

Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки

А. Ю. Чепуренко

Статья поступила в редакцию в мае 2017 г.

Чепуренко Александр Юльевич доктор экономических наук, профессор, руководитель департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101990, Москва, ул. Мясницкая, 20. E-mail: achipurenko@hse.ru

Аннотация. В статье в полемическом ключе рассматриваются социальные, академические и организационные аспекты обучения предпринимательству в ведущих российских университетах. Автор критикует некоторые распространенные подходы к обучению предпринимательству в российских вузах и обосновывает

концепцию и структуру трехзвенного общеуниверситетского факультета по инновационному предпринимательству, помогающего студентам развить или сформировать у себя важнейшие предпринимательские компетенции. Показаны основные ограничения (риски) и возможности (шансы) университетов, которые будут готовы реализовывать данную модель обучения.

Ключевые слова: высшее образование, майноры, предпринимательство, предпринимательские университеты, предпринимательские компетенции.

DOI: 10.17323/1814-9545-2017-3-250-276

Российские университеты и предпринимательство

В России за последние 25 лет сложилась определенная система обучения предпринимательству, включающая образовательные модули разного формата, реализуемые различными, в том числе образовательными, организациями: начиная с краткосрочных базовых курсов для потенциальных самозанятых и индивидуальных предпринимателей, которые предлагают институты поддержки малого и среднего предпринимательства, и заканчивая элитным бизнес-образованием — его предоставляют ведущие бизнес-школы страны. Еще в 2008 г. создана национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП), призванная объединить ведущих участников рынка и выработать критерии и стандарты лучших практик. Но споры о том, следует ли университетам включать в свои образовательные программы мо-

дули по предпринимательству, как и в каком статусе, не прекращаются.

Часто звучит такой аргумент: далеко не всякая практическая деятельность должна отражаться в программах университетского образования. Ведь университет не ПТУ и не высшие коммерческие курсы, это особый тип учебного заведения, задача которого — формировать интеллектуальную элиту страны. Во-первых, противники обучения предпринимательству в университетах подменяют здесь одно суждение другим: из того, что *не всякая* практическая деятельность *должна* становиться пунктом университетского образовательного меню, вовсе не следует, что *никакая* практическая деятельность *не может* отражаться в программах университетского образования. Да, далеко не все нужные для жизни навыки должен формировать вуз. Но формировать те, в которых есть общественная потребность, он может! Иначе для чего существует высшее образование?! «Не для школы — для жизни мы учимся» — девиз одного из самых динамичных российских университетов отвечает на этот вопрос. Именно низкий уровень навыков в области «умного предпринимательства» — одно из главных препятствий на пути развития высокотехнологичного предпринимательства в России. Этот факт многократно фиксировался в социологических исследованиях, например в Глобальном исследовании предпринимательского духа студентов (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS*¹). И столь же многократно в различных экспертных и правительственных документах, а также рекомендациях международных организаций системе российского высшего образования предлагалось искать способы ответить на эту общественную потребность.

Во-вторых, если понимать под предпринимательством только деятельность, направленную на реализацию тех или иных коммерческих проектов с прибылью, то, возможно, возражение против обучения предпринимательству в вузе и справедливо. Но под влиянием изучения предпринимательских практик в разных сферах человеческой деятельности в мейнстриме давно утвердилось другое, более широкое определение предпринимательства как деятельности по открытию и эксплуатации рыночных возможностей [Shane, Venkataraman, 2000]. Иначе говоря, предпринимательство — это определенное поведение [Sarasvathy, 2001], результатами которого могут быть и товары, и идеи, и институты. Для любой предпринимательской деятельности помимо знания технологии конкретной отрасли или вида деятельности нужны одни и те же компетенции обнаружения новых шансов и умения их реализо-

¹ <http://www.guesssurvey.org>

вывать, привлекая недостающие ресурсы. И если знания технологии студенты получают в рамках своих основных образовательных программ, то навыками предпринимательства могут овладеть в совместной учебной и проектной деятельности, нацеленной на формирование навыков «умного предпринимательства».

В-третьих, следует учитывать тенденции мирового развития: в последней четверти XX в. развитые страны мира начали переход от менеджериальной к предпринимательской экономике [Audretsch, Thurik 2000]. Не случайно особенно интенсивно вопросы обучения студентов предпринимательству стали обсуждаться в мире в последние 25–30 лет, по мере вызревания новой модели так называемого предпринимательского университета, или университета третьего поколения, и новой модели его взаимодействия и обменов с экономикой и обществом.

В ведущих международных журналах по предпринимательству не прекращается дискуссия о том, какие именно практики обучения предпринимательству в современных университетах можно считать лучшими. В ходе обсуждения выявляются ошибки и заблуждения и предлагаются новые подходы, основанные на анализе экспериментов и мониторинге достижений [Brockhaus et al., 2001; De Faoite et al., 2003; Fayolle, Gailly, Lassas-Clerc, 2006]. В последние десятилетия появились некоторые новации. Так, больше внимания стали уделять подготовке к участию в социальном предпринимательстве, внедрению новых технологий обучения, включая онлайн-платформы. Наконец, в подготовке будущих лидеров бизнеса стали делать больший акцент на выработку «эффектуальной», в терминах Сарашвати [Sarasvathy, 2001], мотивации и поведения. Однако в целом и сейчас обучение фокусируется на тех студентах, которые уже находятся в процессе создания предприятия, и в основном сводится к формированию полезных навыков по раскрутке стартапов, привлечению финансирования, выводу на рынок продуктов и услуг. В результате за бортом остаются потенциальные «институциональные предприниматели» — лидеры общественных, социальных, культурных проектов, реализация которых также требует предпринимательских навыков.

К сожалению, российские вузы, за редким исключением, пока участвуют в обучении предпринимательству очень слабо, да и регулярного обмена опытом и лучшими практиками почти нет. Подразделения, занимающиеся обучением предпринимательству, — это, как правило, либо бизнес-школы для «взрослых» слушателей, которые в своей деятельности тиражируют (зачастую морально устаревшие) методические подходы западных коллег, либо краткосрочные курсы обучения некоторым практическим навыкам на базе собственных инновационных центров и бизнес-инкубаторов. При этом, по данным российской

части исследования GUESS (2013–2014 гг.), около 30% студентов рассматривали для себя перспективу предпринимательства и порядка 60% студентов признали, что во время обучения им не предлагалось ни одного курса по предпринимательству вообще [Рубин, 2014].

Согласно экспертной оценке, российские вузы с точки зрения развития инфраструктуры обучения предпринимательству можно разделить на четыре группы: вузы, которые не ведут вообще никакой целенаправленной работы по обучению студентов предпринимательству; вузы, предлагающие студентам ряд курсов по предпринимательству, инновационному менеджменту, управлению рисками в предпринимательстве и т. п.; вузы, где есть обособленное подразделение, проводящее обучение предпринимательству и поддерживающее соответствующие программы MBA; университеты с комплексной инфраструктурой предпринимательства, включающей бизнес-инкубаторы, центры поддержки предпринимательства и т. д. [Широкова, 2012]. По той же экспертной оценке, подавляющее большинство российских вузов относятся к первой и второй группам, в четвертую же группу попадают не более 5% университетов.

Без включения обучения предпринимательству в свое образовательное «меню» российские вузы не смогут обеспечить экономику страны квалифицированными молодыми кадрами, компетентными в вопросах создания и ведения бизнеса, да и повысить свою востребованность не только у студентов, но и у важных игроков региональной экономики. Не случайно в эту нишу устремляются крупные бизнес-структуры и банки. Так, весьма популярными стали онлайн-курсы, который запустил в рамках проекта «Деловая среда» Сбербанк, а некоторые корпоративные университеты открывают программы по работе со стартапами, создают бизнес-акселераторы, формируют другие элементы инфраструктуры по селекции и выращиванию новых предпринимателей. Вообще, потребности в получении знаний и навыков в области ведения бизнеса являются довольно острыми, что приводит на этот рынок новых участников и побуждает вырабатывать общие подходы в вопросах методики и практики обучения предпринимательству. И если университеты не воспримут задачу формирования предпринимательских компетенций как одну из важнейших и не будут готовы рассматривать ее как свой шанс покинуть «башню из слоновой кости», то эту социально важную функцию реализует кто-то другой.

К сожалению, в самое последнее время в России в академическом сообществе и в среде институтов развития стали распространяться облегченные, а то и ошибочные, на наш взгляд, представления о связи между обучением предпринимательству

Обучение предпринимательству в вузах: чего нельзя делать ни в коем случае

и развитием предпринимательской активности населения, а также о том, как и в каких форматах следует учить предпринимательству в вузах. Овладение предпринимательскими компетенциями повышает шансы на создание успешного бизнеса и на его устойчивость. Но на основании этого справедливого тезиса неверно было бы заключить, что, вкладывая средства государства в поддержку курсов и программ обучения предпринимательству, можно ожидать быстрой отдачи в виде повышения доли населения, включившегося в создание собственных бизнесов. Да, участие в программах обучения предпринимательству положительно коррелирует с общей предпринимательской активностью и экономическим эффектом от создаваемых фирм [Cruz et al., 2009; Fayolle, Gailly, Lassas-Clerc, 2006; Henry, Hill, Leitch, 2005a; 2005b; Martin, McNally, Kay, 2013; Oosterbeek, van Praag M., Ijsselstein, 2010; Weaver, Dickson, Solomon, 2006]. Российские исследователи на данных по студентам из 28 стран приходят к выводу, что «обучение предпринимательству в университете положительно связано с предпринимательскими намерениями студентов на статистически значимом уровне» [Беляева, Ласковая, Широкова, 2016. С. 77]. Однако между предпринимательскими намерениями и их реализацией, а тем более устойчиво положительным экономическим результатом обычно проходит достаточно много времени. К тому же даже при развитой системе предпринимательского образования его получает все же лишь часть потенциальных предпринимателей. Поэтому странно было бы ожидать от такого рода образовательных программ зримых и быстрых результатов.

Может быть, все дело в том, что короткие модули, которые студенты посещают наряду с основной образовательной программой, не так эффективны, как сугубо предпринимательская подготовка? Попытка внедрить так называемый предпринимательский бакалавриат, т. е. обучать предпринимательству с выдачей соответствующего образовательного свидетельства, представляется нам серьезным заблуждением. Такая практика, разумеется, есть и за рубежом, но если внимательно ознакомиться со списком предлагающих такую подготовку вузов, легко увидеть, что это либо вузы, которые сочетают ее с обучением определенному виду деятельности (торговле, дизайну, технологии пищевой промышленности и т. п.), т. е. готовят технологов с предпринимательскими компетенциями, либо университеты второго ряда. Почему же нет бакалавриата по предпринимательству в Принстоне, Гарварде или MIT? В западных университетах уже накоплен определенный опыт внедрения бакалавриатов по предпринимательству, и он в основном негативный. Но прежде всего здесь существует понимание, что предпринимательство в строгом смысле слова — не профессия, а деятельность, являющаяся в такой же мере ремеслом, как и искусством.

Оно ближе к так называемым свободным профессиям, в которых по-прежнему, несмотря на появление соответствующих образовательных учреждений и программ, талант и призвание значат не меньше, чем набор знаний и навыков.

Поэтому, в частности, странной представляется инициатива некоторых ассоциаций бизнес-образования по продвижению идеи профессионального стандарта предпринимателя. Очевидно, сторонники такого нововведения считают, что таким образом легче будет обосновать введение направления обучения «предпринимательство»: раз есть профессиональный стандарт — значит, найдутся и работодатели, которые будут оценивать стандарт образовательный. Однако на самом деле мы имеем дело с «непониманием в квадрате»: во-первых, профессиональные стандарты вводятся, чтобы создать понятные квалификационные рамки для представителей массовых, в основном рутинных, профессий, каковой предпринимательство не является, во-вторых, в основном для наемных работников в государственном секторе. Предпринимательство едва ли можно отнести к числу «ремесленных» видов деятельности, осуществляемых по найму, никакое соблюдение «профстандарта» не позволит предпринимателю генерировать инновационную ренту, скорее, следование стандарту (в любом смысле!) убьет инновационный характер его деятельности на корню. Соответствие требованиям профстандарта не скажет ни банку, ни иным субъектам финансового рынка, можно ли предоставить такому «стандартному предпринимателю» кредит на развитие бизнеса.

Что же касается предпринимательского бакалавриата, то есть целый ряд организационных, методических и, если угодно, технологических причин, по которым такой образовательный продукт нельзя считать безусловно полезным для формирования будущих предпринимателей. Прежде всего, часто его формируют на базе бизнес-школ, где готовят менеджеров уже сложившегося крупного корпоративного бизнеса, которым нужны иные навыки и компетенции, нежели потенциальным предпринимателям. Далее, для подготовки предпринимателей вузу нужны не столько академики, сколько практики, но с дидактическими знаниями и определенным педагогическим мастерством, а таких в университетах обычно бывает очень немного. В результате студенты получают плохие или хорошие оценки в зависимости от того, правильно ли отформатировано их эссе и верно ли посчитана задача, а не от того, проявляют ли они предпринимательскую креативность и настойчивость в решении задач. Студентами бакалавриата по преимуществу становятся вчерашние школьники, большинство из них знакомы только с образовательной средой — ничего удивительного, что подавляющее большинство бакалаврских проектов замыкается на потребности университетского кампуса, носит «игрушечный» характер и редко может

быть тиражировано в реальной экономике. И наконец, пожалуй, самое главное: даже если их проекты действительно интересны и могут быть быстро трансформированы в понятный инвестору бизнес-проект, это произойдет далеко не сразу и, скорее всего, уже за пределами обучения.

Поэтому, в частности, вызывает искреннее недоумение идея российского премьер-министра, который предложил защищать стартап вместо дипломной работы². Хотя такой опыт уже апробируют некоторые российские технические университеты, следует понимать: если студенческая команда к выпуску готова защищать свой стартап как выпускную квалификационную работу, то это в реальности означает, что они прекратили основную учебную деятельность, т. е. освоение навыков и компетенций в выбранной ранее профессии, не менее чем за год до завершения обучения. Далее, что такое защита стартапа? Экспертная оценка его реализуемости? Но что это будут за эксперты — профессора или бизнес-ангелы? Первые часто некомпетентны оценивать бизнес-компоненту стартапа, а вторых в России все еще очень мало. Да и они часто ошибаются, потому-то и берут в разработку сразу несколько проектов, чтобы хоть один из них «выстрелил». Боюсь, все, как водится, закончится «потешными полками»: студенты будут представлять «демо-версии», а профессора в области техники и технологии — оценивать их с точки зрения техники и технологии бизнеса... Ведущие зарубежные университеты, существующие в плотной предпринимательской среде, создают для студентов такие опции, в которых обучение предпринимательству не сводится к написанию бизнес-планов под копирку. Джорджтаунский университет, Университет Майами, Стэнфорд, Университет Техаса в Остине, Университет Аризоны в Туссоне и многие другие имеют прекрасные инициативы по формированию предпринимательской когорты среди студентов вне аудиторий, будь то летние интенсивные курсы на базе бизнес-инкубаторов, соревнования бизнес-планов, хакатоны. Не отстают от американских и некоторые европейские университеты — Твенте в Нидерландах или Технический университет Мюнхена в Германии.

Сказанное не означает, что предпринимательству нельзя учить в университете, напротив, современный университет не может не иметь тех или иных модулей обучения студентов навыкам предпринимательства.

**Предпринимательство
в университетах
третьего
поколения**

В дискуссии последних 10–15 лет об изменениях, происходящих в институциональном поле высшего образования, довольно зна-

² <http://government.ru/orders/selection/401/27989/>

чимое место занимает обсуждение концепции предпринимательского университета и ее практических следствий для университетов [Clark, 1998; Etzkowitz et al., 2000; Philpott et al., 2011; Urbano, Guerrero, 2013]. Университет третьего поколения, или предпринимательский университет, характеризуется как зримыми проявлениями нового качества — диверсификацией источников дохода, развитием гибкой периферии через структуры коммерциализации интеллектуального капитала, — так и появлением некоторых «незримых» характеристик: общеуниверситетской предпринимательской культуры, распространением в университетском сообществе предпринимательских убеждений и ценностей.

Такой университет — это агент инноваций и важнейший источник формирования региональной экосистемы предпринимательства [Charles, 2003; Mowery, Sampat, 2005]. Взаимодействие предпринимательского университета и его регионального бизнес-окружения строится на основе возмездности и перекрестного участия в проектах. Он становится основным институтом, обеспечивающим взаимодействие академического и экономического миров через такие структуры, как научно-технологические парки, центры передачи технологии, инкубаторы для начинающих молодых предпринимателей и т. п. [Bercovitz, Feldman, 2006; Decter, Bennett, Leseure, 2007].

Кроме того, предпринимательский университет начинает играть новую роль в воспроизводстве предпринимательского слоя. Наряду с узко специализированным на удовлетворении образовательных потребностей людей с опытом предпринимательской и управленческой деятельности бизнес-образованием, которое предлагают бизнес-школы [Katz, 2003; Kuratko, 2004], все более заметным элементом обучения предпринимательству становятся разнообразные курсы и модули, ориентированные на более молодую и менее искушенную в бизнесе аудиторию, т. е. собственно на студентов.

Поддерживая стартапы, т. е. начинающих предпринимателей из числа студентов и молодых преподавателей, университет действует в интересах региональной и национальной экономик, которые только выиграют, если в стране появится больше новых, основанных на современных технологиях компаний, он удовлетворяет потребности потенциальных предпринимателей из числа студентов и получает конкурентные преимущества на образовательном рынке, добавив к своей традиционной линейке дополнительные образовательные продукты.

Таким образом, миссия предпринимательского университета — дать знания в области предпринимательства, развить у студентов — потенциальных агентов так называемого предпринимательства в кампусе — предпринимательские способности и повысить их шансы на успешный бизнес-старт. Ниже мы

представим одну из возможных моделей такого обучения, которая может быть востребована ведущими российскими университетами. Она созвучна, в частности, опыту таких лидеров в поддержке инновационного предпринимательства, как MIT, Колумбийский университет, Университет Северной Каролины, где с этой целью внедрены майноры (*minors*) по предпринимательству, т. е. структурированные наборы образовательных модулей, которые студенты разных направлений обучения могут выбрать параллельно со своей основной (*major*) специальностью.

Майнор по предпринимательству как модель факультативного обучения в университете

Зачастую модуль предпринимательского образования в вузах реализуется в виде короткого курса, на котором студентов учат правильно выбирать организационно-правовую форму для будущего бизнеса, писать грамотные бизнес-планы и вести учет доходов и расходов. Полагаю, что такого рода обучение предпринимательству для студентов ведущих университетов едва ли целесообразно по следующим причинам. Во-первых, оно отвечает запросам совсем другой аудитории — потенциальных самозанятых, а также индивидуальных предпринимателей и отчасти владельцев микрофирм, которые обладают некоторыми профессиональными навыками, но хотели бы создать небольшое собственное дело, главным образом в сфере торговли или услуг населению. Во-вторых, такого рода обучение оставляет в стороне самые, пожалуй, важные для потенциального инновационного предпринимателя вопросы:

- общее благоприятное отношение к предпринимательству как форме экономической самостоятельности [Peterman, Kennedy, 2003];
- понимание фундаментального отличия предпринимательской (эффектуальной) логики действия от логики действия непредпринимателей — наемных работников, включая работников высшей школы [Sarasvathy, 2001], умение гибко менять алгоритм своих действий в зависимости от наличных ресурсов и ограничений [Gibb, 2002];
- умение принимать решения в условиях неопределенности;
- навыки формирования команд;
- навыки успешного ведения переговоров;
- умение правильно переживать неизбежные временные неудачи и падения [Shepherd, 2004];
- умение вести маркетинг продуктов и услуг, которых еще нет на рынке и т. д.

Модуль предпринимательского образования должен быть адекватен как запросам студентов, так и уровню развития пред-

принимательского образования в ведущих зарубежных университетах, где оно является одним из драйверов экономики, основанной на знаниях, и предпринимательских инноваций. Для этого он должен:

- обеспечивать формирование, закрепление и развитие заложенных от природы базовых предпринимательских компетенций;
- быть встроенным в систему инновационной инфраструктуры университета, обеспечивающей трансфер и коммерциализацию технологий;
- быть доступным студентам разных образовательных программ и способствовать их «перемешиванию» и формированию предпринимательских команд;
- набирать контингент исходя из собственных предпочтений студентов: далеко не все хотели бы стать предпринимателями, поэтому обязательность здесь может быть контрпродуктивна;
- обеспечивать не только свободный вход для участников, но и оценку их достижений на началах соревновательности.

Наилучшим образом таким требованиям отвечает многоступенчатый факультатив по предпринимательству (майнор), позволяющий выполнить важнейшую функцию предпринимательского университета — функцию формирования «интеллектуальных предпринимателей», которые, где бы они впоследствии ни работали, способны творчески подходить к задачам, готовы к проектной деятельности, в том числе в условиях неопределенности, нацелены на инновации. Целью такого майнора является не только содействие реализации предпринимательских потенциалов в узком смысле слова, но и наращивание способностей к креативной деятельности, восприимчивости к новому, способности к нестандартным решениям, которые могут быть востребованы и за пределами собственно предпринимательской карьеры. Факультатив по предпринимательству должен способствовать выработке компетенций инновационного поведения в любой сфере приложения сил выпускников университета.

Важнейшие задачи факультатива — способствовать приращению человеческого и социального капитала потенциальных предпринимателей (вложения в людей), а также формированию бизнес-проектов и предпринимательских команд (вложения в идеи). Вложение в людей — задача в основном двух первых уровней факультатива, вложения в идеи — преимущественно третьего уровня факультатива.

Кроме того, факультатив должен дать некоторые полезные инструментальные навыки управления бизнесом: они необходимы слушателям, уже создавшим свой бизнес или участвующим

щим в управлении действующим бизнесом, и очень скоро могут потребоваться остальным, поскольку быстро растущие стартапы столь же быстро сталкиваются со стандартными проблемами управления бизнесом.

Наконец, методическая и дидактическая задача майнора состоит в отработке и закреплении новых методов передачи знания (табл. 1), которые активно формируются именно в рамках курсов, направленных на развитие предпринимательских навыков у студентов (и преподавателей), и затем могут быть перенесены в традиционное поле учебно-педагогической деятельности, способствуя накоплению педагогических компетенций для становления предпринимательского университета нового поколения.

При формировании содержания данного факультатива следует исходить из того, что предпринимательство не является такой же «дисциплиной», как подавляющее большинство прочих изучаемых студентами учебных дисциплин. Сделать человека предпринимателем в результате курса обучения невозможно. Но можно сформировать или закрепить у него некоторые ключевые предпринимательские компетенции.

Наиболее полный ответ на вопрос о возможностях и границах обучения предпринимательству в рамках компетентностного подхода дан Б. Йоханниссоном, который выделил пять ключевых компетенций предпринимателя (табл. 2).

Компетенция «знать зачем» предполагает наличие определенных черт личности, а также специфического, способствующего развитию предпринимательских склонностей и задатков окружения — семейного (наличие хотя бы одного члена семьи, имеющего опыт предпринимательской деятельности) и общественного (высокий престиж предпринимательства в обществе и т. д.). Компетенция «знать как» означает наличие специфических профессиональных, т. е. предпринимательских, знаний и навыков. В эмпирических исследованиях установлена значимая связь между устойчивостью таких навыков и профессиональным происхождением предпринимателя. Для того чтобы обеспечить формирование этой компетенции у студентов, не обладающих пока такими знаниями и опытом, следует предусмотреть обязательную производственную практику, поощрять написание практико-ориентированных выпускных квалификационных и курсовых работ, формирование партнерств «фирма — студенты», например в форме студенческого консалтинга. Однако вопрос, в какой мере эти практические занятия могут заменить систематический практический предпринимательский опыт, остается открытым.

Компетенция «знать кто» подразумевает наличие способностей устанавливать и поддерживать социальные и профессиональные сетевые контакты. Разумеется, формированию таких способностей должна благоприятствовать окружающая соци-

Таблица 1. Методы передачи знаний в классическом университете и в университете третьего поколения («предпринимательский университет»)

Традиционная модель	Предпринимательская модель
Концентрация на содержании	Концентрация на процессе
Преподаватель как эксперт	Студенты как первооткрыватели
Преподаватель в центре процесса	Студенты в центре процесса
Обучение через слушание	Обучение через действие
Учеба по книгам	Учеба в процессе общения и обмена мнениями
Жестко структурированное окружение	Гибкое окружение
Предзаданные цели обучения	Цели обучения выкристаллизовываются в процессе обучения
Боязнь ошибок	Ошибки как инструмент обучения
Теоретический и функциональный подход	Прикладной и междисциплинарный подход
Ориентация на оценку	Ориентация на решение проблемы

Источник: [Gibb, 1996].

Таблица 2. Предпринимательские качества личности и общественный контекст

Компетенция	Личность	Общественный контекст
Знать зачем	Готовность к самоотдаче, риску, выдержка, вера в себя	Стимулирующий к предпринимательству, имеются менторы и ролевые модели
Знать как	Профессиональные знания и умения	Структуры профессионального образования и обучения
Знать кто	Навык сетевого общения	Наличие хозяйственных и социальных сетей
Знать когда	Навыки и интуиция	Наличие предпринимательских традиций
Знать что	Общие знания, технологические знания	Профессиональная и общественная жизнь, информационные сети

Источник: [Johannisson, 1991].

альная среда, в рамках которой благодаря проведению различных внеаудиторных семинаров, брифингов, ярмарок вакансий студенты получают возможность такие контакты устанавливать и развивать. Однако реализация этой возможности зависит в огромной степени от личных качеств студента и его коммуника-

тивных способностей. Таким образом, и в этом отношении будущий предприниматель оказывается «ограниченно воспитуемым». Компетенция «знать когда» может быть сформирована благодаря образованию в университете: речь идет о личном и профессиональном опыте, а также об интуиции, которая должна подсказывать, когда складывается ситуация, благоприятствующая предпринимательскому старту, а в какой ситуации, напротив, лучше выждать. Экономическое и управленческое образование лучше других направлений подготовки дает возможность определить подходящий момент для предпринимательского старта, но интуицию едва ли можно тренировать. Ознакомление с отчетами об опыте третьих лиц, кейсы и производственная практика могут служить важными элементами сбора информации и выработки собственного решения. Компетенция «знать что» означает понимание особенностей технологии того вида деятельности, который станет основой будущего бизнеса. Здесь важен личный опыт, включая полученное образование, но также и семейные традиции, сформированные общественным окружением навыки. Потенциальный предприниматель должен понимать проблемы и ограничения своего будущего проекта, но также и пути решения этих проблем, в том числе существующие механизмы профессиональной поддержки (консалтинг и т. д.). В принципе, эти компетенции могут быть сформированы и усилены благодаря предлагаемым в рамках майнора элементам: мастер-классы, консультирование, тренинги и проч.

Из пяти основных компетенций три в основном могут быть сформированы в процессе получения высшего образования, тогда как две — «знать зачем» и «знать кто» — являются в значительной мере врожденными, но могут быть до некоторой степени усилены благодаря специальным программам и методикам обучения, ориентированным не на усвоение готового знания, а на выработку умения решать проблемы.

Критически важно наличие в университете соответствующей инфраструктуры (важнейшими ее элементами являются бизнес-инкубаторы и технопарки), которая выступает в роли «шлюза» между классической университетской средой и региональной экосистемой предпринимательства.

Сказанным определяются подходы к формированию содержания и ожидаемых результатов преподавания факультатива по предпринимательству.

Структура и содержание факультатива

Предлагаемая ниже модель общеуниверситетского факультатива (майнора) по предпринимательству была апробирована в НИУ ВШЭ в 2011–2013 гг., но свернута ввиду внешних обстоятельств еще до того, как стало возможным анализировать успехи и неудачи. Представляем его концепцию на обсуждение потенциально заинтересованным университетам.

Майнор по предпринимательству (допустим, в объеме 27 кредитных единиц) может включать курсы трех типов, реализуемые последовательно на протяжении трех лет обучения студентов бакалавриата (со 2-го по 4-й курс):

- 1) курсы для того чтобы «знать зачем». Необходимо дать слушателям общие знания о предпринимательстве как специфической форме хозяйственной деятельности и социальной активности, о факторах, условиях и предпосылках реализации инновационной функции предпринимательства, о типах и видах предпринимательства, внешних условиях и ограничениях развития предпринимательства, а также об особенностях наиболее массовой формы предпринимательской деятельности в России (4 кредита);
- 2) курсы для того чтобы «знать как». Слушатели должны получить знания и навыки для подготовки к предпринимательскому старту: правовую информацию, сведения об основных источниках внешнего финансирования и государственных программах поддержки, навыки проектного подхода в составлении бизнес-плана (8 кредитов);
- 3) курсы для того чтобы «знать что». Здесь должны использоваться формы, дающие возможность для вызревания бизнес-плана будущего стартапа: мастер-классы и консультации по созданию собственного проекта на базе существующей в НИУ ВШЭ инфраструктуры либо на аффилированных площадках (15 кредитов).

В рамках 1-го уровня должен быть создан вводный учебный курс, например «Теория предпринимательства», «Экономика фирмы», «Малое предпринимательство». Курс может читаться в привычной форме: лекции + практические занятия (анализ кейсов, работа с данными специальных исследований по предпринимательству, дискуссии). Занятия могут вести научно-педагогические работники университета, сотрудники его профильных исследовательских подразделений, привлеченные эксперты. Задача этого уровня — усилить у студентов мотивацию к инновационной деятельности.

В рамках 2-го уровня должно происходить формирование ряда компетенций, а также «мягких» навыков (лидерство, вхождение в социальные сети, искусство коммуникаций, тайм-менеджмент), необходимых предпринимателю. Данный уровень должен включать два типа курсов для студентов с разной базовой подготовкой, помогающих им компенсировать либо отсутствие знаний в области менеджмента организаций (преимущественно юристы, студенты социально-гуманитарных факультетов), либо отсутствие знаний в области хозяйственного права (студенты факультетов экономико-менеджеральной группы). Целесообразно

встроить в данный модуль семинары и прочие формы работы бизнес-инкубатора и других подразделений инновационной инфраструктуры. В рамках 2-го уровня обеспечивается также сочетание курсов, ориентированных преимущественно на потенциальных организаторов стартапов, и курсов, полезных в первую очередь будущим руководителям уже действующего бизнеса.

Функция преподавателя в рамках 2-го уровня существенно иная, он скорее модератор, чем классический преподаватель. На этом этапе у части студентов на основе сформированного интереса к предпринимательству и полученных инструментальных знаний и навыков возникает осознанное желание основать собственное дело. Помощь в постепенном формировании стартапа — задача 3-го уровня факультатива.

В рамках 3-го уровня в ходе работы семинара на базе бизнес-инкубатора должны реализовываться практические проекты по доводке ранее защищенных бизнес-планов, выработке навыков командообразования, а также должен работать форум бизнес-ангелов и иных потенциальных инвесторов с презентацией проектов. На данном уровне участие в факультативе должно помочь сконструировать бизнес-проект и выработать бизнес-модель в производстве, сервисе или НКО (социальное предпринимательство) на базе университетского или городского бизнес-инкубатора с привлечением специалистов в области управления проектами, инновационного менеджмента и действующих предпринимателей и бизнес-ангелов.

Конечно, структура такого майнора в разных университетах может выглядеть по-разному, в качестве примера приведем структуру майнора по инновационному предпринимательству, разработанную нами некоторое время тому назад для НИУ ВШЭ (табл. 3).

В модели жизненного цикла инновационного предпринимательства зона действия факультатива — это «посевная» стадия, т. е. до начала собственно стартапа.

Целевая аудитория факультатива: не только стартаперы

Основная аудитория факультатива — студенты младших курсов бакалавриата. Именно на этом этапе обычно формируется первая сравнительно массовая волна стихийного студенческого предпринимательства. Студенты бакалавриата, проявляющие интерес к предпринимательству или склонности к созданию собственного дела, могут быть отобраны на основе входного собеседования или стандартной анкеты, позволяющей выяснить мотивацию и степень погруженности в реальное создание бизнеса. В основном это «предпринимательство в кампусе», а не коммерциализация идей и технологий, сформировавшихся на основе ноу-хау, принадлежащих университету. Последнее более характерно для аспирантов и молодых преподавателей. Методы и подходы к формированию предприни-

Таблица 3. Возможная структура университетского майнора по предпринимательству

Содержание обучения		Форма рубежного/итогового контроля
1-й уровень (4 кредита), 2-й семестр 1-го учебного года		
	Предпринимательство как социально-экономический феномен (28 аудиторных часов, общее количество часов — 80) Малый и средний бизнес в России (28 аудиторных часов, общее количество часов — 80)	Защита мини-группового кейса или исследовательского проекта
2-й уровень (8 кредитов), 1–3-й модули 2-го учебного года		
1-й модуль	Основы управления стартапом (2 кредита — для всех участников) или Основы финансового управления стартапом (2 кредита — для всех участников), или Основы бизнеса в сфере ИТ	Проект бизнес-плана
2-й модуль	Основы предпринимательского права (2 кредита — для студентов экономико-менеджеральной группы факультетов), Проектирование инноваций (2 кредита — для студентов социально-гуманитарной группы факультетов) Маркетинг взаимодействия и партнерских отношений (2 кредита — для студентов социально-гуманитарной группы факультетов)	
3-й модуль	Бизнес модели социальных предприятий (2 кредита — для студентов любых факультетов) Лидерство и построение команды в бизнесе (2 кредита — для студентов экономико-менеджеральной группы факультетов) Проектное финансирование (2 кредита — для студентов социально-гуманитарной группы факультетов)	
3-й уровень (15 кредитов), 1–3-й модули 3-го учебного года		
1-й модуль	Семинар по доводке бизнес-планов (бизнес-инкубатор) Семинар «Управление проектом по разработке названия продукта/услуги/компании» Анализ рынка, продвижение и продажи — Брендинг для стартапов (4 кредита)	Запуск стартапа
2-й модуль	Семинар по командообразованию Бизнес-модели масштабируемого бизнеса Развитие навыков публичных выступлений и эффективных презентаций Искусство ведения переговоров, (4 кредита)	
Бизнес-инкубатор	Основы патентного права Индивидуальные консультации по оформлению бизнес-плана Презентации перед частными инвесторами и посевными фондами	

матерских компетенций в этих группах могут довольно сильно различаться.

Целевая аудитория такого общеуниверситетского майнора будет сегментированной:

- студенты, заинтересованные в более полном и систематическом понимании предпринимательства как социально-экономического явления и практики, а также как предмета интенсивных междисциплинарных исследований (будущие ученые);
- студенты, ориентированные на создание стартапа инновационного типа;
- студенты, ориентированные на создание малого бизнеса, не связанного с генерированием инноваций;
- студенты, заинтересованные в получении знаний и инструментальных навыков по управлению уже действующим бизнесом, в том числе семейным (будущие менеджеры).

Удовлетворение запросов разных групп студентов обеспечивается возможностью выбора курсов (особенно на 2-м и 3-м уровне факультатива) исходя из специфических интересов и уже имеющихся у студентов знаний и навыков; включения с любого уровня (студенты, уже находящиеся на стадии стартапа, могут выбрать курсы факультатива сразу на 3-м уровне); комбинирования данного факультатива с другими курсами.

Структура базового учебного плана факультатива по предпринимательству определяется как возможностями университета и плотностью его взаимодействия с предпринимательской экосистемой, так и потребностями потенциальных слушателей и региональной экономики. Поэтому рекомендуется перед его формированием создать портрет потенциального слушателя.

Важно правильно выстроить формы рубежного контроля. Для 1-го уровня это может быть зачет по итогам каждого курса в формате коллоквиума или конференции; для 2-го — проект бизнес-плана. Успешно защищенные перед комиссией из профессиональных инвесторов, ведущих преподавателей и практикующих предпринимателей проекты приводят к формированию пакета предложений для внешних инвесторов, 3–5 наиболее успешных проектов могут быть поддержаны грантом университета или партнерского целевого эндаумента. Итог 3-го уровня — это в идеале реализация запуска (история успеха или кейс с описанием ошибок и узких мест в случае неудачи).

Место майнора в рабочих учебных планах определяется его статусом как общеуниверситетского факультатива —

с перспективой превращения в электив после двух лет апробации³. Реализуется модель последовательно-параллельного обучения. Однако наличие форм рубежного контроля позволяет записываться на курс студентам любого года обучения, причем как с 1-го, так и со 2-го уровня. Прохождение на 3-й уровень, минуя 2-й уровень, возможно в виде исключения — по рекомендации бизнес-инкубатора университета. Возможен и вариант с параллельным запуском 1-й и 3-й ступеней (при наличии учебной программы, ориентированной на поддержку конкретных резидентов и сложившейся в бизнес-инкубаторе).

Во-первых, следует определить форму академического признания результатов. По итогам обучения может, например, делаться запись в приложении к диплому, отражающая объем подготовки (только 1-й, или 1-й и 2-й, или все три уровня).

Во-вторых, очень важно привлечь квалифицированных и харизматичных преподавателей, в том числе приглашенных практиков, которые могут выполнять разные роли — бизнес-тренера, бизнес-консультанта или ментора. Бизнес-тренеры организуют регулярные занятия: в интерактивном режиме, в формате практикума, проектной работы и т. п. Бизнес-консультанты выступают как привлекаемые извне эксперты, с которыми отдельные студенты или бизнес-команды могут обсудить конкретные вопросы по выбору организационно-правовой формы и оптимального налогового режима, по защите своих ноу-хау и т. д. Менторы реализуют последовательно проектный подход, беря какую-либо команду на «посевной» стадии и обеспечивая ее наставнической помощью вплоть до привлечения внешних соинвесторов.

Поскольку факультатив носит отчетливо междисциплинарный характер, в качестве «сборочной площадки» и органа управления должна выступить какая-то общеуниверситетская единица. Это может быть бизнес-инкубатор, или базовая кафедра какой-либо сотрудничающей с университетом компании, или региональное бизнес-объединение. Наиболее естественными партнерами такого майнора среди действующих учебных подразделений могут быть факультеты или кафедры менеджмента.

Организационно-методическое обеспечение обучения предпринимательству в формате майнора

³ Указанные в рабочем учебном плане кредитные единицы могут присваиваться соответствующим курсам после того, как факультатив приобретает статус общеуниверситетского электива. Предполагаемое число кредитных единиц в принципе вполне позволяет студенту любого факультета и специализации включить данный факультатив в состав своего индивидуального учебного плана без ущерба для основной подготовки по избранному направлению.

Для обеспечения первичной правовой экспертизы бизнес-планов студентов, обучающихся в рамках такого майнора, целесообразно обсудить с юридическим факультетом возможность привлечения старших студентов и аспирантов в качестве консультантов.

Необходимо также выстроить систему мониторинга результативности факультатива. Решающее значение для понимания результативности имеет формулировка на уровне руководства университета целевой функции (чего хотим — максимизации экономической полезности для университета или максимизации социальной функции в виде повышения человеческого и социального капитала будущих выпускников в интересах общества и государства?), но важно, разумеется, и субъективное оценивание студентами степени полезности участия в таком факультативе. К решению этих задач могут быть привлечены специалисты факультетов или кафедр социологии и психологии университета.

Ограничения на создание майнора по предпринимательству и выгоды для университета от такого майнора

Первым серьезным ограничением выступает состояние российской экономики и место в ней экосистемы предпринимательства. В ситуации, когда бизнес связан с серьезными некоммерческими рисками, а перспективы изменения делового климата неясны, инновационное предпринимательство становится уделом сравнительно немногих отчаянных голов, за которые ведут соревнования главным образом международные бизнес-ангельские и венчурные структуры. Иначе говоря, майнор по предпринимательству рискует превратиться в «иностранного агента» в смысле подготовки предпринимательских кадров для развитых зарубежных экономик. Наивысшие шансы на успех, если понимать его как запуск инновационных предпринимательских стартапов, такой майнор имеет в столичных городах и немногих регионах со сформировавшейся экосистемой предпринимательства.

Второе ограничение — отсутствующая на уровне как Федерации в целом, так и ее субъектов эффективная связка инновационной, образовательной политики и политики в области содействия предпринимательству и малому бизнесу. Между тем, когда соответствующие институты работают слаженно, передавая обучившегося студента-«посевника» площадкам, поддерживающим стартапы, и далее, обучение предпринимательству становится одним из социальных лифтов. Как правило, университеты недостаточно мощны и влиятельны, чтобы выступить в роли коммуникатора и интегратора. Следовательно, для успешного запуска «фабрики по подготовке инновационных предпринимателей» в рамках ведущего университета нужна серьезная заинтересованная поддержка со стороны сильных представителей региональных властных и бизнес-элит.

Третье ограничение — отсутствие у многих российских университетов, даже ведущих, тесных связей с успешными зарубежными предпринимательскими университетами, опыта и возможностей пригласить раскрученных бизнес-тренеров оттуда для повышения заинтересованности студентов и привлечения внимания региональной общественности. Тут могут помочь налаженные связи с выпускниками университета, ставшими предпринимателями или деятелями региональных администраций.

Четвертое ограничение — отсутствие задела фундаментальных и прикладных исследований, допускающих коммерциализацию. Без них поддержка предпринимательства неизбежно будет выражаться в содействии бизнес-проектам, мало связанным с накопленными в университете компетенциями и по сути эксплуатирующим уже хорошо представленные на рынке продукты и услуги. Ошибкой было бы считать, что такого рода заделы могут существовать только у университетов с сильными инженерными факультетами. Ведь, например, развитие современных финансовых технологий — результат действия команд, в которых специалисты с финансово-экономическим образованием (одно из наиболее массовых направлений, представленное практически во всех крупных российских вузах) смогли при участии партнеров с хорошими навыками в области компьютерных наук создать новую отрасль финансовых услуг. Поэтому и сильные социально-экономические университеты, и университеты сервиса вполне могут стать пусковой площадкой для подобного майнора.

Пятое ограничение — неприятие, отторжение сложившейся корпоративной культурой университета предпринимательства как чего-то «несерьезного», «сомнительного», в отличие от «истинной» науки. Это ограничение нельзя недооценивать: если академическое сообщество университета не разделяет идею укоренения предпринимательства в вузе, это почувствуют как студенты, так и та часть сообщества, которая будет активно вовлечена в создание предпринимательского образовательного модуля. Это ограничение должно и может преодолеваться прежде всего за счет постоянного и терпеливого диалога, объяснения консервативной части университетского сообщества глобальных трендов в университетском образовании и возникающих при этом угроз и альтернатив, а также путем публичной поддержки руководством развития предпринимательского образования как стратегического выбора вуза.

Что может побудить университеты создавать подобные образовательные кластеры и в чем может быть их долговременный выигрыш? Во-первых, такие образовательные инициативы не могут не привлечь внимания отечественных бизнес-ангелов и венчурных капиталистов, которые часто утверждают, что в стра-

не дефицит как интересных проектов для финансирования, так и площадок, на которых их можно искать. Взаимодействие с этой частью бизнес-сообщества достаточно ново и непривычно для российских вузов, но только на его основе может формироваться взаимное доверие, необходимое для планирования и осуществления дальнейших шагов — от соинвестирования в подготовку кадров и создание центров прототипирования на базе университетов до запуска частных технопарков в формате сотрудничества университета и бизнеса. Во-вторых, под влиянием такого образовательного проекта инновационные методические практики неизбежно начнут перетекать и в основные образовательные программы, повышая их привлекательность для студентов. В-третьих, на базе команды бизнес-тренеров, которых будет рекрутировать майнор, в перспективе можно формировать и другие образовательные продукты, которые можно будет реализовывать на платной основе. В-четвертых, взаимодействие с различными субъектами региональной экономики и политики позволит университету укрепить взаимное доверие, начав на этой основе реализацию и иных проектов с участием бизнеса и власти, например программ переподготовки и повышения квалификации высококвалифицированных кадров для промышленности и государственного управления. В-пятых, появление у университета выпускников, ставших успешными предпринимателями не вопреки, а благодаря обучению в вузе, поможет ему в долгосрочной перспективе сформировать пул лояльных и вовлеченных предпринимателей, которые готовы будут поддерживать реализацию различных проектов, например формирование эндаумент-фонда, привлечение спонсорских средств на развитие альма-матер. В-шестых, университет, создающий возможности для самореализации студентов в предпринимательстве, становится более притягательным для талантливых и активных абитуриентов.

Предпринимательское образование — обязательный элемент университета третьего поколения. Оно должно позволить студенту любого направления подготовки «достроить» свою образовательную траекторию исходя из собственного профессионального и карьерного выбора. Даже тем студентам, которые в итоге не станут предпринимателями, участие в таком факультативе позволит ощутить различие между обычной (каузальной) и предпринимательской (эффектуальной) логиками поведения, понять важность социальной микросреды, провести самопроверку на наличие предпринимательских склонностей и способностей.

Перед запуском майнора руководство университета должно определиться, для чего оно хочет создать модуль предпринимательской подготовки в своем вузе и как оно будет преодолевать различного рода ограничения и привлекать ресурсы,

необходимые для превращения предпринимательского образования в вузе в драйвер роста и развития. И это — самая большая проблема при запуске современного предпринимательского образования даже в ведущих российских университетах.

Литература

1. Беляева Т. В., Ласковая А. К., Широкова Г. В. (2016) Обучение предпринимательству и формирование предпринимательских намерений студентов: роль национальной культуры // Российский журнал менеджмента. № 1. С. 59–86.
2. Рубин Ю. Б. (2014) Компетентностный подход в обучении российской молодежи предпринимательству: сб. докладов Международной конференции «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». М.: Синергия. С. 5–14.
3. Широкова Г. В. (2012) Обучение предпринимательству в России: факторы развития предпринимательского духа студентов // Бизнес-образование. № 1. С. 35–40.
4. Широкова Г. В., Цуканова Т. В., Богатырева К. А. (2015) Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской самоэффективности // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. № 3. С. 171–207. DOI: 10.17323/1814-9545-2015-3-171-207.
5. Audretsch D. B., Thurik A. R. (2000) Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy // Journal of Evolutionary Economics. Vol. 10. No 1–2. P. 17–34.
6. Bercovitz J., Feldman M. P. (2006) Entrepreneurial Universities and Technology Transfer: A Conceptual Framework for Understanding Knowledge-based Economic Development // Journal of Technology Transfer. Vol. 31. No 1. P. 175–188.
7. Brockhaus R., Hills G., Klandt H., Welsch H. (eds) (2001) Entrepreneurship Education: A Global View. Aldershot, UK: Avebury.
8. Charles D. (2003) Universities and Territorial Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities // Local Economy. Vol. 18. No 1. P. 7–20.
9. Clark B. R. (1998) Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation. New York: Pergamon.
10. Cruz N., Escudero A., Barahone J., Leitao F. (2009) The Effect of Entrepreneurship Education Programmes on Satisfaction with Innovation Behavior and Performance // Journal of European Industrial Training. Vol. 33. No 3. P. 198–214.
11. De Faioite D., Henry C., Johnston K., Van Der Sijde P. (2003) Education and Training for Entrepreneurs: A Consideration of Initiatives in Ireland and The Netherlands // Education + Training. Vol. 45. No 8/9. P. 430–438.
12. Decter M., Bennett D., Leseure M. (2007) University to Business Technology Transfer — UK and USA Comparisons // Technovation. Vol. 27. No 3. P. 145–155.
13. Etzkowitz H., Webster A., Gebhardt C., Cantisano Terra B. R. (2000) The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm // Research Policy. Vol. 29. No 2. P. 313–330.

14. Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. (2006) Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology // *Journal of European Industrial Training*. Vol. 30. No 9. P. 701–720.
15. Fisher J. L., Koch J. V. (2008) *Born, Not Made: The Entrepreneurial Personality*. Santa Barbara, CA: Praeger.
16. Gibb A. (1996) Do We Really Teach (Approach) Small Business in the Way We Should? // H. Klandt, J. Mugler, D. Müller-Böling (eds) *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*. FGF Entrepreneurship Research Monographien. Bd. 6. Köln, Dortmund: Eul-Verlag. P. 3–20.
17. Gibb A. (2002) In Pursuit of a New «Enterprise» and «Entrepreneurship» Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge // *International Journal of Management Reviews*. Vol. 4. No 3. P. 233–269.
18. Henry C., Hill F., Leitch C. (2005a) Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part I // *Education + Training*. Vol. 47. No 2. P. 98–111.
19. Henry C., Hill F., Leitch C. (2005b) Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part II // *Education + Training*. Vol. 47. No 3. P. 158–169.
20. Johannisson B. (1991) University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches // *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 3. No 1. P. 67–82.
21. Katz J. A. (2003) The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education // *Journal of Business Venturing*. Vol. 18. No 2. P. 283–300.
22. Kuratko D. F. (2004) *Entrepreneurship Education in the 21st Century: From Legitimization to Leadership*. A Coleman Foundation White Paper. USASBE National Conference. January 16, 2004.
23. Kuratko D. F. (2005) The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and challenges // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 29. No 5. P. 577–597.
24. Martin B., McNally J. J., Kay M. J. (2013) Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. No 2. P. 211–224.
25. Mowery D., Sampat B. (2005) Universities in National Innovation Systems // J. Fagerberg, D. C. Mowery (eds) *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: OUP. P. 209–239.
26. Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. (2010) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation // *European Economic Review*. Vol. 54. No 3. P. 442–454.
27. Peterman N., Kennedy J. (2003) Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 28. No 2. P. 129–144.
28. Philpott K., Dooley L., O'Reilly C., Lupton G. (2011) The Entrepreneurial University: Examining the Underlying Academic Tensions // *Technovation*. Vol. 31. No 4. P. 161–170.
29. Sarasvathy S. D. (2001) Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency // *Academy of Management Review*. Vol. 26. No 2. P. 243–263.
30. Shane S., Venkataraman S. (2000) The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *Academy of Management Review*. Vol. 25. No 1. P. 217–226.

31. Shane S. (2010) *Born Entrepreneurs, Born Leaders—How Your Genes Affect Your Work Life*. Oxford: Oxford University.
32. Shepherd D. A. (2004) Educating Entrepreneurship Students about Emotion and Learning from Failure // *Academy of Management Learning and Education*. Vol. 3. No 3. P. 274–287.
33. Urbano D., Guerrero M. (2013) Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Context // *Economic Development Quarterly*. Vol. 27. No 1. P. 40–55.
34. Weaver K. M., Dickson P. H., Solomon G. (2006) Entrepreneurship and Education: What Is Known and What Is Not Known about the Links between Education and Entrepreneurial Activity // Ch. Moutray (ed.) *The Small Business Economy: A Report to the President*. SBA Office of Advocacy. Washington. P. 113–156.

How and Why Entrepreneurship Should Be Taught to Students: Polemical Notes

Author **Alexander Chepurenko**

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of the Faculty of Social Sciences, School of Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya St., 101000 Moscow, Russian Federation. E-mail: achepurenko@hse.ru

Abstract In the paper, some social, academic and organizational aspects of entrepreneurship education in Russian universities are analyzed from a polemical perspective. The author argues that some widespread approaches of entrepreneurship education in Russian colleges are either less efficient or do not fit, and delivers a concept and structure of an all-university three-level elective course in innovative entrepreneurship, which could be implemented in some leading universities as a minor in entrepreneurship to support students when developing or enhancing the key entrepreneurial competencies. Major limitations (risks) and opportunities (chances) of universities willing to implement this teaching module are described.

Keywords higher education, entrepreneurship, entrepreneurial universities, entrepreneurial competencies.

- References**
- Audretsch D. B., Thurik A. R. (2000) Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 10, no 1–2, pp. 17–34.
- Belyaeva T., Laskovaya A., Shirokova G. (2016) Obuchenie predprinimatelstvu i formirovanie predprinimatelskikh namereniy studentov: rol natsionalnoy kultury [Teaching Entrepreneurship and Developing Entrepreneurial Intentions in Students: The Role of National Culture]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, no 1, pp. 59–86.
- Bercovitz J., Feldman M. P. (2006) Entrepreneurial Universities and Technology Transfer: A Conceptual Framework for Understanding Knowledge-based Economic Development. *Journal of Technology Transfer*, vol. 31, no 1, pp. 175–188.
- Brockhaus R., Hills G., Klandt H., Welsch H. (eds) (2001) *Entrepreneurship Education: A Global View*. Aldershot, UK: Avebury.
- Charles D. (2003) Universities and Territorial Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities. *Local Economy*, vol. 18, no 1, pp. 7–20.
- Clark B. R. (1998) *Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation*. New York: Pergamon.
- Cruz N., Escudero A., Barahone J., Leitao F. (2009) The Effect of Entrepreneurship Education Programmes on Satisfaction with Innovation Behavior and Performance. *Journal of European Industrial Training*, vol. 33, no 3, pp. 198–214.
- De Faoite D., Henry C., Johnston K., Van Der Sijde P. (2003) Education and Training for Entrepreneurs: A Consideration of Initiatives in Ireland and The Netherlands. *Education + Training*, vol. 45, no 8/9, pp. 430–438.
- Decter M., Bennett D., Leseure M. (2007) University to Business Technology Transfer—UK and USA Comparisons. *Technovation*, vol. 27, no 3, pp. 145–155.
- Etzkowitz H., Webster A., Gebhardt C., Cantisano Terra B. R. (2000) The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm. *Research Policy*, vol. 29, no 2, pp. 313–330.

- Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. (2006) Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, vol. 30, no 9, pp. 701–720.
- Fisher J. L., Koch J. V. (2008) *Born, Not Made: The Entrepreneurial Personality*. Santa Barbara, CA: Praeger.
- Gibb A. (1996) Do We Really Teach (Approach) Small Business in the Way We Should? / H. Klandt, J. Mugler, D. Müller-Böling (eds) *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*. FGF Entrepreneurship Research Monographien. Bd. 6. Köln, Dortmund: Eul-Verlag. P. 3–20.
- Gibb A. (2002) In Pursuit of a New “Enterprise” and “Entrepreneurship” Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, vol. 4, no 3, pp. 233–269.
- Henry C., Hill F., Leitch C. (2005a) Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part I. *Education + Training*, vol. 47, no 2, pp. 98–111.
- Henry C., Hill F., Leitch C. (2005b) Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part II. *Education + Training*, vol. 47, no 3, pp. 158–169.
- Johannisson B. (1991) University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 3, no 1, pp. 67–82.
- Katz J. A. (2003) The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education. *Journal of Business Venturing*, vol. 18, no 2, pp. 283–300.
- Kuratko D. F. (2004) *Entrepreneurship Education in the 21st Century: From Legitimization to Leadership*. A Coleman Foundation White Paper. USASBE National Conference. January 16, 2004.
- Kuratko D. F. (2005) The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, no 5, pp. 577–597.
- Martin B., McNally J.J., Kay M. J. (2013) Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes. *Journal of Business Venturing*, vol. 28, no 2, pp. 211–224.
- Mowery D., Sampat B. (2005) Universities in National Innovation Systems. *The Oxford Handbook of Innovation* (eds J. Fagerberg, D. C. Mowery), Oxford: OUP, pp. 209–239.
- Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. (2010) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, vol. 54, no 3, pp. 442–454.
- Peterman N., Kennedy J. (2003) Enterprise Education: Influencing Students’ Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, no 2, pp. 129–144.
- Philpott K., Dooley L., O’Reilly C., Lupton G. (2011) The Entrepreneurial University: Examining the Underlying Academic Tensions. *Technovation*, vol. 31, no 4, pp. 161–170.
- Rubin Y. (2014) *Kompetentnostny podkhod v obuchenii rossiyskoy molodezhi predprinimatelstvu* [Competency-Based Approach to Teaching Entrepreneurship to Russian Youth]. Paper presented at International Conference on Developing Professional Entrepreneurial Competencies in Youth When Teaching Entrepreneurship. Moscow: Sinergiya.
- Sarasvathy S. D. (2001) Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, vol. 26, no 2, pp. 243–263.

- Shane S., Venkataraman S. (2000) The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, vol. 25, no 1, pp. 217–226.
- Shane S. (2010) *Born Entrepreneurs, Born Leaders—How Your Genes Affect Your Work Life*. Oxford: Oxford University.
- Shepherd D. A. (2004) Educating Entrepreneurship Students about Emotion and Learning from Failure. *Academy of Management Learning and Education*, vol. 3, no 3, pp. 274–287.
- Shirokova G. (2012) Obuchenie predprinimatelstvu v Rossii: faktory razvitiya predprinimatelskogo dukha studentov [Teaching Entrepreneurship in Russia: Factors of Developing an Entrepreneurial Spirit in Students]. *Biznes-obrazovanie*, no 1, pp. 35–40.
- Shirokova G., Tsukanova T., Bogatyreva K. (2015) Universitetskaya sreda i predprinimatelskaya aktivnost studentov: rol biznes-opyta i predprinimatelskoy samoeffektivnosti [University Environment and Student Entrepreneurship: The Role of Business Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy]. *Voprosy obrazovaniya / Educational Studies Moscow*, no 3, pp. 171–207. DOI: 10.17323/1814-9545-2015-3-171-207.
- Urbano D., Guerrero M. (2013) Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Context. *Economic Development Quarterly*, vol. 27, no 1, pp. 40–55.
- Weaver K. M., Dickson P. H., Solomon G. (2006) Entrepreneurship and Education: What Is Known and What Is Not Known about the Links between Education and Entrepreneurial Activity. *The Small Business Economy: A Report to the President* (ed. Ch. Moutray). Washington: SBA Office of Advocacy, pp. 113–156.