерии, применяемые в классе, согласуются с уникальным феноменом, найденным и в управлении малым бизнесом, и в предпринимательстве. С педагогической точки зрения, преподаватели должны сосредоточиться больше на активности, постигаемой на опыте, при интеграции для своих студентов кейс-анализа, разработки кейсов из реальной жизни и проектов студенческого консалтинга. Они должны приглашать гостевых спикеров с рассказами как об успехах, так и о неудачах, а также местных бухгалтеров и банкиров, которые ежедневно взаимодействуют с управляющими — владельцами малого бизнеса. Они должны проводить более глубокие дискуссии и по альтернативным стратегиям запуска бизнеса, таким как франчайзинг, семейный бизнес, самозанятость и бизнес на дому.

В эпоху Интернета следует уделять внимание созданию электронного бизнеса, так как это растущий тренд среди предприятий малого бизнеса и масштабируемых стартапов. Вкратце можно отметить, что существует необходимость создания среды обучения, которая отражала бы окружающую среду жизни, в которой и устойчивые, и масштабируемые предприятия борются за запуск, выживание и рост.

Как указывалось ранее в настоящей статье, существуют различные мнения и взгляды относительно того, кем является предприниматель, стремящийся к устойчивости бизнеса, по сравнению с предпринимате-

лем, запускающим бизнес с ориентацией на ускоренный рост. Во многих отношениях это похожие люди с разными побуждениями, намерениями, мотивами и целями. Некоторые индивиды указывают на то, что предприниматели начинают бизнес, как правило, в небольших масштабах; другие утверждают, что предприниматели сосредоточены на контроле своей судьбы и являются творческими и прогрессивными людьми; однако есть такие, кто говорит о предпринимателях как об индивидах, действующих в неопределенности, распределяющих ресурсы, создающих команды и генерирующих благосостояние; и наконец, некоторые считают, что предприниматели в основном заняты ростом, и в частности, ускоренным ростом масштабируемого бизнеса. Этот спектр мнений можно увидеть в условиях отсутствия среди пересмотренных учебников последовательного охвата предметной области.

Мы полагаем, что «предпринимательство» — это искусство и наука принятия рисков и совершения действий по созданию предприятия и ценности для множества субъектов. Вдобавок к этому мы утверждаем, что это «предприниматель» занимается «предпринимательством». Кроме того, предприниматели могут быть основателями как предприятий малого бизнеса (претендентов на устойчивое состояние), так и масштабируемых предприятий (претендентов на ускоренный рост). Наконец, хотя эти два пути предпринимательства (устойчивого состояния против ускоренного роста) различаются по своей природе, они могут сочетаться (устойчивый малый бизнес превращается в масштабируемый бизнес ускоренного роста, и наоборот), и они имеют различные педагогические и учебные требования.

В области знаний должно быть согласие о том, какие тематические мероприятия согласуются с типами предлагаемых курсов. Например, при обсуждении отношений франчайзинга с позиции франчайзи нужно выяснить, что, например, запуск одного ма-

газина будет стремиться к устойчивости предприятием малого бизнеса, но франчайзинг может служить переходом к масштабируемому предприятию ускоренного роста. Таким образом, включение стратегий роста с использованием франчайзинга для расширения рынка и развития бизнеса будет подходящей темой для студентов и потенциальных предпринимателей при рассмотрении и устойчивого малого бизнеса, и предприятий ускоренного роста. Мы согласны с тем, что процесс предпринимательства — это больше, чем просто единичный акт. Жизненный цикл предпринимательства, обсуждаемый в литературе, показывает, что все бизнес-предприятия растут от этапа предварительного проектирования и финансирования через стадию запуска к этапу роста и завершаются в стадии зрелости, прежде чем цикл начнется сначала.

Фокус на планировании бизнеса и конкуренции бизнес-планами подходит под педагогические и учебные требования и для устойчивого малого бизнеса, и для масштабируемого бизнеса ускоренных темпов роста. Предпринимательство, однако, также осуществляется за рамками планомерного функционирования и проявляется в процессах адаптации и «бриколажа» [Baker, Nelson, 2005]. При обучении процессам планирования бизнеса следует учитывать признание как преднамеренного, так и внезапно возникающего планирования. Не существует такой вещи, как «окончательный» бизнес-план, есть только его последняя версия.

Преподавателям курсов по предпринимательству следует уделять больше времени адаптации в рыночной нише, творчеству и инновациям, а также беседам с действующими предпринимателями. Исследователи предпринимательства могут извлечь пользу из изучения концепций и теорий, представленных в изобразительном искусстве, драме, инжиниринге и машиностроении и физике продвинутого уровня. Проблемы роста, взаимодействие с внешними силами, развитие управленческой команды — это все

факторы, существенные для понимания процессов предпринимательства.

«Живые лаборатории для предпринимательства» — это содержательный слоган в обучении предпринимательству в лучших программах, которые сейчас функционируют. Преподаватели курсов по предпринимательству должны сосредоточить внимание на соединении в классе: 1) той реальности, которая ежедневно противостоит предпринимателям, и 2) собрания и (или) опросов предпринимателей с помощью руководства по структурированному интервью. Дополнительно преподавателям следует принять сигнал от Фонда Коулмана и Фонда Кауфмана в том, как они поддерживают «кросс-кампус» инициативы.

В то время как бизнес является общим знаменателем стартапов нового бизнеса, предпринимательство может появляться во многих областях. Это предполагает, что часто встречающееся в университете восприятие бизнес-школы как эксклюзивной территории предпринимательства является ограниченным и может быть преодолено путем создания центров и институтов кросс-кампусной ориентации с преподавательским составом, собранным из нескольких институтов и колледжей, и оригинальным набором учебных дисциплин в рамках всего университета и других университетов (университеты без стен [Meyer, 2001]). В то же время предпринимательство — не есть то, что доступно любому желающему. Пока новые предпринимательские идеи, малые и масштабируемые, могут исходить из всех сфер жизни и обучения, необходима интеграция предпринимательских тем, инструментов и навыков создания предприятия и ценности с искусством, дизайном, инжинирингом, правом, медициной, наукой и многим другим.

Вышеописанное обсуждение было приведено в интересах тех, кто пересматривает свои учебные программы и предложения курсов по предпринимательству как для устойчивых, так и для масштабируе-

мых предприятий. Настоящая статья и сама предоставляет для обозначенных преподавателей существенную информацию: а) по отличительности и схожести управления малым бизнесом и предпринимательством; и б) принципиальной необходимости серьезного пересмотра того, чем обучение предпринимательству стало во время этой «революции», и как можно сделать более эффективным его содержанием и изложение. Тогда, возможно, будет сделан вывод о том, что «предпринимательство — это еще не все, так что управление малым бизнесом само по себе уже что-то».

Обсуждение в этой статье вращалось вокруг вопроса о прояснении и уточнении различий в педагогике и учебных программах для владельцев предприятий малого бизнеса, ориентированного на устойчивое состояние роста, и для основателей предприятий масштабируемого бизнеса, ориентированного на ускоренный рост. Своеобразие и пересечение предпринимателей ускоренного роста и устойчивого состояния имеют значение и для академиков, и для практиков, и для политиков. Оба типа предпринимательства достойны образовательных усилий, и каждый заслуживает того, чтобы быть признанным в академических учреждениях. Оба типа предпринимательства находятся на континууме жизненного цикла организации и требуют должного внимания.

Ясно, что предприятия устойчивого малого бизнеса и ускоренного роста имеют важное значение не только для экономики США, но и для всех экономик мира. Преподаватели несут ответственность за обеспечение того, чтобы актуальные и применимые знания должным образом создавались, формулировались и распространялись в оригинальных курсах, соответствующих общим и уникальным потребностям предпринимателей устойчивого и масштабируемого бизнесов.

Мы считаем, что мы предложили убедительный кейс, включающий в понятие «предприниматель» и основателя малого бизне-

са, претендующего на устойчивое состояние роста, и создателя предприятия масштабируемого бизнеса, претендующего на ускоренный рост, и в результате выявляющий путаницу, когда предпринимателями называются только создателей масштабируемого бизнеса или «газелей», а предприятия малого бизнеса называют «мышами». Оба типа деятельности относятся к предпринимательству и имеют как различающиеся, так и сходные педагогические и учебные требования, однако при преподавании (у нас) проявляется подсознательная склонность больше сосредоточиться на предпринимательстве масштабируемого бизнеса, часто принижая значимость или просто игнорируя предпринимательство, ориентированное на устойчивость семейного, малого бизнеса.

Один из пунктов несоответствия в том, что у нас есть хорошая и устойчивая форма выражения — «*предприниматель малого бизнеса*», претендующего на устойчивое состояние роста, но нет устойчивого параллельного обозначения для предпринимателя, претендующего на ускоренный рост. Как следствие, в литературе одного мы называем «владелец малого бизнеса», в то время как другого мы называем просто «предприниматель». В действительности оба они являются предпринимателями (другими словами, создателями предприятия и ценности). Поскольку для обозначения «менеджера ускоренного роста» мы не располагаем подходящим термином, который был бы аналогичен «предпринимателю малого бизнеса» (все наши вышеприведенные формулировки не конвенциональны; разве что назвать его «предпринимателем масштабируемого бизнеса»), со временем мы сползаем в зону комфорта, высказываясь об «основателе малого бизнеса», «владельце малого бизнеса», и называя то, что они делают, «менеджментом малого бизнеса»; тем временем основатель масштабируемого бизнеса «узурпировал» титул предпринимателя, а его деятельность — статус «предпринимательства».

Мы призываем: 1) возвратиться к тем временам, когда управляющих малым бизнесом относили к «предпринимателям», вовлеченным (наряду с создателями масштабируемого бизнеса) в предпринимательство, с аналогичными и схожими педагогическими и учебными потребностями, а также 2) признать, что стремление к росту (устойчивому или ускоренному) также имеет пересекающиеся, но расходящиеся педагогические и учебные потребности. США были и продолжают оставаться мировым лидером в изобретательности и создании новых предприятий, а американские педагоги и ученые лидируют в создании развивающейся академической дисциплины по предпринимательству и в сопутствующем ей фокусе на устойчивом или ускоренном росте. Предприниматели, как те, кто сосредоточен на малом бизнесе, так и те, кто сосредоточен на масштабировании бизнеса, равно как и преподаватели предпринимательства могут быть мобилизованы как послы от народа — к народу (*people-to-people ambassadors*), чтобы помочь остальным людям локально и глобально создавать предприятия для поддержки своих семей, сообществ, регионов и стран. Возможно, это продвинет всех нас навстречу истинному миру.

References

1. Anselm M. *Entrepreneurship education in the community college*. A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB). Las Vegas, NV, 1993, 177–92.
2. Baker T. and Nelson R. E. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50, 329–66.
3. Birch D. *Job Creation in America*. New York, The Free Press, 1987.
4. Blenker P., Dreisler P., Faergemann Helle, Meibom and Kjeldsen John. A framework for developing entrepreneurship education in a university context. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2013, 5 (1), 45–63.
5. Brockhaus R. *Entrepreneurship education: A research agenda*. *The Art and Science of Entrepreneurship Education*. F. Hoy, T. G. Monroy and J. Reichert. Brea, CA: Monroy Educational Systems, Inc., 1993, 9–13.
6. Carland J., Hoy F., Boulton W., Carland J. C. *Differentiating entrepreneurs from small business owners: A con-*

- ceptualization. *Academy of Management Review*, 1984, 9 (2), 354–9.
7. Carland J. A. et al. An empirical investigation into the distinctions between entrepreneurial and small business ventures. *International Journal of Management*, 1988, 5, 98–109.
 8. Carland J. W. and Carland J. A. *Entrepreneurship education: An integrated approach using an experiential learning paradigm. A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, IntEnt97, Monterey Bay, CA, 1997.*
 9. Carroll J. J. *Course and curriculum design in developing and changing nations: Problems following the U. S. model.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business, Las Vegas, NV, 1993, 254–63.
 10. Charney A. and Libecap G. *Impact of entrepreneurship education.* Insights: A Kauffman Research Series. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 2000.
 11. Donckels R. Education and entrepreneurship experiences from sec-ondary and university education in Belgium. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1991, 9(1), 35–42.
 12. Edelman L., Manolova T. and Brush C. G. *Entrepreneurship education: Correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook pre-scriptions for success.* *Academy of Management Learning and Education*, 2008, 7 (1), 56–70.
 13. El Tarabishy A., Saskin M. and Solomon G. The entrepreneurial leader's impact on the organizational performance in dynamic markets. *The Journal of Private Equity*, 2005, 8 (4), 20–30.
 14. Fiet J. O. The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 2000, 16 (1), 1–24.
 15. Garavan T. N. and O'Conneide B. Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation — Part 2. *Journal of European Industrial Training*, 1994, 18(11), 13–22.
 16. Gartner W. B. 'Who is an entrepreneur' is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 1988, 12 (4), 11–32.
 17. Gartner W. B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 1990, 5 (1), 15–28.
 18. Gibb A. The enterprise culture and education. *International Small Business Journal*, 1993, 11 (3), 11–34.
 19. Hisrich R. D. *Toward an organization model for entrepreneurship education.* A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Dortmund, Germany, 1992.
 20. Kaplan J. *Patterns of Entrepreneurship.* New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003, 10–11.
 21. Katz J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18 (2), 283–300.
 22. Katz J. A. and Green R. P. II. *Academic resources for entrepreneurship education.* *Simulation & Gaming*, 1996, 27(3), 365–74.
 23. Katz J. A. and Green R. P. *Entrepreneurial Small Business,* New York: McGraw Hill, 2006.
 24. Kilby P. *Hunting the heffalump. Entrepreneurship and Economic Development.* NY Free Press, 1976, 1–25.
 25. Kirby D. A. *Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge?* A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, 2003.
 26. Kuratko D. F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory Practice*, 2005, 29 (5), 577–98.
 27. Lumpkin G. T. and Dess G. G. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance.* *The Academy of Management Review*, 1996, 21 (1), 135–73.
 28. Meyer G. D. *Major unresolved issues and opportunities in entrepreneurship education.* A paper presented at a meeting of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship National Conference, 2001.
 29. Mintzberg H. 'If strategic planning is everything, then perhaps it is nothing', in *The Rise and Fall of Strategic Planning.* New York: Simon and Schuster, 1994.
 30. Plaschka G. R. and Welsch H. P. Emerging structures in entrepreneurship education: Curricular designs and strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1990, 14(3), 55–71.
 31. Porter L. W. *The relation of entrepreneurship education to business education.* *Simulation & Gaming*, 1994, 25(3), 416–19.
 32. Robinson P. and Hayes M. *Entrepreneurship education in America's major universities.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, 15 (3), 41–52.
 33. Ronstadt R. *The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education evolves.* In C. A. Kent (ed.), *Entrepreneurship Education*, New York: Quorum Books, 1990, pp. 69–88.
 34. Schumpeter J. A. *The creative response in economic history.* In R. V. Clemence (ed.), *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, New Brunswick: Transaction Publishers, 1934, 221–31.
 35. Shepherd D. A. and Douglas E. J. *Is management education developing, or killing, the entrepreneurial spirit?* A paper presented at a meeting of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship, 1997.
 36. Solomon G. T. *National Survey of Entrepreneurial Education*, Washington, D. C.: Center for Entrepreneurial Excellence, The George Washington University, 1979, 1982, 1986, 1991, 1997, 2000, 2003.
 37. Solomon G. T. and Fernald L. W. Jr. *Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, 15 (3), 25–40.
 38. Solomon G. T. and Fernald L. W. *Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States: An update.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB) Conference, 1993.
 39. Solomon G. T., Weaver K. M. and Fernald L. W. Jr. Pedagogical methods of teaching entrepreneurship: An historical perspective. *Gaming and Simulation*, 1994, 25 (3), 67–79.
 40. Solomon G. T., Winslow E. K. et al. *Entrepreneurial education in the United States: An empirical review of the past twenty years.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB) Conference, 1998.
 41. Solomon G. T., Duffy S. and Tarabishy A. The state of entrepreneurship education in the United States: A nation-

- wide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2002, 1 (1), 65–86.
42. Vesper K. H. and Gartner W. B. Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 1997, 12, 403–21.
 43. Vesper K. H. *Content of entrepreneurship courses versus needs of entrepreneurs*. A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, 1993.
 44. Weaver K. M. and Solomon G. *Are we teaching entrepreneurship to small businesses and small business to entrepreneurs?* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business, Belfast, Northern Ireland, 2003.
 45. Wiklund J., Davidsson P. and Delmar F. What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, Spring, 247–70.

G. Solomon, gsolomon@gwu.edu

C. Matthews, charles.matthews@uc.edu

The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: a qualitative analysis

The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: a qualitative analysis¹. The purpose of this chapter is to identify the common curricular practice of mixing and mismatching concepts and theories of small business and entrepreneurship based on the assumption that small business and entrepreneurship are coterminous phenomena. The discussion of this paper revolved around the question of clarifying and articulating the differences between pedagogy and curricula for steady state growth oriented small business owners and accelerated growth or scalable venture founders. The distinctiveness and overlap between steady state and accelerated growth entrepreneurs is relevant to academia, practitioners, and policy makers. We suggest 'entrepreneurship' is the art and science of taking the risk and action to create a venture and value for multiple constituents. Furthermore, we posit that it is the 'entrepreneur' that engages in 'entrepreneurship'. Moreover, entrepreneurs can be either founders of small business ventures (steady state growth aspirant) or scalable ventures (accelerated growth aspirant). Finally, while these two entrepreneurship paths (steady state versus accelerated growth) are divergent in nature they can be convergent (steady state growth morphs into a scalable accelerated venture and vice-versa), and they have different pedagogical and curricular needs.

Keywords: entrepreneurship education, small business management, pedagogy and curricula, steady state (small) business growth ventures, the accelerated (scalable) growth ventures.

About authors:

G. Solomon, *Professor*

C. Matthews, *Professor*

For citation:

Solomon G., Matthews C. The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: a qualitative analysis. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (67), pp. 121–142 (in Russian, abstr. in English).

¹ Solomon G., & Matthews C. H. (2014). The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: A qualitative analysis. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* (Michael Morris, Ed), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 91–115. Reprinted with permission.



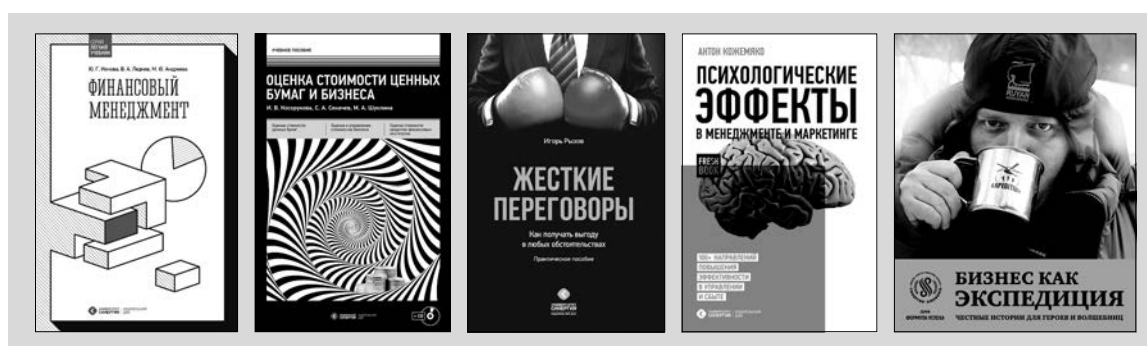
Издательский дом университета «Синергия»

Издательство с многолетним опытом и традициями выпуска книг деловой, учебной и научной тематики.

Книги Издательского дома университета «Синергия» адресованы тем, кто стремится освоить практику и стратегию новой экономики, — руководителям и практикующим специалистам, студентам и преподавателям вузов, колледжей и бизнес-школ.

Для того чтобы читателю легче было ориентироваться, предлагаемые его вниманию книги объединены в серии:

- **серия «Легкий учебник»** — учебники и учебные пособия для студентов, обучающихся по направлениям бакалавриата и колледжа;
- **«Университетская серия»** — учебные издания с углубленным изложением теоретических вопросов;
- **серия «Fresh Book»** — книги об инновационных технологиях в сфере бизнеса;
- **серия «Формула успеха»** — книги об успешных, известных в своей области людях.



Наши издания отличают:

- практическая направленность;
- отражение актуального российского опыта;
- доступность изложения;
- многоступенчатая экспертиза авторских материалов;
- современный дизайн;
- качественная полиграфия.

Издательский дом университета «Синергия»
предлагает на договорной основе полный комплекс услуг
по допечатной подготовке и изданию книг —
качественно и в сжатые сроки.

Контакты:

125190, Москва, Ленинградский пр-т, 80, корп. Г, оф. 612

Заведующая редакцией

Соколова Елена Николаевна, (495) 987-43-74, доб. 4851,
NNSokolova@synergy.ru

Руководитель отдела оптовых продаж

Орлов Павел Викторович, (495) 987-43-74, доб. 3305,
POrlov@synergy.ru

Руководитель отдела розничных продаж

Соколова Марина Ивановна, (495) 987-43-74, доб. 4126,
MSokolova@synergy.ru

ПОДПИСКА - 2017

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:

Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер 1190 руб. 3 номера (полугодие) 3570 руб. 6 номеров (годовая) 7140 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для вас вид подписки.

Подписка через редакцию

Отправьте заявку на edit@s-university.ru
или позвоните по тел. +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04).
Доставка включена в стоимость подписки

Подписка по почте

По каталогу агентства «Роспечать» подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «Пресса России» подписной индекс **88060**;
по каталогу российской прессы «Почта России» подписной индекс **14246**;

Руководитель службы маркетинга А. А. Розанцев
тел. +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04), e-mail: arozantsev@synergy.ru, yorlov@mfpa.ru

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.moderncompetition.ru, www.elibrary.ru и www.litres.ru.

К оплате принимаются все виды электронных платежей, банковские карты.
Возможна также оплата с помощью SMS.

Учредитель и издатель

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования

«Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-57863 от 25.04.2014 г.

Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Редакция:

Заместитель главного редактора *А. И. Коваленко*

Литературный редактор *А. К. Наумко*

Дизайн макета и верстка: *Б. В. Зипунов*

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп.,
д. 80, корп. Г, офис 612

Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04); (905) 510-00-58

e-mail: edit@s-university.ru; Alkovaenko@mfpa.ru;

www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

Университет «Синергия»

ИНН 7729152149

КПП 770201001

ОГРН 1037700232558

Р/с 40703810338180120073

БИК 044525225

К/с 30101810400000000225

Сбербанк России (ПАО) Вернадское ОСБ

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© Университет «Синергия»

Подписано в печать 17.02.2017

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ»
129090, г. Москва, Протопоповский пер., д. 6