

УДК 378.4, 334.722.1
JEL: I230, O310

Н. Н. Бутрюмова, Ю. Н. Слепнева

ВОВЛЕЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОПЫТ НИУ ВШЭ — НИЖНИЙ НОВГОРОД

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Российская Федерация, 603155, Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, 25/12

Статья посвящена анализу предпринимательских намерений и предпринимательской активности студенческой аудитории и выявлению потребностей студентов в проведении образовательных мероприятий по развитию инновационного предпринимательства на примере НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. В рамках исследования были адаптированы методики GEM и GUESS с целью изучения потребностей студентов в обучении инновационному предпринимательству. Авторы оценили предпринимательские намерения и активность студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, а также выявили потребности студентов в образовательных мероприятиях по развитию инновационного предпринимательства, их форматы и темы. Полученные результаты могут найти применение в российских и зарубежных вузах при разработке и совершенствовании образовательных мероприятий, направленных на развитие инновационного предпринимательства в студенческой среде.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, предпринимательская активность, предпринимательские намерения, предпринимательское образование.

STUDENTS INVOLVEMENT IN INNOVATION ENTREPRENEURSHIP: EXPERIENCE OF THE HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS IN NIZHNY NOVGOROD

N. N. Butryumova, Yu. N. Slepneva

National Research University Higher School of Economics,
25/12, ul. Bolshaya Pecherskaya, Nizhny Novgorod, 603155, Russian Federation

The purpose of the article is to assess entrepreneurial spirit and entrepreneurial activity of students and to identify students' needs in specific educational programs concerning the development of entrepreneurship projects in the innovative sphere and study the case of National Research University Higher School of Economics in Nizhny Novgorod (HSE NN).

The empirical study was conducted in three stages during 2014–2015, including desk study, interviews with experts and students survey. Authors adapted GEM and GUESS questionnaires according to the aim to study students' needs in entrepreneurship education in the innovative sphere. Questions added concern students' needs in developing entrepreneurial competencies, skills, educational formats and topics of the entrepreneurship in the innovation sphere.

Findings show the entrepreneurial spirit and activity of the HSE NN students, their needs in special educational programs in entrepreneurship in the innovation sphere. Students are ready to start an entrepreneurial project only after acquiring some experience as employees. Findings indicate low entrepreneurial activity among HSE NN students. One of the main reasons for that is the shortage of the entrepreneurial competencies and skills among students. Low involvement of students in the current educational activities in the entrepreneurship is caused by low quality and effectiveness of them. It is offered, that curriculums for entrepreneurship and extracurricular activities should focus on entrepreneurship practices through the development of students'

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2016

projects. Findings reveal the most needed topics for studying the entrepreneurship in the innovation sphere, such as team formation, business-planning, market strategy of launching of the new product, depending on the specialization of students.

Research limitations appear in the focus on students of HSE NN. But the methodology could be used for the surveys of other Universities. It is worth mentioning the sample limitation. Due to the economic profile of the HSE NN, the research sample involves more students with economic specialization and less amount of students with mathematical and social specializations. The sample does not include technical specializations.

Russian and foreign universities could use the results in developing and improving educational activities for students in the entrepreneurship in the innovation sphere.

Originality of the paper concerns the adaptation of the questionnaire to the survey in entrepreneurship in the innovation sphere. It allows revealing students' needs in the educational activities in innovation entrepreneurship.

Keywords: innovative entrepreneurship, training tools, entrepreneurial activity, entrepreneurial intentions, entrepreneurial education.

ВВЕДЕНИЕ

Переход российской экономики на инновационную социально ориентированную модель развития является одной из главных стратегических задач России [Стратегия инновационного развития..., 2011, раздел II, п. 1]. Это предполагает диверсификацию структуры экономики, направленную на расширение высокотехнологичных секторов, развитие научно-технического и инновационного потенциала регионов, а также создание благоприятных условий для инновационной активности бизнеса.

Заданный вектор служит фактором, повышающим роль системы образования в процессе перехода российской экономики к экономике знаний. Наряду с традиционной для вузов задачей обеспечения экономики высококвалифицированными кадрами перед вузами-лидерами встают новые задачи — сформировать «пояс инновационных компаний» на территории расположения вуза, содействовать развитию малого и среднего бизнеса [Селезнев, 2012]. Следовательно, важнейшей миссией вузов-лидеров в регионе становится повышение предпринимательской активности. Иными словами, региональные вузы-лидеры должны представлять собой «локомотивы» в раскрытии инновационного потенциала регионов, развитии предпринимательства [Петросянц, 2011]. В «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» говорится о том, что перед российскими вузами встает ряд задач, в том числе: повысить инновационную активность бизнеса и ускорить появление новых инновационных компаний [Стратегия инновационного развития..., 2011, раздел IV, п. 2].

Модель тройной спирали Г. Ицковица, описывающая процесс инновационного развития как сбалансированные отношения университета, государства и бизнеса, строится на лидирующей роли университета в этих отношениях [Etzkowitz, 2008]. Такая роль университета обусловлена наличием в его стенах системы про-

изводства знаний в виде научных исследований и концентрацией в университете большого числа экономически активных молодых людей. В связи с этим смена миссии вузов-лидеров имеет ключевое значение и выражается в появлении у университетов новых функций — обучения предпринимательству, инкубации и стимулирования создания инновационных компаний [Etzkowitz, 2008].

Однако система предпринимательского образования в России выстроена так, что в подавляющем большинстве российских вузов не создано площадок, в рамках которых студенты имели бы возможность приобретать необходимые предпринимательские знания и навыки, работать над собственными инновационными идеями и проектами, сотрудничать с менторами [Карпунина, Савинова, Шубнякова, 2014]. Кроме того, проводимые вузом образовательные мероприятия не всегда соотносятся с потребностями студентов в области инновационного предпринимательства. В результате молодые люди слабо информированы о существующих методах поддержки инноваторов и бизнес-проектов, а их инновационные идеи не выходят на рынок [Карпунина, Савинова, Шубнякова, 2014].

В последнее время наблюдается тенденция предъявления более высоких требований бизнеса и государства к качеству и содержательной стороне образования. Кроме того, приобретение предпринимательских умений и компетенций становится актуальным для современного выпускника вуза, соответственно, у него возникает потребность в обучении таким умениям.

Возрастание сложности и неопределенности мира ставит перед университетами задачу подготовки специалистов, способных адаптироваться к изменениям, проявлять гибкость. В сложившейся ситуации возникает острая необходимость перехода вузов-лидеров к системе, способной быстро реагировать на потребности внешней и внутренней среды и вносить изменения в образовательный процесс, а также мотивировать студентов как к научно-исследовательской, так и к предпринимательской деятельности [Чепуренко, 2013]. Как следствие, вуз-лидерам необходимо переходить к модели предпринимательских университетов. По мнению Б. Кларка, предпринимательский университет представляет собой институт, стремящийся к инновациям, идущий на риск при освоении «новых практик, результат которых неизвестен» [Clark, 1998, p. 9]. Иными словами, предпринимательский университет активно создает и коммерциализирует новые знания.

В академической литературе (см., напр.: [Kozlinska et al., 2013]) исследователи, как правило, ограничиваются систематизацией информации о специфике и содержании университетских учебных и внеучебных программ по предпринимательству, которые включают в себя отдельные теоретические и практические курсы по инновационному предпринимательству. Статистические данные об участии студентов в образовательных мероприятиях по развитию инновационного предпринимательства и о намерениях создания собственного инновационного бизнеса встречаются в научной литературе крайне редко, причем данная информация носит преимущественно фрагментированный и разрозненный характер (см., напр.: [Kakkonen, 2011; Kozlinska et al., 2013]).

Настоящая статья посвящена анализу предпринимательских намерений и предпринимательской активности студенческой аудитории и выявлению потребностей студентов в проведении образовательных мероприятий по развитию инновационного предпринимательства на примере НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. Результатом исследования выступает оценка предпринимательских намерений и активности студентов этого университета, а также выявление потребностей в образовательных мероприятиях по развитию инновационного предпринимательства, их форматах и темах.

Статья включает в себя введение, три части и заключение. Во введении сформулированы проблема и цель исследования, показаны его актуальность, научная новизна и практическая значимость. В первой части представлены теоретическая основа исследования и степень разработанности проблемы, во второй — описана методика эмпирического исследования, в третьей части содержатся результаты исследования. В заключении представлены ключевые выводы авторов статьи, ограничения исследования и возможные направления дальнейших разработок.

ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ СТУДЕНТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Зарубежные исследователи уделяют много внимания такой проблеме, как возможность обучения предпринимательству. Одни авторы вслед за Й. Шумпетером [Schumpeter, 1911] придерживаются мнения, что предпринимателями рождаются, а не становятся (см.: [Dana, 2001; Anderson, Jack, 2008]). Другие ученые считают, что в предпринимательстве существуют как элементы, которым можно обучиться, так и те, которым обучиться нельзя (см., напр.: [Vesper, 1971; Katz, 1991; Saee, 1996; Saks, Gaglio, 2002; Kakkonen, 2011]).

Значительное число работ посвящено обучению предпринимательству студентов. Опираясь на проведенные исследования, ученые аргументированно заявляют, что обучение предпринимательству способствует формированию предпринимательских знаний и навыков у студентов (см., напр.: [Рубин, 2014; Cox, Mueller, Moss, 2002/2003; Davidsson, Honig, 2003; Menzies, Paradi, 2003; Peterman, Kennedy, 2003; Gibcus et al., 2012]). Ряд авторов полагают, что обучение предпринимательству положительно сказывается на предпринимательских намерениях студентов (см., напр.: [Kolvereid, Moen, 1997; McMullan, Gillin, 1998; Lee, Chang, Lim, 2005; Sánchez, 2011; Vanevenhoven, Liguori, 2013]).

Большое количество исследований посвящено теоретическим основам предпринимательского образования в университетах (см., напр.: [Jamieson, 1984; Johannisson, 1991; Erkkilä, 2000; Gibb, 2002; Smith, Collins, Hannon, 2006; Kozlinska, 2011]). Образовательный аспект предпринимательства изучается авторами с точки зрения целей и содержания предпринимательского образования, а также подходов к обучению предпринимательству.

Предпринимательское образование в зарубежной академической литературе раскрывается посредством таких понятий, как *enterprise education* и *entrepreneur-*

ship education. Понятие *entrepreneurship education* широко используется в США и Канаде и гораздо реже в Европе [Erkkilä, 2000]. В Великобритании и Ирландии до начала 1990-х гг. более предпочтительным было *enterprise education* [Gibb, 2002]. А. Гибб раскрыл различие между ними. В первом упор делался главным образом на постоянном совершенствовании личных предпринимательских качеств (*enterprising attributes*) и отношения (*attitudes*), которые готовят индивида к самозанятости. Второе — *entrepreneurship education* — означало формирование управленческих навыков (*management skills*) и способностей (*abilities*) для создания, развития и ведения бизнеса [Gibb, 2002].

В начале 1990-х гг. грань между этими понятиями начала стираться, все чаще стало использоваться понятие *entrepreneurship education*. Вместе с тем ряд зарубежных исследователей используют понятие *enterprise and entrepreneurship education*, которое является наиболее точным, но менее практичным, чем другие [Hannon, 2005]. Автор работы [Erkkilä, 2000] предложил новый термин *entrepreneurial education*, который включает в себя оба понятия — *enterprise education* и *entrepreneurship education*. Два других понятия — *internal entrepreneurship education* и *external entrepreneurship education* — часто употребляются в Финляндии. При этом *internal entrepreneurship education* служит синонимом понятия *enterprise education*, а *external entrepreneurship education* — синонимом понятия *entrepreneurship education* [Seikkula-Leino et al., 2010].

Зарубежными авторами разработаны различные классификации целей предпринимательского образования (см., напр.: [Johannisson, 1991; Garavan, O'Conneide, 1994; Gibb, 1999; Kozlinska, 2011]), а также его типов. Согласно известной классификации И. Джемиесона [Jamieson, 1984], с точки зрения содержания предпринимательское образование делится на три типа: образование о предпринимательстве (*education about enterprise*) — понимание основ предпринимательства; образование для предпринимательства (*education for enterprise*) — подготовка потенциальных предпринимателей к созданию бизнеса; образование в предпринимательстве (*education in enterprise*) — выработка необходимых и усовершенствование имеющихся навыков действующих предпринимателей. А. Дж. Смит, Д. А. Коллинз и П. Д. Хэннон также выделили три типа предпринимательского образования: образование о предпринимательстве, образование для предпринимательства и образование через предпринимательство (*education through enterprise*) [Smith, Collins, Hannon, 2006]. Суть образования *о* и *для* предпринимательства схожа по содержанию с классификацией И. Джемиесона. Образование *через* предпринимательство заключается в приобретении студентами практического опыта предпринимательской деятельности и подготовке их к вызовам окружающей среды и рискам.

Современное понимание концепции обучения предпринимательству в контексте высшего образования значительно шире и сложнее в сравнении с традиционными, пассивными подходами к предпринимательскому образованию. Обучение предпринимательству помогает студентам сформировать и развить набор

навыков и компетенций, которые способствуют ведению успешной предпринимательской деятельности. Студенты приобретают знания, в основном используя непосредственный опыт наблюдения за действиями других людей, а также явные источники информации, такие как книги, документы и др. [Holcomb et al., 2009]. Действующие предприниматели прибегают к высокоэффективным способам приобретения знаний, которые необходимы для развития собственного бизнеса, среди которых — обучение через практический опыт и на примере других людей, самообучение, беседа, командное обучение, критическая саморефлексия.

Приверженцы теории экспериментального обучения считают, что при обучении предпринимательству следует воздержаться от чтения теоретических курсов о создании бизнеса и сосредоточиться на практических занятиях и получении непосредственного опыта для предпринимательства (см., напр.: [Gorman, Hanlon, King, 1997; Deakins, Freel, 1998; Gibb, 2002; Warren, 2004; Higgins, Elliott, 2010; Naase, Lautenschläger, 2011]), поскольку искусство предпринимательской практики можно познать только в бизнес-среде через практический и социальный опыт [Gorman, Hanlon, King, 1997; Rae, 2006].

Теория экспериментального обучения предполагает процесс активного обучения, в результате которого через получаемый опыт приобретаются неявные знания [Lee, McGuiggan, Holland, 2010]. При этом стоит отметить, что приобретение неявных знаний в данном контексте — последовательный процесс, который происходит в течение определенного периода времени [Higgins, Elliott, 2010]. Экспериментальное обучение позволяет создавать новые модели поведения и генерировать новые алгоритмы действий [Holcomb et al., 2009]. Согласно теории Д. Колба [Kolb, 1984], экспериментальный цикл обучения состоит из четырех стадий: получение конкретного опыта; рефлексивное наблюдение; теоретическое обобщение; эксперимент.

Традиционные подходы к обучению (*education about entrepreneurship*), наоборот, предполагают, что знания должны передаваться в виде явной информации и применяться учащимися после их получения. Такая схема обучения способствует распространению и передаче теоретических и специальных знаний [Naase, Lautenschläger, 2011]. Однако, по мнению Д. Хиггинса и С. Эллиотта, те, кто обучается таким пассивным образом, являются больше зрителями, чем активными участниками обучения [Higgins, Elliott, 2010]. Д. Политис [Politis, 2005] утверждает, что попытки стимулировать предпринимательскую деятельность путем только формального обучения не окажут существенного влияния на приобретение предпринимательских знаний.

Теоретическая информация, предоставляемая учащимся в рамках традиционных подходов к обучению, является слабой мотивационной силой для преобразования фактических знаний (*hard facts*) в действие и ощутимые результаты. Без правильного предпринимательского убеждения (*entrepreneurial conviction*) — мышления, осведомленности, мотивации и отношений, которые формируются с помощью мягких навыков (*soft skills*), таких как творчество, проактивность,

лидерство, склонность брать на себя риски, — невозможно создать свой бизнес. Фактические знания можно легко приобрести, в то время как мягкие навыки довольно трудно привить или развить, но они гораздо важнее [Haase, Lautenschläger, 2011].

Современные динамические подходы к обучению, которые включают в себя экспериментальные подходы к обучению, отличаются от традиционных пассивных тем, что позволяют развивать мягкие навыки, а также формировать предпринимательское убеждение.

Одним из наиболее часто применяемых является практико-ориентированный подход, который предполагает использование практик, основанных на игровых ситуациях, сопереживании, творчестве, экспериментировании и рефлексии [Neck, Greene, Brush, 2014b]. Подобные практики помогают развивать у студентов предпринимательский образ мышления, способность действовать в условиях неопределенности, а также выявлять и создавать новые возможности. В работе [Neck, Greene, Brush, 2014b] исследователи предлагают 42 практических упражнения для обучения предпринимательству. Использование таких практик при обучении предпринимательству авторы работы [Neck, Greene, Brush, 2014a] называют действием через практику.

Аутентичный компетентностно-ориентированный подход пересекается с экспериментальными подходами к обучению. Однако стоит отметить, что компетентностно-ориентированное обучение в большей степени относится к когнитивным и поведенческим теориям, разработанным в конце 1980-х гг., чем к теории экспериментального обучения [Kozlinska, 2011]. Аутентичность в данном случае означает степень сходства между учебными и профессиональными задачами, а приобретаемые студентами компетенции в рамках этого подхода включают в себя мотивы и намерения, атрибуты, отношения с точки зрения Я-концепции, знания, навыки и умения [Nab et al., 2010; Sanchez, 2011].

Что касается компетентностно-ориентированного подхода к обучению, то российская Национальная ассоциация обучения предпринимательству ведет работу над созданием образовательного стандарта по предпринимательству, в рамках которого должны быть выделены ключевые компетенции предпринимателей. На сегодняшний день опрошено 59 успешных российских предпринимателей и на основе полученных ответов определено 10 ключевых предпринимательских компетенций, среди которых — умение разрабатывать бизнес-модель и бизнес-план, создавать команду, обеспечивать разработку и выведение на рынок продукта или услуги и др. [Рубин, 2014]. Российскими авторами была предпринята попытка составления перечня компетенций технологического предпринимателя (например, в работе А. Н. Барыкина и В. О. Икрянникова говорится о технологическом предпринимателе и технологическом предпринимательстве [Барыкин, Икрянников, 2010]).

В зарубежных публикациях также выделяется перечень необходимых компетенций для создания бизнеса, исходя из целей и содержания образовательных

программ бакалавров [Kakkonen, 2011]. Кроме того, на основе метода Дельфи были выявлены 13 ключевых компетенций предпринимателя, разработаны меры по развитию данных компетенций у студентов, а также представлены результаты практической реализации данных мер посредством проведения пилотного исследования среди студентов международной образовательной программы [Morris et al., 2013].

Еще одним подходом к обучению является обучение путем развития. Это — коллективный подход к обучению, базирующийся на выполнении прикладных исследований и культурном развитии учащихся. Он заключается в изучении опыта, приобретаемого в процессе социального взаимодействия, совместного использования знаний и компетенций при проведении исследований и коллективном решении проблем [Pirinen, 2009].

Несмотря на то что в научной литературе содержится большой объем информации о подходах к обучению студентов предпринимательству, проблематике развития инновационного предпринимательства в студенческой среде уделяется недостаточно внимания. Концепция инновационного предпринимательства используется многими специалистами. Вместе с тем в научной литературе крайне редко встречается определение инновационного предпринимательства, которое могло бы четко отразить его сущность. В работах зарубежных и российских исследователей гораздо шире распространены такие понятия, как «предпринимательство» и «инновационность».

Роль предпринимателя как новатора наиболее полно обосновал Й. Шумпетер. В своем фундаментальном труде [Schumpeter, 1911] он писал о том, что задачей предпринимателя является создание способа производства посредством использования новых технологий для производства новых товаров или существующих товаров по новым методам через открытие нового источника сырья или нового рынка продукции. Иными словами, он воспринимал предпринимателя как создателя новых благ и услуг в условиях неопределенности.

Инновационность часто воспринимается исследователями как неотъемлемое качество предпринимательства (см., напр.: [Петросьянц, 2013; Schumpeter, 1911]). В одном из самых значимых и обширных исследований в области предпринимательства «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM) степень инновационности предпринимательства измеряется на основе оценки таких характеристик, как новизна продукта/услуги и используемых технологий, конкурентное окружение компании [Wong, Ho, Autio, 2005].

М. М. Максимцов и В. Я. Горфинкель акцентируют внимание на том, что классическое и инновационное предпринимательство представляют собой две разные модели предпринимательства. Ключевым отличием служит то, что инновационное предпринимательство является моделью предпринимательской деятельности, связанной с новаторством [Максимцов, Горфинкель, 2007, с. 207]. Задачей предпринимателя становится создание новшеств — новых продуктов (товаров и услуг), технологий, методов организации производства и управления при по-

мощи нового сочетания традиционных факторов производства (труда, капитала и земли). Предприниматель, осуществляя инновационную деятельность, должен следить за ускорением темпов научно-технического прогресса, которое оказывает влияние на устаревание вновь созданных продуктов. Таким образом, инновационное предпринимательство предполагает постоянный поиск нововведений. В связи с этим предприниматель также должен уметь быстро адаптироваться к рынку и учитывать новые потребности клиентов.

В рамках данной статьи авторы придерживаются следующего определения: инновационное предпринимательство — процесс создания и коммерческого использования новшеств и нововведений [Максимцов, Горфинкель, 2007, с. 209].

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Предметом исследования в настоящей работе являются предпринимательские намерения и активность студентов, а также потребности студентов в обучении инновационному предпринимательству. Объектом исследования выступают студенты НИУ ВШЭ — Нижний Новгород.

НИУ ВШЭ — Нижний Новгород способствует развитию инновационного предпринимательства среди студентов. Вуз поддерживает студенческие инициативы в области создания и развития собственных бизнес-проектов. При университете функционируют различные структуры, развивающие и поддерживающие инновационное предпринимательство: Центр предпринимательства, бизнес-клуб «Предприниматель», проектно-учебная лаборатория «Управление инновационными системами» и др. Университет обеспечивает активное вовлечение действующих и успешных практиков инновационного бизнеса в образовательную и проектную деятельность.

Модель НИУ ВШЭ — Нижний Новгород служит адекватным ответом высшего образования на потребности современного общества. Университету присущи ключевые характеристики модели предпринимательского университета, выделенные в работе [Константинов, Филонович, 2007], такие как активное взаимодействие с внешней средой вуза, предпринимательский опыт и компетенции преподавателей, студентов и сотрудников, а также демонстрация поведения предпринимательской организации. В университетских стенах возвращаются будущие предприниматели, готовые действовать в условиях неопределенности, справляться с рисками, способные генерировать новые бизнес-идеи, а также создавать инновации в собственном бизнесе.

Однако в связи с нехваткой высококвалифицированных кадров на российском рынке труда учебные планы образовательных программ НИУ ВШЭ — Нижний Новгород ориентируют студентов и выпускников в основном на работу по найму, а не на предпринимательство. Такие факторы, как нацеленность на подготовку работников по найму, тесное партнерство с компаниями-работодателями, недостаточное количество дисциплин по предпринимательству в учебных планах

образовательных программ и невысокий уровень участия студентов во внеучебных мероприятиях по предпринимательству, нивелируют склонность студентов к самозанятости и созданию собственного бизнеса. По данным исследования выпускников университета, проводившегося в 2013 г., основная часть выпускников, окончивших вуз в 2011–2012 гг., работает по найму в коммерческих организациях. Доля предпринимателей невысока и составляет всего 3 % среди выпускников 2011 г. и 4 % — среди выпускников 2012 г. [Еремина, Зороастрова, 2013]. Стоит отметить, что согласно результатам исследования GUESSS доля студентов 2011 г., намеревавшихся создать собственный бизнес сразу после обучения, среди студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород составляла 9 %, а среди российских студентов в целом — 11 % [Shirokova, Kulikov, 2011].

Сложившаяся ситуация обуславливает необходимость совершенствования образовательных мероприятий, направленных на вовлечение студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород в инновационное предпринимательство. Такие образовательные мероприятия могут включать в себя специальные курсы по инновационному предпринимательству, школы, бизнес-игры, конкурсы проектов и др. Данные меры будут способствовать тому, что молодые люди в лице студентов перестанут воспринимать инновационное предпринимательство как недоступную им сферу деятельности.

Эмпирическое исследование было проведено в 2014–2015 гг. в три этапа: кабинетное исследование, интервью с экспертами и анкетный опрос студентов. Данные для анализа динамики предпринимательских намерений и активности студентов были взяты из результатов опросов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, проведенных по методике GUESSS в 2011 и 2013 гг.

В рамках двух первых этапов — кабинетного исследования и интервью с экспертами — были собраны и систематизированы качественные данные о действующих инструментах обучения студентов инновационному предпринимательству. Сформированный перечень инструментов был использован в ходе третьего этапа исследования — анкетного опроса студентов — с целью определения уровня удовлетворенности студентов образовательными мероприятиями по развитию инновационного предпринимательства. Кроме того, экспертами в ходе интервью были выделены из перечня, сформированного на основе результатов кабинетного исследования, те качества, способности и умения, которых недостает студентам для создания и запуска инновационного бизнеса. Выявленные знания, качества и умения были представлены студентам в ходе анкетирования для оценки уровня их востребованности.

Интервью с экспертами проводились на основе заранее подготовленного списка вопросов (гайда) в форме очной беседы и были организованы по предварительной договоренности. Они длились в среднем 20–30 минут. В качестве экспертов выступили представители трех подразделений НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, которые проводят образовательные мероприятия для развития инновационного предпринимательства: Центра предпринимательства, кафедры вен-

чурного менеджмента, бизнес-клуба «Предприниматель». Выборка представляется релевантной, так как образовательные мероприятия, осуществляемые данными подразделениями для развития инновационного предпринимательства, наиболее востребованы среди студентов, имеющих намерения развиваться или уже действующих в сфере инновационного предпринимательства.

В рамках третьего этапа был проведен сплошной опрос студентов старших курсов, нацеленный на определение уровня их предпринимательской активности и предпринимательских намерений, а также на выявление их потребностей в образовательных мероприятиях по развитию инновационного предпринимательства. В качестве респондентов выступили студенты третьего и четвертого курсов бакалавриата, пятого курса специалитета, а также первого и второго курсов магистратуры, поскольку предполагалось, что у них уже сформировано отношение к предпринимательству и многие из студентов-старшекурсников уже приняли решение о своей будущей карьере либо находятся в процессе выбора.

Поскольку динамика активности и намерений студентов в области создания собственного инновационного бизнеса и их участия в образовательных мероприятиях остается малоизученной областью, для анкетирования были адаптированы вопросы опросников таких исследований, как «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESS) и «Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM). Первое из них нацелено на изучение предпринимательских намерений и предпринимательской активности студентов российских и зарубежных вузов, а также влияния ряда факторов на выбор карьеры предпринимателя [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014]. Второе исследование направлено на анализ уровня предпринимательской активности и предпринимательских устремлений населения стран мира и определение факторов, на него влияющих [Singer, Amorós, Arreola, 2014]. Данные методики являются наиболее известными в мире и в России¹ и наиболее близки к теме исследования.

Опросник был дополнен вопросами, позволяющими проанализировать уровень удовлетворенности внеучебными образовательными мероприятиями по развитию инновационного предпринимательства у студентов, определить основные стимулы к участию и причины отказа от участия в данных мероприятиях, а также вопросом-фильтром для выделения инновационных компаний из общего числа компаний и составления профиля студенческого инновационного предпринимательства НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. Ключевым дополнением стали вопросы, способствующие выявлению потребностей студентов в приобретении умений и способностей, усовершенствовании форматов и тем образовательных мероприятий по развитию инновационного предпринимательства.

Составленная анкета состоит из пяти блоков вопросов. Первый блок вопросов нацелен на определение предпринимательских намерений и активности сту-

¹ О российских исследованиях в рамках этих международных проектов см.: [Верховская, Дорохина, Сергеева, 2013; Широкова, Цуканова, Богатырева, 2014].

дентов. Второй — связан с основными мотивами выбора карьерного пути студентов. Задачей третьего блока стало выделение значимых факторов, влияющих на выбор или отказ студентов от предпринимательства, в том числе: обучения предпринимательству, барьеров создания собственного бизнеса, наличия необходимых предпринимательских знаний и умений, присутствия в ближнем окружении предпринимателя, предпринимательского опыта родителей, реакции ближнего окружения, а также бизнес-среды вуза. Четвертый блок позволяет проанализировать уровень удовлетворенности внеучебными образовательными мероприятиями по развитию инновационного предпринимательства у студентов, а также определить основные стимулы к участию и причины отказа студентов от участия в данных мероприятиях. Пятый блок вопросов нацелен на выявление потребностей студентов в обучении инновационному предпринимательству.

Сбор данных был произведен авторами в 2015 г.² Для интерпретации и сравнения некоторых результатов анкетирования использовались данные, полученные при участии в проекте GUESSS в 2011 и 2013 гг.

Описание выборки исследования. Общая выборка студентов-старшекурсников по НИУ ВШЭ — Нижний Новгород составила 1226 человек. В анкетировании приняли участие 249 студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород (20,3 % от общей выборки), в том числе: 22,1 % — студенты 3-го курса бакалавриата, 29,3 % — 4-го курса бакалавриата, 5,2 % — 5-го курса специалитета, 24,5 % — 1-го курса и 18,9 % — 2-го курса магистратуры.

По гендерному составу респонденты распределились следующим образом: 64,7 % женщин и 35,3 % мужчин. Средний возраст респондентов составил 21,5 года.

Все факультеты НИУ ВШЭ — Нижний Новгород были распределены по трем профилям обучения: экономико-управленческий, информационно-математический и социально-гуманитарный — в соответствии с классификацией международного исследования GUESSS, которая подразделяет специализации на три основные группы: экономика и менеджмент, естественные науки и общественные науки. Распределение студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород по профилям обучения представлено в табл. 1.

Необходимо отметить, что небольшая доля студентов социально-гуманитарного профиля обучения (7,6 %) в общем числе респондентов обусловлена небольшим количеством студентов, обучающихся на учебных программах социально-гуманитарного профиля НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. Из 25 студентов социально-гуманитарного профиля обучения 19 человек приняли участие в ис-

² Сбор данных осуществлен посредством рассылки писем на электронные почты групп 1226 студентам НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, а также повторной рассылки на личные электронные адреса 26 участникам бизнес-клуба «Предприниматель» и напрямую 579 студентам НИУ ВШЭ — Нижний Новгород в социальной сети «ВКонтакте» с приглашением принять участие в исследовании. Студенты получили ссылку на онлайн-анкету для ее заполнения. Участие в опросе являлось добровольным, анкета заполнялась анонимно для обеспечения конфиденциальности.

следовании (их доля составила 76%), поэтому данная подгруппа студентов была включена в выборку и принимала участие в исследовании.

Таблица 1. Распределение студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород по профилям обучения

Профиль обучения	Программа обучения	Доля в общем количестве респондентов, %
Экономико-управленческий	Экономика, менеджмент, маркетинг, финансы, право	58,6
Информационно-математический	Бизнес-информатика, математика, программная инженерия, прикладная математика и информатика	33,7
Социально-гуманитарный	Фундаментальная и прикладная лингвистика	7,6

Таким образом, в ходе интервью было изучено мнение экспертов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, активно взаимодействующих со студентами по вопросам создания и развития их предпринимательских проектов. На основе адаптированных методик GEM и GUESSS были опрошены определившиеся со своей карьерной траекторией студенты вуза, сформулированы их потребности в обучении инновационному предпринимательству.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По итогам первых двух этапов исследования был сформирован полный перечень образовательных мероприятий по развитию инновационного предпринимательства в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород (табл. 2) и выявлены качества, способности и умения, которых не хватает студентам для создания инновационного бизнеса.

По итогам кабинетного исследования научной литературы (см., напр.: [Барыкин, Икрянников, 2010; Рубин, 2014; Davidsson, Honig, 2003; Menzies, Paradi, 2003; Peterman, Kennedy, 2003; Kakkonen, 2011; Gibcus et al., 2012; Morris et al., 2013]) и интервью с экспертами был сформирован итоговый перечень качеств, способностей и умений, который необходим студентам для создания собственного инновационного бизнеса (табл. 3). В результате систематизации ответов экспертов была сформулирована гипотеза о том, что степень необходимости качеств, способностей и умений различается в зависимости от профиля обучения.

Одним из ключевых результатов третьего этапа стал анализ динамики предпринимательских намерений и активности студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород для изучения современного состояния активности студентов в области создания собственного инновационного бизнеса и выявления факторов, влияющих на отказ от предпринимательской деятельности.

Таблица 2. Образовательные мероприятия по инновационному предпринимательству в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород

Образовательное мероприятие	Содержание мероприятия
Учебные дисциплины по инновационному предпринимательству	Учебные курсы, раскрывающие различные аспекты инновационного предпринимательства и включающие в себя лекционные курсы, бизнес-кейсы, бизнес-игры, работу над собственными инновационными проектами и др.
Региональный этап деловой игры «Железный предприниматель»	В течение часа команда придумывает коммерчески перспективную бизнес-идею на основе предложенной инновационной технологии, разрабатывает для нее бизнес-модель и презентует ее экспертному жюри в формате «мини-презентации в лифте» (<i>elevator pitch</i>)
Школа предпринимательства «Технология бизнеса»	Посещение лекционных курсов, а также работа в команде над собственными инновационными проектами, разработка бизнес-модели и написание бизнес-плана
Встречи в рамках «Проектной мастерской» бизнес-клуба «Предприниматель»	Работа над собственными инновационными проектами, создание бизнеса с нуля
Встречи в рамках «Проектной мастерской» ЛУИС	Разработка и реализация бизнес-проектов партнеров ЛУИС командами проекта совместно с менторами
Встречи Молодежного консалтингового центра	Оказание консультационной помощи начинающим предпринимателям, в том числе инновационным компаниям, со стороны студентов
Весенняя школа «Мастерская управления» факультета менеджмента	Лекционные курсы по темам «Основы стратегического анализа предприятия», «Маркетинг инноваций и разработка рекламной кампании», «Венчурный бизнес и частные инвестиции»
Конкурс инновационных проектов «БИТ Поволжье — 2013»	Работа над собственным инновационным проектом и его презентация экспертному жюри
Лекции приглашенных экспертов	Лекционные курсы российских и зарубежных экспертов
Встречи в рамках кейс-клуба «Статский советник»	Регулярные встречи студентов, преподавателей, предпринимателей, посвященные анализу гарвардских бизнес-кейсов, разработке и презентации их решений
Бизнес-игры дебат-клуба «ruБКа»	Дебаты между 2–3 командами. Цель каждой команды — отстаивать свою точку зрения

Результаты анкетирования студентов, проведенного в 2015 г., показали, что 47,2 % студентов планируют стать предпринимателями спустя пять лет после завершения обучения в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, однако меньше половины из них (19,1 %) намереваются создать свой бизнес сразу после окончания учебы (табл. 4). Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что студенты положительно оценивают готовность стать предпринимателями только после получения ими опыта работы по найму. Соответственно, они откладывают предприниматель-

Таблица 3. Способности, качества и умения для создания инновационного бизнеса, необходимые студентам НИУ ВШЭ — Нижний Новгород

Способности	Способность действовать в условиях неопределенности и распознавать новые бизнес-возможности
	Способность развивать глобальное мышление и оценивать проблему с различных точек зрения
Качества	Стрессоустойчивость
	Работоспособность
	Оперативность принятия решений и решения задач
Умения	Работа в команде
	Ведение деловых переговоров
	Презентация собственного инновационного проекта перед инвестором
	Формирование команды
	Составление бизнес-плана и подготовка инвестиционного предложения
	Разработка маркетинговой стратегии
Подготовка заявки на грант	

скую деятельность в «долгий ящик». Динамика карьерных намерений студентов за 2011, 2013, 2015 гг., представленная в табл. 4, демонстрирует, что к 2015 г. уровень предпринимательских намерений студентов вырос. Иными словами, студенты стали чаще делать выбор в пользу предпринимательской карьеры. Кроме того, динамика карьерных намерений позволяет сделать вывод о том, что тенденция откладывания предпринимательских намерений у студентов сохраняется в 2013 и 2015 гг.

Таблица 4. Карьерные намерения студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, 2011, 2013, 2015 гг., %

Карьерные намерения студентов	2011 г.		2013 г.		2015 г.	
	Сразу после окончания вуза	Спустя 5 лет	Сразу после окончания вуза	Спустя 5 лет	Сразу после окончания вуза	Спустя 5 лет
Наемные работники	78,2	30,9	80,6	31,8	68,9	24,8
Предприниматели	9,0	51,6	4,3	44,1	19,1	47,2
Не сделали выбор/другое	9,6	8,5	13,3	20,4	11,2	26,0
Преимники семейного бизнеса	3,2	9,0	1,9	3,8	0,8	2,0

Ряд вопросов анкеты позволил определить динамику предпринимательской активности студентов. В соответствии с типологией GUESSS среди опрошенных студентов были выделены активные и потенциальные предприниматели. При этом к активным предпринимателям были отнесены студенты, которые уже ос-

новали собственную компанию и ведут в ней активную деятельность, к потенциальным предпринимателям — студенты, которые на момент проведения исследования находились на этапе создания собственной компании.

По сравнению с 2011 г. доля потенциальных предпринимателей в 2013 г. упала с 29,8 до 12,8 %, а в 2015 г. резко выросла до 40,6 %. Что касается активных предпринимателей, то в 2011 г. никто из студентов не был вовлечен в активную предпринимательскую деятельность, в 2013 г. их доля составила 1,9 %, а в 2015 г. — возросла до 3,2 %. Возможными причинами такой динамики могут служить сложная экономическая ситуация в стране и, как следствие, сокращение рабочих мест в коммерческих и государственных компаниях. Динамику можно объяснить и тем, что в 2014–2015 гг. студенческий бизнес-клуб «Предприниматель» стал вести активную деятельность в области поддержки и развития студенческих предпринимательских инициатив и инновационных проектов, следовательно, студенты стали меньше ощущать боязнь провала и недостаток бизнес-идей, а также стали обладать предпринимательскими умениями и качествами.

По данным 2015 г., доля потенциальных предпринимателей (40,6 %), пытающихся создать собственную компанию во время обучения в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, более чем в 12 раз превышает долю активных предпринимателей, которая составляет 3,2 % (8 человек), уже имеющих действующий бизнес. Небольшая доля активных предпринимателей (3,2 %) в сравнении с более высокой долей активных предпринимателей в российской выборке (6,29 %) и в международной выборке (5,52 %) [Широкова, Цуканова, Богатырева, 2014] свидетельствует о невысокой предпринимательской активности студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород.

Большинство потенциальных предпринимателей, доля которых в общем числе студентов составляет 40,6 %, в процессе создания собственной компании делают первые шаги и находятся на стадии размышления о первых бизнес-идеях (73 %) и стадии проведения анализа рынка и конкурентов (45 %) (рис. 1). Соответственно, процесс обучения инновационному предпринимательству должен быть выстроен таким образом, чтобы студенты могли осуществлять дальнейшие шаги по созданию собственного инновационного бизнеса и выведению инновационного продукта на рынок.

Что касается инновационной составляющей бизнеса предпринимателей, то все активные предприниматели из числа опрошенных студентов отметили, что в своем бизнесе они осуществляют инновации различных типов. Среди потенциальных предпринимателей планируют использовать инновации в своем бизнесе 67,4 % (рис. 2).

При ответе на вопросы анкеты респонденты указали типы инноваций, которые они используют или в случае с потенциальными предпринимателями намереваются использовать в своем бизнесе. Им была предложена типология инноваций с описанием основных ее понятий, представленных в [Индикаторы инновационной деятельности..., 2015]. Респонденты должны были выбрать подходящие



Рис. 1. Активность потенциальных предпринимателей НИУ ВШЭ — Нижний Новгород на этапах создания компании, 2015 г., %

варианты из следующих: технологические (процесные или продуктовые), маркетинговые, организационные инновации — и дать соответствующий ответ (использую; не использую/не планирую использовать; затрудняюсь с ответом).

Результаты опроса наглядно демонстрируют, что потенциальные и активные предприниматели намерены использовать или используют в своем бизнесе одновременно инновации нескольких типов. Среди потенциальных предпринимателей 37,6 % планируют использовать в своем бизнесе маркетинговые инновации,



Рис. 2. Использование инноваций в бизнесе активными и потенциальными предпринимателями НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, 2015 г., %

■ Активные предприниматели ■ Потенциальные предприниматели

36,6 — технологические, 27,7 — организационные. Для активных предпринимателей применение инноваций в бизнесе распределилось следующим образом: 87,5 % активных предпринимателей используют в своем бизнесе технологические инновации, 75 — маркетинговые, 62,5 — организационные.

В табл. 5 представлено распределение по сферам деятельности будущих инновационных компаний, которые находятся на этапах создания потенциальными предпринимателями НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. Значительная часть потенциальных предпринимателей планирует, что их инновационная компания будет занята в таких сферах, как информационные технологии (19%), оптовая и розничная торговля (15%), консалтинг (13%). Сферами деятельности инновационных компаний активных предпринимателей в равной степени являются информационные технологии, оптовая и розничная торговля, консалтинг, образование и тренинги.

Таблица 5. Распределение по сферам деятельности будущих инновационных компаний, которые находятся на этапе создания потенциальными предпринимателями НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, 2015 г.

Сфера деятельности	Доля инновационных компаний, %
Информационные технологии	19
Оптовая и розничная торговля	15
Консалтинг	13
Производство	10
Образование/тренинги	9
Отели и рестораны	9
Реклама/маркетинг/дизайн	6
Здравоохранение	3
Страхование и недвижимость	3
Другое	6

Результаты анкетирования студентов университета показали, что одним из основных факторов, влияющих на формирование предпринимательских намерений, может являться наличие или отсутствие необходимых предпринимательских умений и способностей (рис. 3).

По оценке студентов, 32,6 % потенциальных предпринимателей и 75,7 % студентов, не имеющих предпринимательских намерений, придерживаются мнения, что они не обладают необходимыми предпринимательскими умениями и способностями для создания бизнеса либо сомневаются в их наличии у себя.

Особое внимание было уделено образовательному аспекту развития студенческого инновационного предпринимательства. В рамках исследования были проанализированы следующие аспекты: уровень участия студентов в образо-

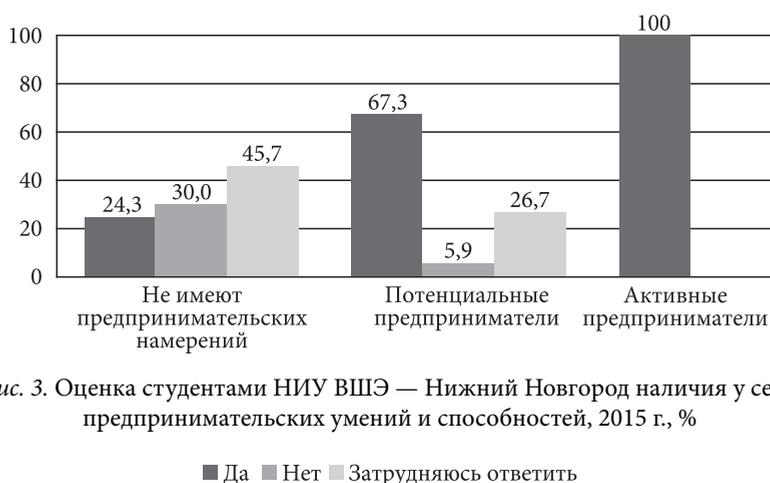


Рис. 3. Оценка студентами НИУ ВШЭ — Нижний Новгород наличия у себя предпринимательских умений и способностей, 2015 г., %

вательных мероприятиях по предпринимательству в целом и инновационному предпринимательству; уровень удовлетворенности образовательными мероприятиями по инновационному предпринимательству; влияние образовательных мероприятий по инновационному предпринимательству на приобретенные знания, способности и умения; потребности студентов в обучении инновационному предпринимательству.

Сначала был изучен уровень участия студентов в учебных курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству, чтобы составить представление о том, есть ли намерение у предпринимательски настроенных студентов разных профилей обучения посещать данные курсы и мероприятия, а также есть ли необходимость в совершенствовании учебных курсов и внеучебных мероприятий по предпринимательству.

Как показано на рис. 4, 46,2% всех студентов не прослушали ни одного учебного курса по предпринимательству и не посетили ни одного внеучебного мероприятия по предпринимательству. Невысокий показатель участия студентов разных профилей обучения в учебных курсах по предпринимательству свидетельствует о соответствующей интенсивности их обучения предпринимательству. Так, всего лишь 29,3% студентов прослушали как минимум один курс в качестве факультатива или предмета по выбору и 24,5% студентов — как минимум один курс в качестве обязательной дисциплины.

Уровень участия студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород во внеучебных образовательных мероприятиях по предпринимательству также можно охарактеризовать как невысокий. При этом уровень активности участия студентов экономико-управленческого профиля обучения во внеучебных мероприятиях по предпринимательству не превышает уровня участия студентов информационно-математического и социально-гуманитарного профилей. Кроме того, доля студентов

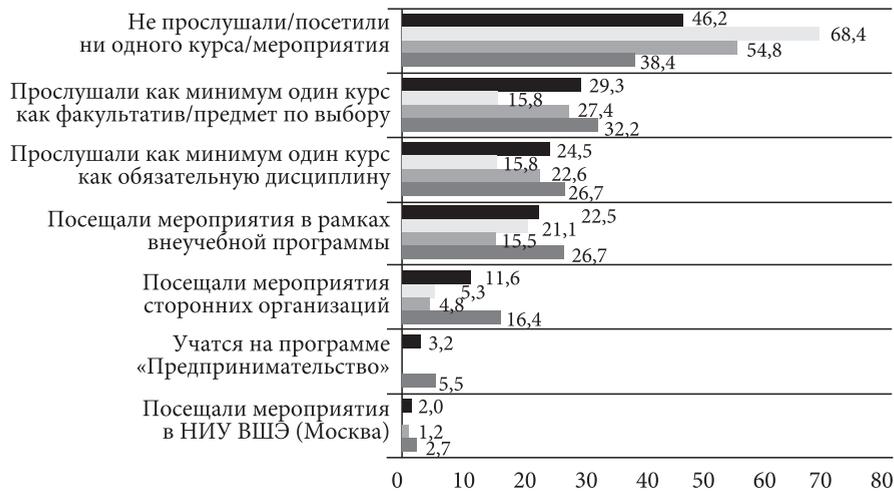


Рис. 4. Уровень участия студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород разных профилей обучения в курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству, 2015 г., %

Все профили
 Социально-гуманитарный
 Информационно-математический
 Экономико-управленческий

экономико-управленческого профиля, не прослушавших ни одного курса и не посетивших ни одного мероприятия по предпринимательству, высока и составляет 38,4%. Следовательно, факультетам экономико-управленческого профиля, равно как и другим факультетам, необходимо совершенствование предпринимательской составляющей учебных программ.

Уровень участия в учебных курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству сильно различается у группы потенциальных предпринимателей и группы студентов, не имеющих предпринимательских намерений (рис. 5). Участие в учебных курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству способствует повышению предпринимательской активности у студентов, поскольку потенциальные предприниматели гораздо чаще участвуют в учебных курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству, чем студенты, не имеющие предпринимательских намерений.

Что касается активности посещения внеучебных мероприятий по инновационному предпринимательству, то на рис. 5 показано, что потенциальные предприниматели чаще участвуют во внеучебных мероприятиях по инновационному предпринимательству, чем студенты, не имеющие предпринимательских намерений. Наиболее популярными в 2013 и в 2015 гг. как среди всех студентов, так и среди потенциальных предпринимателей были такие внеучебные мероприятия по инновационному предпринимательству, как лекции и семинары приглашенных экспертов (в них принимал участие 41 человек, в том числе 24 потенциаль-

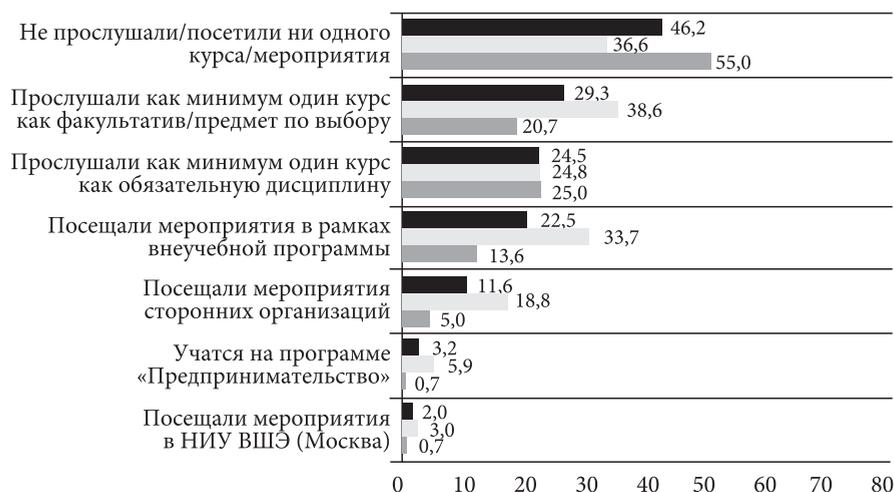


Рис. 5. Уровень участия студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород в учебных курсах и внеучебных мероприятиях по предпринимательству, 2015 г., %

■ Все студенты □ Потенциальные предприниматели
 ■ Не имеющие предпринимательских намерений

ных предпринимателя), бизнес-игра «Железный предприниматель» (22 и 14 человек соответственно) и весенняя школа (19 и 9 человек соответственно).

Следует отметить, что внеучебные мероприятия по инновационному предпринимательству в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород получили достаточно высокую оценку по степени удовлетворенности ими — от 4,2 до 6 баллов по 7-балльной шкале. Студенты в наибольшей мере удовлетворены лекциями и семинарами приглашенных экспертов (5,6 балла), бизнес-игрой «Железный предприниматель» (5,5 балла), мероприятиями кейс-клуба (5,4 балла), конкурсами инновационных проектов (5,3 балла) и школой предпринимательства «Технология бизнеса» (5,1 балла). Данный перечень практически полностью совпадает с наиболее популярными среди студентов образовательными мероприятиями.

На рис. 6 представлена оценка студентами влияния обучения инновационному предпринимательству на приобретение ими предпринимательских умений и способностей.

На основе степени согласия студентов с некоторыми утверждениями, представленными на рис. 6, был получен средний показатель оценки обучения предпринимательству в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, который составил 4,14 балла по 7-балльной шкале. Полученное значение чуть выше среднего, поэтому нельзя сделать вывод о том, что проводимые образовательные мероприятия оказали существенное влияние на формирование и развитие предпринимательских умений и способностей.



Рис. 6. Оценка студентами НИУ ВШЭ — Нижний Новгород влияния обучения инновационному предпринимательству на приобретение ими предпринимательских умений и способностей, 2015 г., баллы

Наиболее распространенными причинами неудовлетворенности проводимыми внеучебными образовательными мероприятиями по инновационному предпринимательству или отказа от участия в них являются слабая информированность о сроках проведения и содержании мероприятий (28,9%), нехватка времени в связи с работой и учебой (28,1%), а также низкое качество и эффективность мероприятий (22,1%) (рис. 7).

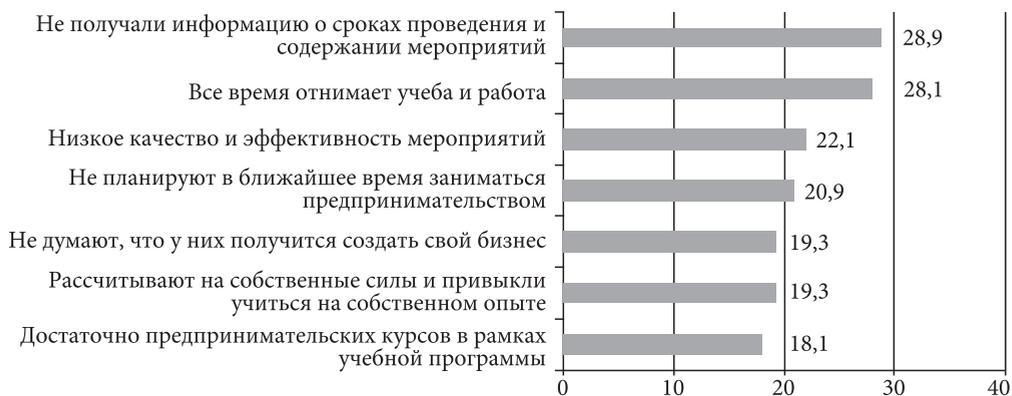


Рис. 7. Основные причины отказа студентов от участия во внеучебных образовательных мероприятиях по инновационному предпринимательству в НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, 2015 г., %

Наиболее распространенными стимулами студентов к участию во внеучебных образовательных мероприятиях по инновационному предпринимательству в университете служат возможность получить предпринимательские навыки и знания (36,9%), намерение узнать о возможностях и условиях создания собственного проекта (34,1%), желание послушать истории успеха предпринимателей (32,1%), намерение наладить связи (28,1%) и стать предпринимателем (22,5%). Потенциальные предприниматели оценивают данные стимулы выше, чем студенты вуза в целом, что свидетельствует о большей заинтересованности в посещении образовательных мероприятий по развитию инновационного предпринимательства.

Ключевой результат исследования — определение следующих потребностей студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород в обучении инновационному предпринимательству: потребность в развитии предпринимательских умений, качеств и способностей; востребованные форматы образовательных мероприятий; потребность в изучении наиболее интересных тем в рамках образовательных мероприятий.

Результаты анкетирования студентов показали, что оценка необходимых предпринимательских умений, качеств и способностей, сформулированных на основе результатов интервью с экспертами, почти не отличается у студентов разных профилей обучения. Все группы студентов оценили необходимость предложенных предпринимательских умений, способностей и качеств выше 4,2 балла по

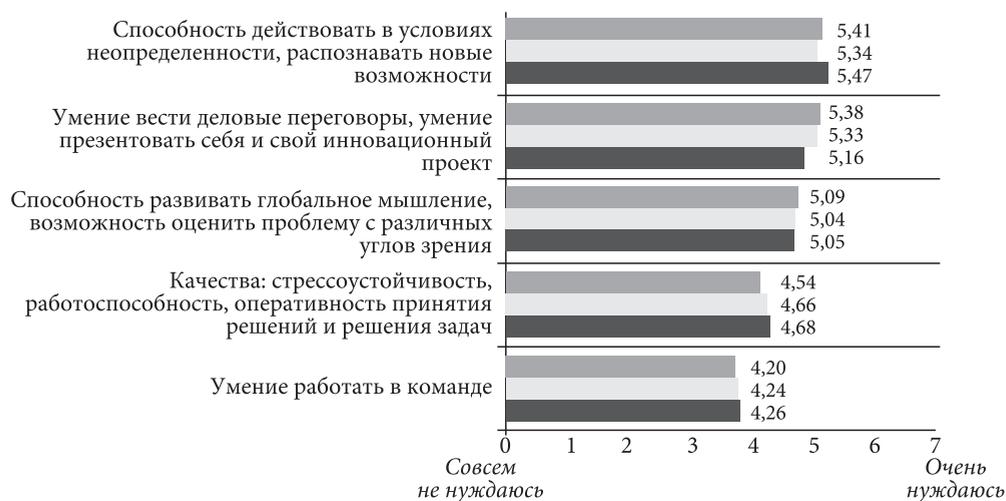


Рис. 8. Оценка степени необходимости для студентов разных профилей обучения НИУ ВШЭ — Нижний Новгород предпринимательских умений, способностей и качеств, 2015 г., баллы

■ Экономико-управленческий ■ Информационно-математический ■ Социально-гуманитарный

7-балльной шкале. На первом месте для каждой из трех групп студентов по необходимости приобретения располагается способность действовать в условиях неопределенности, а также распознавать новые возможности, на втором — умение вести деловые переговоры, презентовать себя и свой инновационный проект, на третьем — способность развивать глобальное мышление и возможность оценки проблемы с различных точек зрения, на четвертом — личностные качества, на пятом месте — умение работать в команде (рис. 8). Гипотеза о том, что оценка необходимых для студентов предпринимательских умений и способностей будет сильно отличаться у студентов разных профилей обучения, не подтвердилась.

Кроме того, оценка необходимых предпринимательских умений, способностей и качеств не отличается у потенциальных предпринимателей и студентов в целом — данные умения и способности важны для обеих групп студентов.

При ответе на вопросы анкеты были определены наиболее востребованные форматы мероприятий. На рис. 9 наглядно показано, что среди форматов мероприятий у студентов в целом, как и у потенциальных предпринимателей, лидируют встречи и живое общение, работа над собственным проектом, анализ бизнес-кейсов и бизнес-игры.

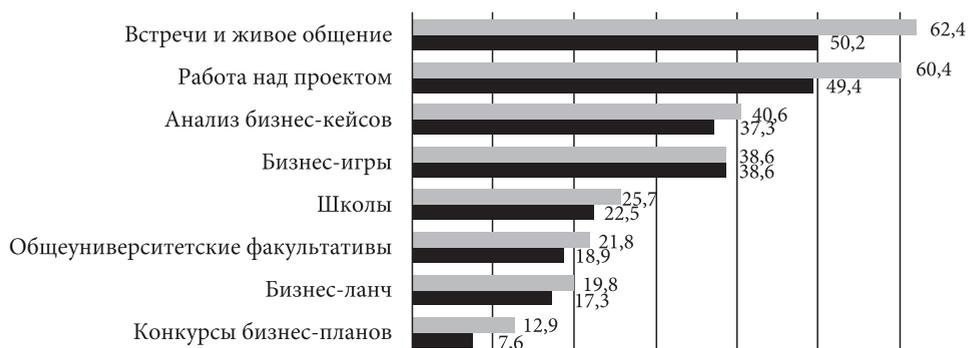


Рис. 9. Оценка степени востребованности образовательных мероприятий НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, 2015 г., %

■ Все студенты ■ Потенциальные предприниматели

Помимо форматов мероприятий были выявлены наиболее интересные студентам темы образовательных мероприятий по инновационному предпринимательству, которые представлены на рис. 10. Полный список тем был составлен на основе интервью с экспертами в соответствии с теми областями знаний и умений, которых не хватает студентам для создания собственного инновационного бизнеса.

Необходимо отметить, что наиболее интересные темы различаются у студентов разных профилей обучения. Студентам информационно-математического

Вовлечение студентов в инновационное предпринимательство...

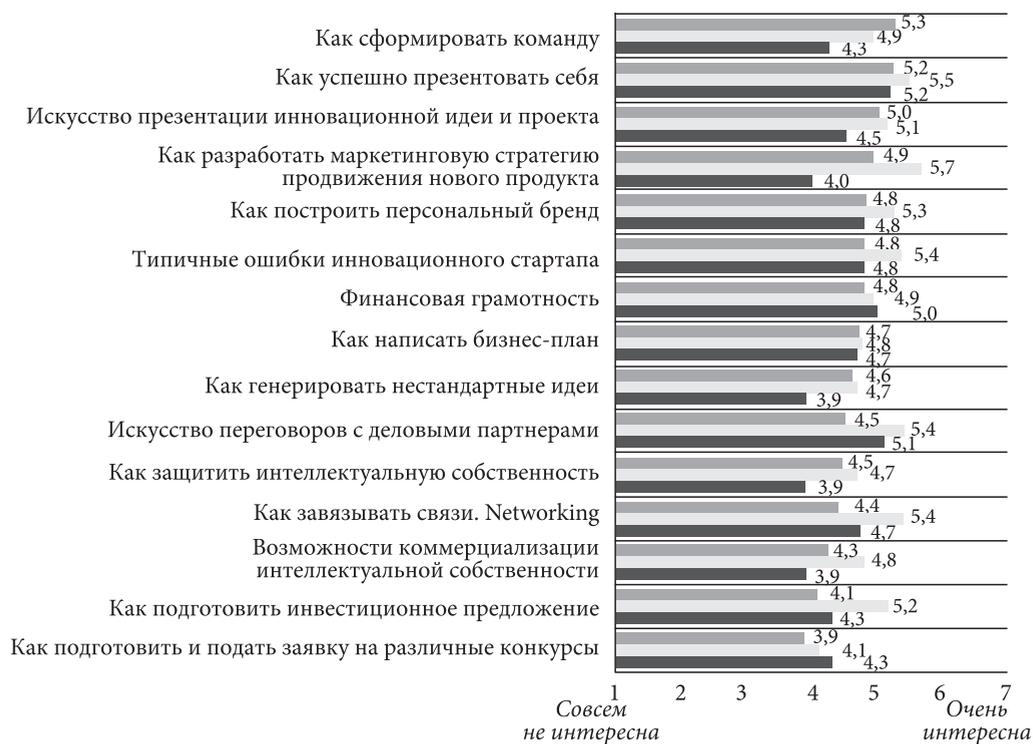


Рис. 10. Темы мероприятий по инновационному предпринимательству, наиболее интересные студентам НИУ ВШЭ — Нижний Новгород разных профилей обучения, 2015 г., баллы

■ Информационно-математический ■ Экономико-управленческий ■ Социально-гуманитарный

профиля интересны темы формирования команды, презентации себя и инновационной идеи/проекта, разработки маркетинговой стратегии продвижения продукта; студентам экономико-управленческого профиля — темы разработки маркетинговой стратегии продвижения продукта, презентации себя и инновационной идеи/проекта, переговоров с деловыми партнерами и искусства налаживания связей; у студентов социально-гуманитарного профиля особый интерес вызывают темы презентации себя, успешных переговоров с деловыми партнерами, финансовой грамотности и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ предпринимательских намерений и активности студентов НИУ ВШЭ — Нижний Новгород показал, что студенты положительно оценивают готовность стать предпринимателями только после получения ими опыта работы по найму. Тенденция откладывать начало предпринимательской деятельности

сохраняется на протяжении последних пяти лет. Доля потенциальных предпринимателей в общем числе опрошенных студентов значительно превышает долю активных предпринимателей, что свидетельствует о невысокой предпринимательской активности студентов университета. Одной из основных причин низкой предпринимательской активности среди студентов выступает их неуверенность в обладании необходимыми предпринимательскими умениями и способностями. В результате в своем большинстве потенциальные предприниматели в процессе создания собственной компании делают лишь первые шаги и находятся на стадии либо размышления о первых бизнес-идеях, либо анализа рынка и конкурентов.

Результаты исследования показывают, что НИУ ВШЭ — Нижний Новгород нуждается в совершенствовании образовательных мероприятий в рамках как учебной, так и внеучебной деятельности. Для студентов всех профилей обучения характерен невысокий уровень участия в учебных и внеучебных образовательных мероприятиях по предпринимательству, в том числе по причине низкого качества и эффективности данных мероприятий. Следовательно, необходимо усовершенствование предпринимательской составляющей образовательных мероприятий для всех профилей обучения: экономико-управленческого, информационно-математического и социально-гуманитарного.

Кроме того, оценка студентами влияния обучения инновационному предпринимательству на приобретение предпринимательских умений и способностей демонстрирует, что проводимые образовательные мероприятия не оказывают существенного влияния на формирование и развитие предпринимательских умений и способностей. При этом потенциальные предприниматели, как и студенты в целом, заинтересованы в приобретении умений и знаний в области инновационного предпринимательства, а также в работе над собственным проектом. Студентами всех профилей обучения особо выделены способность действовать в условиях неопределенности, развивать глобальное мышление, умение вести деловые переговоры, презентовать себя и свой инновационный проект.

В рамках исследования были определены наиболее востребованные у студентов университета форматы мероприятий: встречи и живое общение, работа над собственным проектом, анализ бизнес-кейсов и бизнес-игры. Данная потребность позволяет сделать вывод о том, что в рамках учебных и внеучебных дисциплин предпочтительнее воздержаться от исключительно теоретического обучения знаниям о создании бизнеса и сосредоточиться на получении непосредственного опыта предпринимательства через практические занятия и работу над собственным проектом.

Помимо форматов были выявлены темы мероприятий по инновационному предпринимательству, наиболее интересные для студентов различных профилей обучения. При этом был сделан вывод о том, что списки наиболее востребованных тем различаются у студентов разных профилей обучения, что позволяет выявить потребности студентов в приобретении знаний, способностей и умений.

Примерами могут служить навык формирования команды, написания бизнес-плана и разработки маркетинговой стратегии продвижения нового продукта.

На основе полученных результатов предполагается разработать комплекс образовательных мероприятий по инновационному предпринимательству для структурных подразделений НИУ ВШЭ — Нижний Новгород, деятельность которых будет направлена на развитие и поддержку инновационного предпринимательства в студенческой среде. Можно вести речь о том, что студентам необходима помощь в осуществлении работы над собственными инновационными проектами. Следует активно вовлекать в данный процесс успешных предпринимателей и экспертов, которые могут оказывать сопроводительную поддержку проектам и выступать менторами. Кроме того, университету необходимо обеспечить функционирование кейс-клуба, в рамках которого студенты могли бы анализировать различные ситуации, сложившиеся на практике ведения инновационного бизнеса.

Ограничением проведенного исследования является его нацеленность исключительно на студенческую аудиторию НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. Однако разработанная методика может найти применение для изучения предпринимательских намерений и активности, а также потребностей в обучении инновационному предпринимательству студентов других вузов.

В силу специфики исследуемого вуза, где большинство студентов обучается на экономико-управленческом и информационно-математическом профилях и совсем нет технических направлений, выборка представлена студентами только имеющих трех профилей: экономико-управленческого, информационно-математического, социально-гуманитарного. Это следует принимать во внимание при сравнении результатов с другими вузами.

Литература

- Барыкин А. Н., Икрянников В. О. Белые пятна теории и практики технологического предпринимательства // Менеджмент инноваций. 2010. № 3. С. 204–215.
- Верховская О. Р., Дорохина М. В., Сергеева А. В. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013: национальный отчет. 2013. URL: <http://www.gemconsortium.org/docs/3769/gem-russia-2013-report> (дата обращения: 26.05.2015).
- Еремина А. В., Зороастрова И. В. Выпускники вузов: стратегии карьерного старта // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 12. URL: <http://www.uecs.ru/uecs60-602013/item/2649-2013-12-23-08-32-17> (дата обращения: 02.06.2015).
- Индикаторы инновационной деятельности: 2015: статистический сборник / Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2015.
- Карпунина М. А., Савинова С. Ю., Шубнякова Н. Г. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. URL: <http://www.science-education.ru/116-12360> (дата обращения: 13.05.2015).
- Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. № 1. С. 49–62.

- Максимцов М. М., Горфинкель В. Я. Менеджмент малого бизнеса: учебник. М.: Вузовский учебник, 2007.
- Петросяни Д. В. Индекс развития человеческого потенциала в субъектах Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 43. С. 23–31.
- Петросяни Д. В. Предпринимательский вуз: зарубежный опыт и российская действительность // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 31. С. 41–48.
- Рубин Ю. Б. Компетентностный подход в обучении российской молодежи предпринимательству // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству»: сборник тезисов докладов. М.: МФПУ «Синергия», 2014. С. 5–14.
- Селезнев П. С. Европейский путь инновационной политики // Обозреватель — Observer. 2012. № 6. С. 107–121.
- Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р) // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ.2011. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/> (дата обращения: 07.05.2015).
- Чепуренко А. Ю. Реформа образования: как научить вузы предпринимательству // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2013. URL: <http://www.hse.ru/news/1163611/75135973.html> (дата обращения: 30.06.2015).
- Широкова Г. В., Цуканова Т. В., Богатырева К. А. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Россия 2013/2014: национальный отчет. 2014. URL: http://www.ruace.ru/about/documents/GUESSSS_2013_Rus.pdf (дата обращения: 07.06.2015).
- Anderson A., Jack S. Role Typologies for Enterprising Education: The Professional Artisan? // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2008. Vol. 15, N 2. P. 259–273.
- Clark B. R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. London: IAU PRESS, 1998.
- Cox L. W., Mueller S. L., Moss S. E. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-Efficacy // International Journal of Entrepreneurship Education. 2002/2003. Vol. 1, N 2. P. 229–245.
- Dana L. P. The Education and Training of Entrepreneurs in Asia // Education + Training. Vol. 43, N 8/9. MCB University Press, 2001. P. 405–415.
- Davidsson P., Honig B. The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18, N 3. P. 301–331.
- Deakins D., Freel M. Entrepreneurial Learning and the Growth Process in SMES // The Learning Organization. 1998. Vol. 5, N 3. P. 144–155.
- Erkkilä K. Entrepreneurial Education: Mapping the Debates in the United States, the United Kingdom and Finland. New York: Taylor & Francis, 2000.
- Etzkowitz H. The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action. London: Routledge, 2008.
- Garavan T. N., O’Cinneide B. Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation-Part 2 // Journal of European Industrial Training. 1994. Vol. 18, N 11. P. 13–21.
- Gibb A. Can We Build Effective Entrepreneurship through Management Development? // Journal of General Management. 1999. Vol. 24, N 4. P. 1–21.
- Gibb A. In Pursuit of a New «Enterprise» and «Entrepreneurship» Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge // International Journal of Management Reviews. 2002. Vol. 4, N 3. P. 223–269.
- Gibcus P., Kok J., Snijders J., Smit J., Van der Linden B. Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education. EIM Business & Policy Research. European Commission, DG Enterprise and Industry, 2012.
- Gorman G., Hanlon D., King W. Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enter-

- prise Education and Education for Small Business Management: A Ten Year Literature Review // *International Small Business Journal*. 1997. Vol. 15, N 3. P. 56–77.
- Haase H., Lautenschlager A. The Teachability Dilemma of Entrepreneurship // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2011. Vol. 7, N 2. P. 145–162.
- Hannon P.D. Philosophies of Enterprise and Entrepreneurship Education and Challenges for Higher Education in the UK // *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2005. N 6. P. 105–114.
- Higgins D., Elliott C. Learning to Make Sense: What Works in Entrepreneurial Education // *Journal of European Industrial Training*. 2010. Vol. 35, N 4. P. 345–367.
- Holcomb T.R., Ireland D.R., Holmes Jr. M.R., Hitt M.A. Architecture of Entrepreneurial Learning: Exploring the Links among Heuristics, Knowledge, and Action // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33, N 1. P. 167–192.
- Jamieson I. Schools and Enterprise // *Education for Enterprise* / eds A. G. Watts, P. Moran. CRAC, Ballinger, Cambridge, 1984. P. 19–27.
- Johannisson B. University Training for Entrepreneurship: A Swedish Approach // *Entrepreneurship and Regional Development*. 1991. Vol. 3, N 1. P. 67–82.
- Kakkonen M. L. Students' Perceptions of Their Business Competences and Entrepreneurial Intention // *Management*. 2011. Vol. 6, N 3. P. 225–243.
- Katz J. A. Endowed Positions: Entrepreneurship and Related Fields // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1991. Vol. 15, N 3. P. 53–67.
- Kolb D. A. *Experiential learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1984.
- Kolvreid L., Moen O. Entrepreneurship among Business Graduates: Does a Major in Entrepreneurship Make a Difference? // *Journal of European Industrial Training*. 1997. Vol. 21, N 4. P. 154–160.
- Kozlinska I. Contemporary Approaches to Entrepreneurship Education // *Journal of Business Management*. 2011. N 4. P. 205–220.
- Kozlinska I., Mets T., Sauka A., Goba I. Entrepreneurship Education Best Practices from the Netherlands and the United Kingdom. Insights from the CB Entreint Project Study Trips // *Business + Economy*. 2013. N 6. URL: http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/Aalto_Report_BE_2013_006.pdf (дата обращения: 10.08.2015).
- Lee S. M., Chang D., Lim S. B. Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U. S. and Korea // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2005. Vol. 1. P. 27–43.
- Lee G., McGuiggan R., Holland B. Balancing Student Learning and Commercial Outcomes in the Workplace // *Higher Education Research & Development*. 2010. Vol. 29, N 5. P. 561–574.
- McMullan W. E., Gillin L. M. Industrial Viewpoint — Entrepreneurship Education // *Technovation*. 1998. Vol. 18, N 4. P. 275–286.
- Menzies T. V., Paradi J. C. Entrepreneurship Education and Engineering Students — Career Path and Business Performance // *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2003. Vol. 4, N 2. P. 121–132.
- Morris M. H., Webb J. W., Fu J., Singhal S. A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights // *Journal of Small Business Management*. 2013. Vol. 51, N 3. P. 352–369.
- Nab J., Pilot A., Brinkkemper S., Ten Berge H. Authentic Competence-Based Learning in University Education in Entrepreneurship // *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2010. Vol. 9, N 11. P. 20–35.
- Neck H., Greene P., Brush C. Practice-Based Entrepreneurship Education using Actionable Theory // *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy* / ed. by M. H. Morris. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2014a. P. 3–20.
- Neck H., Greene P., Brush C. *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd, 2014b.

- Peterman N., Kennedy J. Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2003. Vol. 28, N 2. P. 129–144.
- Pirinen R. Actualization of Learning by Developing (LbD): An Analysis // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. 2009. Vol. 4. P. 46–58.
- Politis D. The Process of Entrepreneurial Learning: Conceptual Framework // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005. Vol. 29, N 4. P. 399–424.
- Rae D. Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework for Technology-Based Enterprise // *Technology Analysis and Strategic Management*. 2006. Vol. 18, N 1. P. 39–56.
- Saee J. A Critical Evaluation of Australian Entrepreneurship Education and Training. Proceedings of the Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference. Arnhem, 1996.
- Saks N. T., Gaglio C. M. Can Opportunity Identification Be Taught? // *Journal of Enterprising Culture*. 2002. Vol. 10, N 4. P. 313–347.
- Sánchez J. University Training for Entrepreneurial Competences: Its Impact on Intention of Venture Creation // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2011. Vol. 7, N 2. P. 239–254.
- Schumpeter J. A. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: eine untersuchung über unternehmergewinn, kapital, kredit, zins und den konjunkturzyklus, 1911. (Англ. пер.: Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle / Redvers Opie. Cambridge: Harvard University Press, 1934.)
- Seikkula-Leino J., Ruskovaara E., Ikavalko M., Mattila J., Rytkola T. Promoting Entrepreneurship Education: The Role of the Teacher? // *Education + Training*. Vol. 52, N 2. MCB University Press, 2010. P. 117–127.
- Shirokova G., Kulikov A. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report: Russia. 2011. URL: http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/Russia_2011.pdf (дата обращения: 07.10.2015).
- Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. Student Entrepreneurship across the Globe: A Look at Intentions and Activities. International Report of the GUESSS Project. 2014. URL: http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf (дата обращения: 10.10.2015).
- Singer S., Amorós J. E., Arreola D. M. Global Entrepreneurship Monitor. Global Report. 2014. URL: <http://www.gemconsortium.org/report/49079> (дата обращения: 10.10.2015).
- Smith A. J., Collins L. A., Hannon P. D. Embedding New Entrepreneurship Programmes in UK Higher Education Institutions: Challenges and Considerations // *Education+Training*. Vol. 48, N 8/9. MCB University Press, 2006. P. 555–567.
- Vanevenhoven J., Liguori E. The Impact of Entrepreneurship Education: Introducing the Entrepreneurship Education Project // *Journal of Small Business Management*. 2013. Vol. 51, N 3. P. 315–328.
- Vesper K. H. Venture Initiation Courses in U. S Business Schools // *Academy of Management Journal*. 1971. Vol. 14, N 4. P. 525–528.
- Warren L. A Systemic Approach to Entrepreneurial Learning: An Exploration using Storytelling // *Systems Research and Behavioral Science*. 2004. Vol. 21, N 1. P. 3–16.
- Wong P. K., Ho Y. P., Autio E. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24, N 3. P. 335–350.

References

- Barykin A. N., Ikriannikov V. O. Belye piatna teorii i praktiki tekhnologicheskogo predprinimatel'stva [White Spots of Theory and Practice of Technological Entrepreneurship]. *Menedzhment innovatsii*, 2010, no. 3, pp. 204–215. (In Russian)
- Verkhovskaia O. R., Dorokhina M. V., Sergeeva A. V. *Global'nyi monitoring predprinimatel'stva. Rossiia 2013: natsional'nyi otchet* [The Global Entrepreneurship Monitor. Russia 2013: National Report], 2013. Available at: <http://www.gemconsortium.org/docs/3769/gem-russia-2013-report> (accessed 26.05.2015). (In Russian)

- Eremina A. V., Zoroastrova I. V. Vypuskniki vuzov: strategii kar'ernogo starta [University Graduates: The Career Start Strategies]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal*, 2013, no. 12. Available at: <http://www.uecs.ru/uecs60-602013/item/2649-2013-12-23-08-32-17> (accessed 02.06.2015). (In Russian)
- N. V. Gorodnikova, L. M. Gokhberg, K. A. Ditkovskii et al. *Indikatory innovatsionnoi deiatel'nosti: 2015: statisticheskii sbornik [Indicators of Innovation: 2015: Statistical Collection]*. Moscow, NIU VShE Publ., 2015. (In Russian)
- Karpunina M. A., Savinova S. Iu., Shubniakova N. G. Formirovanie molodezhnogo predprinimatel'skogo soobshchestva kak instrument povysheniia predprinimatel'skoi aktivnosti v Rossii [Formation of Youth Business Community as the Instrument of Increase of Business Activity in Russia]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2014, no. 2. Available at: <http://www.science-education.ru/116-12360> (accessed 13.05.2015). (In Russian)
- Konstantinov G. N., Filonovich S. R. Chto takoe predprinimatel'skii universitet [What a Business-Oriented University?]. *Voprosy obrazovaniia*, 2007, no. 1, pp. 49–62. (In Russian)
- Maksimov M. M., Gorfinkel' V. Ia. *Menedzhment malogo biznesa: uchebnik [Small Business Management: A Textbook]*. Moscow, Vuzovskii uchebnik Publ., 2007. (In Russian)
- Petrosiants D. V. Indeks razvitiia chelovecheskogo potentsiala v sub"ektakh Rossiiskoi Federatsii [Human Development Index in Russian Region]. *Regional'naia ekonomika: teoriia i praktika*, 2011, no. 43, pp. 23–31. (In Russian)
- Petrosiants D. V. Predprinimatel'skii vuz: zarubezhnyi opyt i rossiiskaia deistvitel'nost' [The Entrepreneurial University: Foreign Experience and Russian Reality]. *Regional'naia ekonomika: teoriia i praktika*, 2013, no. 31, pp. 41–48. (In Russian)
- Rubin Iu. B. Kompetentnostnyi podkhod v obuchenii rossiiskoi molodezhi predprinimatel'stvu [Competence Approach in the Russian Youth Entrepreneurship Training]. *Mezhdunarodnaia konferentsiia «Formirovanie professional'nykh predprinimatel'skikh kompetentsii molodezhi v protsesse obucheniia predprinimatel'stvu»: Sbornik tezisov dokladov*. Moscow, MFPU «Sinergia» Publ., 2014, pp. 5–14. (In Russian)
- Seleznev P. S. Evropeiskii put' innovatsionnoi politiki [The European Way of Innovation Policy]. *Observer*, 2012, no. 6, pp. 107–121. (In Russian)
- Strategiia innovatsionnogo razvitiia Rossiiskoi Federatsii na period do 2020 goda (utv. rasporyazheniem Pravitel'stva RF ot 8 dekabria 2011 g., no. 2227-r) [Russian Federation Innovative Development Strategy for the Period until 2020: Approved by the RF Government Dated 8th of December, 2011, no. 2227-r]. *Informatsionno-pravovoi portal GARANT.RU.2011*. Available at: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/> (accessed 07.05.2015). (In Russian)
- Chepurenko A. Iu. Reforma obrazovaniia: kak nauchit' vuzy predprinimatel'stvu [Education Reform: How to Teach Entrepreneurship Universities]. *Natsional'nyi issledovatel'skii universitet «Vysshiaia shkola ekonomiki»*, 2013. Available at: <http://www.hse.ru/news/1163611/75135973.html> (accessed 30.06.2015). (In Russian)
- Shirokova G. V., Tsukanova T. V., Bogatyreva K. A. *Global'noe issledovanie predprinimatel'skogo dukha studentov. Rossiia 2013/2014: natsional'nyi otchet [Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. Russia 2013/2014: National Report]*, 2014. Available at: http://www.ruaae.ru/about/documents/GUESSS_2013_Rus.pdf (accessed 07.06.2015). (In Russian)
- Anderson A., Jack S. Role Typologies for Enterprising Education: The Professional Artisan? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2008, vol. 15, no. 2, pp. 259–273.
- Clark B. R. *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. London, IAU PRESS, 1998.
- Cox L. W., Mueller S. L., Moss S. E. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-Efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2002/2003, vol. 1, no. 2, pp. 229–245.
- Dana L. P. The Education and Training of Entrepreneurs in Asia. *Education + Training*, vol. 43, no. 8/9. MCB University Press, 2001, pp. 405–415.

- Davidsson P., Honig B. The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 2003, vol. 18, no. 3, pp. 301–331.
- Deakins D., Freel M. Entrepreneurial Learning and the Growth Process in SMES. *The Learning Organization*, 1998, vol. 5, no. 3, pp. 144–155.
- Erkkilä K. *Entrepreneurial Education: Mapping the Debates in the United States, the United Kingdom and Finland*. New York, Taylor & Francis, 2000.
- Etzkowitz H. *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. London, Routledge, 2008.
- Garavan T.N., O'Cinneide B. Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation—Part 2. *Journal of European Industrial Training*, 1994, vol. 18, no. 11, pp. 13–21.
- Gibb A. Can We Build Effective Entrepreneurship through Management Development? *Journal of General Management*, 1999, vol. 24, no. 4, pp. 1–21.
- Gibb A. In Pursuit of a New «Enterprise» and «Entrepreneurship» Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 2002, vol. 4, no. 3, pp. 223–269.
- Gibcus P., Kok J., Snijders J., Smit J., Van der Linden B. *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*. EIM Business & Policy Research. European Commission, DG Enterprise and Industry, 2012.
- Gorman G., Hanlon D., King W. Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten Year Literature Review. *International Small Business Journal*, 1997, vol. 15, no. 3, pp. 56–77.
- Haase H., Lautenschlager A. The Teachability Dilemma of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2011, vol. 7, no. 2, pp. 145–162.
- Hannon P.D. Philosophies of Enterprise and Entrepreneurship Education and Challenges for Higher Education in the UK. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2005, no. 6, pp. 105–114.
- Higgins D., Elliott C. Learning to Make Sense: What Works in Entrepreneurial Education. *Journal of European Industrial Training*, 2010, vol. 35, no. 4, pp. 345–367.
- Holcomb T.R., Ireland D.R., Holmes Jr. M.R., Hitt M.A. Architecture of Entrepreneurial Learning: Exploring the Links among Heuristics, Knowledge, and Action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 167–192.
- Jamieson I. Schools and Enterprise. *Education for Enterprise*. Eds A. G. Watts, P. Moran. CRAC, Ballinger, Cambridge, 1984, pp. 19–27.
- Johannisson B. University Training for Entrepreneurship: A Swedish Approach. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1991, vol. 3, no. 1, pp. 67–82.
- Kakkonen M. L. Students' Perceptions of Their Business Competences and Entrepreneurial Intention. *Management*, 2011, vol. 6, no. 3, pp. 225–243.
- Katz J. A. Endowed Positions: Entrepreneurship and Related Fields. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, vol. 15, no. 3, pp. 53–67.
- Kolb D.A. *Experiential learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1984.
- 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.
- Kozlinska I. Contemporary Approaches to Entrepreneurship Education. *Journal of Business Management*, 2011, no. 4, pp. 205–220.
- Kozlinska I., Mets T., Sauka A., Goba I. Entrepreneurship Education Best Practices from the Netherlands and the United Kingdom. Insights from the CB Entrepreneur Project Study Trips. *Business + Economy*, 2013, no. 6. Available at: http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/Aalto_Report_BE_2013_006.pdf (accessed 10.08.2015).

- Lee S.M., Chang D., Lim S.B. Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2005, vol. 1, pp. 27–43.
- Lee G., McGuiggan R., Holland B. Balancing Student Learning and Commercial Outcomes in the Workplace. *Higher Education Research & Development*, 2010, vol. 29, no. 5, pp. 561–574.
- McMullan W.E., Gillin L.M. Industrial Viewpoint — Entrepreneurship Education. *Technovation*, 1998, vol. 18, no. 4, pp. 275–286.
- Menzies T.V., Paradi J.C. Entrepreneurship Education and Engineering Students — Career Path and Business Performance. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2003, vol. 4, no. 2, pp. 121–132.
- Morris M.H., Webb J.W., Fu J., Singhal S. A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 3, pp. 352–369.
- Nab J., Pilot A., Brinkkemper S., Ten Berge H. Authentic Competence-Based Learning in University Education in Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2010, vol. 9, no. 11, pp. 20–35.
- Neck H., Greene P., Brush C. Practice-Based Entrepreneurship Education using Actionable Theory. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*. Ed. by M.H. Morris. Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing, 2014a, pp. 3–20.
- Neck H., Greene P., Brush C. *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing Ltd, 2014b.
- Peterman N., Kennedy J. Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, vol. 28, no. 2, pp. 129–144.
- Pirinen R. Actualization of Learning by Developing (LbD): An Analysis. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 2009, vol. 4, pp. 46–58.
- Politis D. The Process of Entrepreneurial Learning: Conceptual Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, vol. 29, no. 4, pp. 399–424.
- Rae D. Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework for Technology-Based Enterprise. *Technology Analysis and Strategic Management*, 2006, vol. 18, no. 1, pp. 39–56.
- Saeed J. A Critical Evaluation of Australian Entrepreneurship Education and Training. *Proceedings of the Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference*. Arnhem, 1996.
- Saks N.T., Gaglio C.M. Can Opportunity Identification Be Taught? *Journal of Enterprising Culture*, 2002, vol. 10, no. 4, pp. 313–347.
- Sánchez J. University Training for Entrepreneurial Competences: Its Impact on Intention of Venture Creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2011, vol. 7, no. 2, pp. 239–254.
- Schumpeter J.A. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: eine untersuchung über unternehmerrgewinn, kapital, kredit, zins und den konjunkturzyklus*, 1911. (Engl. transl.: Schumpeter J.A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Redvers Opie. Cambridge, Harvard University Press, 1934.)
- Seikkula-Leino J., Ruskovaara E., Ikavalko M., Mattila J., Rytkola T. Promoting Entrepreneurship Education: The Role of the Teacher? *Education + Training*, vol. 52, no. 2. MCB University Press, 2010, pp. 117–127.
- Shirokova G., Kulikov A. *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*. National Report: *Russia*, 2011. Available at: http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/Russia_2011.pdf (accessed 07.10.2015).
- Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. *Student Entrepreneurship across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. International Report of the GUESSS Project, 2014. Available at: http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf (accessed 10.10.2015).
- Singer S., Amorós J.E., Arreola D.M. *Global Entrepreneurship Monitor*. Global Report, 2014. Available at: <http://www.gemconsortium.org/report/49079> (accessed 10.10.2015).

- Smith A. J., Collins L. A., Hannon P. D. Embedding New Entrepreneurship Programmes in UK Higher Education Institutions: Challenges and Considerations. *Education+Training*, vol. 48, no. 8/9. MCB University Press, 2006, pp. 555–567.
- Vanevenhoven J., Liguori E. The Impact of Entrepreneurship Education: Introducing the Entrepreneurship Education Project. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 3, pp. 315–328.
- Vesper K. H. Venture Initiation Courses in U.S. Business Schools. *Academy of Management Journal*, 1971, vol. 14, no. 4, pp. 525–528.
- Warren L. A Systemic Approach to Entrepreneurial Learning: An Exploration using Storytelling. *Systems Research and Behavioral Science*, 2004, vol. 21, no. 1, pp. 3–16.
- Wong P. K., Ho Y. P., Autio E. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, no. 3, pp. 335–350.

Статья поступила в редакцию 26 августа 2015 г.

Контактная информация

Бутрюмова Надежда Николаевна — кандидат экономических наук, доцент;
nbutrymova@hse.ru

Слепнева Юлия Николаевна — магистр менеджмента; yul-slepneva@yandex.ru

Butryumova Nadezhda N. — Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor;
nbutrymova@hse.ru

Slepneva Yulia N. — Master of Management; yul-slepneva@yandex.ru