

*Соломон Д., профессор менеджмента, Школа бизнеса Университета Джорджа Вашингтона, главный редактор Journal of Small Business Management (Журнал управления малым бизнесом), директор Центра предпринимательского совершенствования (Center For Entrepreneurial Excellence), бывший президент USASBE, gsolomon@gwu.edu*

*Мэтьюз Ч., заслуженный профессор, профессор предпринимательства и стратегического менеджмента, Колледж бизнеса Карла Линднера Университета Цинциннати, учредитель и исполнительный директор Центра обучения и исследования предпринимательства, директор Института малого бизнеса, учредитель ряда стартапов, charles.matthews@uc.edu*

## Путаница в обучении управлению малым бизнесом и предпринимательству: количественный анализ

Данная работа впервые была опубликована в 2014 г. как глава в коллективной научной монографии «Летопись предпринимательского образования и педагогики — 2014», выпущенной Ассоциацией малого бизнеса и предпринимательства США — USASBE<sup>1</sup>.

В сфере обучения предпринимательству оба автора являются светилами международного уровня, всемирно признанными педагогами и исследователями предпринимательства. Будучи постоянными партнерами Российской ассоциации обучения предпринимательству (учредителя журнала «Современная конкуренция»), они дали согласие на осуществление перевода и публикацию своей работы как отдельной научной статьи.

Статья посвящена описанию наблюдаемого в сфере обучения предпринимательству отсутствия единообразия в предметных областях (а затем в содержании учебных программ и курсов) предпринимательства и управления малым бизнесом. Авторы проводят обзор научной литературы (от Кантильона до наших дней) для выявления отличительных свойств и характеристики предпринимательства и предпринимателя, в результате чего выделяют два типа индивидуального предпринимательства: предпринимательство в сфере малого бизнеса, ориентированного на устойчивое состояние роста (малый, семейный бизнес), и предпринимательство в сфере масштабируемого бизнеса, ориентированного на ускоренный рост. В работе приводятся ключевые отличия двух типов предпринимательства, выявленные с использованием многофакторной модели дифференциации управления (предпринимательства) Уивера и Соломона: разная планируемая скорость роста бизнеса; разный уровень креативности и внедрения инноваций; намерение обеспечить семью предпринимательским доходом (создание занятости и благосостояния для участников предпринимательского окружения); независимость и прямой контроль бизнеса как владения (стратегическая кооперация для масштабирования бизнеса, создающего ценность) и др.

Авторы утверждают, что вследствие неспособности различать эти два типа предпринимательства в программах обучения постепенно сформировался чрезмерный уклон в пользу предпринимательства масштабируемого бизнеса, а деятельность по управлению малым (семейным) бизнесом для обеспечения устойчивого состояния роста вытесняется из учебных программ и курсов, ошибочно перестает рассматриваться как предпринимательство.

Свою позицию авторы подкрепляют данными Национального обследования обучения предпринимательству, отражающими содержание и частоту предложения курсов по управлению бизнесом и предпринимательству, типы учебной педагогики, тематические области учебных программ.

<sup>1</sup> Solomon G. & Matthews C. H. The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: A qualitative analysis. Annals of entrepreneurship education and pedagogy (Michael Morris, Ed), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2014, pp. 91–115. Reprinted with permission.

Завершается статья широким набором авторских рекомендаций преподавателям и администраторам в сфере предпринимательства, в частности о строгом пересмотре учебных программ и курсов по предпринимательству с учетом раскрытых обстоятельств, о расстановке акцентов внимания в определенных темах обучения в соответствии с учебными потребностями предпринимателя того или иного типа, а также рядом других теоретических, методологических, педагогических и терминологических предложений и советов.

**Ключевые слова:** обучение предпринимательству, управление малым бизнесом, педагогики обучения, предложения курсов, ускоренный рост масштабируемого бизнеса, устойчивое состояние роста малого бизнеса.

## Введение

В 1980-х годах «стратегическое планирование» было горячей темой и среди как академических исследователей, и среди руководителей многоуровневых организаций. Тогда корпорации нанимали стратегов и планировщиков (специалистов в области стратегического планирования) в массовом порядке. Когда Джек Уэлч стал Генеральным директором «Дженерал Электрик», он обнаружил более 250 таких стратегов в руководящих органах корпорации. Это сподвигло известного академического ученого Генри Минцберга написать хлесткую и пронизательную главу книги под названием «Если стратегическое планирование — это все, то, наверно, это ничто» [Mintzberg, 1994].

Формирующаяся научная дисциплина «Предпринимательство» уже имеет терминологическую проблему, вызванную чрезмерным использованием слов «предприниматель», «предпринимательство», так же как и чрезмерным и неправильным использованием прилагательного «предпринимательский (-ское, -ская)». Неправильное употребление прилагательного «предпринимательский» наиболее разрушительно при использовании его как синонима словам «творческий» и «инновационный», оно часто используется бездумно и безответственно как бессмысленный модификатор (например, предпринимательский кампус, предпринимательские финансы, предпринимательская таблица данных). Возможно, скоро будет написана статья, аналогичная критической публикации Минцберга двад-

цатилетней давности, под названием «Если предпринимательство — это все, то, наверно, это ничто».

Когда научная дисциплина «Предпринимательство» была еще в зачаточном состоянии, Билл Гартнер в своей статье 1988 г. «Кто такой предприниматель? — это неправильный вопрос» дал ученым свободу, чтобы преодолеть оковы педантичности и продолжить необходимые исследования. Сейчас эта сфера знаний, находясь в «подростковом» возрасте, может продуктивно пересмотреть дебаты Гартнера по поводу определений. Нет такой сферы знаний, где это более необходимо, чем в области обучения предпринимательству, к которой можно отнести прямое и косвенное обучение студентов и будущих предпринимателей искусству и науке создания нового предприятия и стоимости.

## Обзор литературы

### Обучение предпринимательству

В последние 20 лет во всем мире происходит необыкновенное распространение образовательных программ и курсов обучения предпринимательству. 26 опубликованных статей и монографий, цитируемых здесь, не более чем выборка из исследовательского фокуса на «революцию», которую обучение предпринимательству произвело в учебных заведениях (см. список литературы).

Трансформация от незначительного до массового интереса к предпринимательству ставит серьезные учебные и пе-

дагогические задачи перед администраторами, профессорами и другими преподавателями в высших учебных заведениях. Одна из этих задач — определение, какие (если они есть) сходства и (или) различия существуют между процессами и поведением владельцев малого бизнеса (предпринимателей), стремящихся к устойчивому состоянию, и предпринимателями, стремящимися к ускоренному росту бизнеса. Чтобы разобраться в этом анализе, ниже приведены определения двух типов субъектов.

*Предприниматели, ориентированные на устойчивость бизнеса*, — люди, которые начинают и (или) управляются с новым или существующим бизнесом в коммерческих или в некоммерческих целях как основным источником дохода, с фокусом на такую занятость, которая формирует их стиль жизни и заменяет заработную плату, в первую очередь для поддержания своих и (или) семейных экономических потребностей.

*Предприниматели, ориентированные на ускоренный рост бизнеса*, — лица, которые своими действиями создают новые и инновационные продукты, процессы, новые услуги, новые предприятия в коммерческих или некоммерческих целях с намерением значительно улучшить и развивать их, таким образом создавая и повышая производительность, благосостояние и занятость как учредителей, так и сотрудников и инвесторов (пока неизвестных).

В своей чистейшей форме предпринимательство — это искусство и наука создания нового предприятия и новой ценности для множества заинтересованных сторон (например, клиентов, сотрудников и сообществ). По аналогии мы определяем «предпринимателя» как человека, который берет на себя риск и задачи создания ценности и предприятия. Предпринимателями являются учредители как предприятия малого бизнеса, претендующего на устойчивое состояние, так и предприятия, претендующего на ускоренный (масштабируемый) рост. Это создает почву для обсуждения обучения

«венчурному предпринимательству ускоренного роста» и сопутствующих ему образовательных требований к обучению управленческим ростом, а также обучения «предпринимательству устойчивого малого (семейного) бизнеса» и его специфических требований к обучению менеджменту малого бизнеса. Давайте начнем наше исследование, рассматривая центрального персонажа в дискуссии, «предпринимателя», и того, что отличает этого человека от остального населения.

### **Определение предпринимателя и предпринимательства**

Работа Шумпетера [Schumpeter, 1911, английская версия 1934] отдает должное Миллю (1848) в том, что он ввел термин «предпринимательство» во всеобщее употребление среди экономистов. Однако само слово было использовано гораздо раньше. Кантильон, в 1700-х годах охарактеризовал предпринимателя как лицо, принимающее рациональные решения, того, кто принимает риск и обеспечивает управление фирмой [Kilby, 1976]. В версии Шумпетера 1911 г. он определил предпринимателя, используя термины «беспокойный», «смелый» и «инновационный». Слово «предприниматель» (*entrepreneur*) происходит от французского глагола «*entreprendre*», что означает предпринять, попытаться, попробовать, осуществлять или исполнять договор. Милль (как цитирует его Шумпетер, 1934) фокусируется на принятии на себя риска как ключевом факторе, отличающем предпринимателя от менеджера. Современные словари и веб-сайты используют «риск» в качестве одного из основных определяющих признаков предпринимателя.

В своей книге «Теория экономического развития» Шумпетер (1934) предлагает три типологии по теории предпринимательства (Гросс, 2005): 1) введение нового товара, способа производства, открытие нового рынка, нового источника сырья или реорганизация индустрии; 2) мотивация, включая

волю к победе, к борьбе и преодолению; радость и удовлетворение, исходящие от творческого создания и разрешения проблемы; 3) природа инновационных задач, инерция, лежащая в сознании индивида, и страх социальных санкций или клейма неудачника.

Со времени выхода новаторской работы Шумпетера изучение предпринимательства и развития предприятий вызвало рост интереса в академических и профессиональных кругах. Из синтеза шумпетерианского описания деятельности, связанной с поведением, мотивацией и действиями предпринимателей, и представления о предпринимательских результатах в виде создания предприятия и ценности, кажется совершенно очевидным, что между предпринимателями и начинаниями, ориентированными на достижение устойчивости, и предпринимателями и начинаниями, ориентированными на ускоренный рост, есть четкое различие. То есть, хотя владельцы малого бизнеса, сфокусированного на устойчивом состоянии, и основатели предприятий, ориентированных на ускоренный рост, являются предпринимателями в том смысле, что они берут на себя риск и вовлекаются в деятельность по созданию предприятия и ценности, они фундаментально различаются в стремлении к росту. Большое различие между владельцем устойчивого бизнеса и основателем предприятия ускоренного роста заключается в том, что последний мотивирован на создание изменений путем внедрения масштабируемых товаров и процессов, и в том, что получаемые им в результате радость и удовлетворение, исходят от творения, которое в конечном итоге нарушает статус-кво.

Мотивационная энергия предпринимателя, как показано в оригинальном исследовании Дэвида Макклиланда, существенно способствует определению «предпринимателя». В 1960 г. доктор Макклиланд разработал теорию трех факторов мотивации и расширил свое исследование, рассматривая мотивацию достижения, экономическое развитие и роль предпринимателя. Его ранние

исследования построены на работе Шумпетера, но сосредоточены главным образом на том, как обучить людей быть более ориентированными на достижения и тем самым повышать их вовлеченность в процесс создания нового предприятия. Его исследование 1987 г. по поводу межкультурных компетенций рассматривает общие черты выборки успешных предпринимателей независимо от страны и типа бизнеса. Ученые и исследователи называли такое поведение как «про социальная власть» [El Tarabishy et al., 2006].

Вкратце, исследование Макклиланда изучает мотивацию достижения и ее воздействие на желание индивида начать новое предприятие и управлять им. Его позднее исследование демонстрирует определенную причинно-следственную связь между сильно мотивированной на достижения личностью и экономическим ростом [Макклиланд, Винтерс, 1986].

### Продолжая разговор

Обширное исследование Дельфи, проведенное Вильямом Гартнером, рассматривает отличительные действия и поведение предпринимателей по сравнению с владельцами малых предприятий. Гартнер в своей статье «О чем мы говорим, когда мы говорим о предпринимательстве?» попытался заложить основу для определения предпринимательства, а также представить обзор всего массива знаний, составляющих теорию предпринимательства в то время [Gartner, 1990].

Используя метод Дельфи и выборку респондентов, в том числе ученых и исследователей в области предпринимательства, Гартнер приходит к выводу, что предпринимательство включает лиц, осуществляющих семь различных видов деятельности и связанных с ними компетенций:

- деятельность, связанная со становлением в качестве управляющего — владельца фирмы;
- создание нового бизнеса;
- инновационность;

- приобретение существующего бизнеса;
- старт инновационной затеи в рамках устоявшейся организации;
- создание некоммерческого бизнеса;
- создание правительственной организации.

Второй раунд сбора Гартнером данных с использованием метода Дельфи принес многочисленные новые ответы, которые потребовали от него применения факторного анализа данных. Было выбрано решение с восемью факторами, что составило 67,3% дисперсии ответов [Gartner, 1990]. Наконец, был проведен кластерный анализ данных для определения, можно ли сгруппировать вместе эти данные на основании рейтинга восьми тем. Из двух кластерных группировок одна представляла характеристики предпринимательства (предприниматель, инновации, рост и уникальность), в то время как другая была сосредоточена на результатах предпринимательской деятельности (создание организации, создание стоимости, получение прибыли, управляющий владелец) [Gartner, 1990].

Гартнер нашел два четких различия в том, что его респонденты понимали под предпринимательством. Первый кластер соответствует общим определениям характеристик предпринимателей, ориентированных на ускоренный рост, — ориентация на рост, инновационность, уникальность. Второй кластер лучше соответствовал общим взглядам на предпринимателя, ориентированного на устойчивость бизнеса, в той степени, в которой подчеркивалось создание бизнеса с ценностью для клиентов, но при этом менее ценились рост, инновации и уникальность.

Поскольку предпринимательство является полем знаний в сфере развития, сегодняшние исследователи и авторы приходят к очень разным выводам относительно характеристик и поведения предпринимателей, отражающим их собственные профессиональные и академические дисциплины и философии [Харрисон, Лейтч, 1994].

«Как любая быстро развивающаяся социальная система, предпринимательство является многогранной и трудно определяемой на своих гранях» [Katz, Green, 1996].

Куратко вторит этому, заявляя, что «реальная зрелость сферы предпринимательства все еще ощущается опытным путем» [Kuratko, 2005]. На сегодняшний день не существует «стандартного, общепринятого определения предпринимательства» [Kirby, 2003], хотя многие пытались и пытаются прийти к согласию. Это будет существенно содействовать теории. Становится очевидным, что не существует одной личностной или поведенческой характеристики, которая одна могла бы определить предпринимателя. Кирби считает более вероятным, что существуют различные типы предпринимателей, каждый со своими атрибутами и типом личности [Kirby, 2003]. В развитие этого тезиса мы предполагаем, что, хотя основатели предприятий, ориентированных как на устойчивость, так и на ускоренный рост, могут быть определены как «предприниматели», принимающие на себя риски и действующие для создания предприятия и ценности для множества заинтересованных сторон (например, клиентов, сотрудников и сообществ), эти два типа предпринимательства различаются по таким характеристикам, как намерение, результирующий рост или масштабируемость.

Итак, от взглядов Шумпетера до исследований предпринимательства нынешней эпохи есть множество конкурирующих определений, характеристик, компетенций и поведенческих особенностей, которые, по мнению многих, описывают предпринимателя. Такое распространение определений того, чем предприниматель является и что он делает, приводит к множеству значимых выборов предмета для включения в учебные программы по предпринимательству и малому бизнесу во всем мире. Цель этой статьи не в том, чтобы показать предмет теории предпринимательства в деталях, а скорее в том, чтобы поделиться наблюдением,

что в «стандартном» предложении курса обучения предпринимательству существует тенденция фокусироваться на педагогике<sup>2</sup>, которая стремится всех предпринимателей «чесать под одну гребенку». В действительности предпринимательство устойчивого малого бизнеса и предпринимательство бизнеса ускоренного роста требуют разной педагогики и разного обучения.

### **Предприниматели устойчивого бизнеса и предприниматели бизнеса ускоренного роста**

Преыдушие исследования Карленда и др. (1984), Гартнера (1990), Каца и Грина (2006) и др. предложили пути дифференциации предпринимателя устойчивого малого бизнеса от предпринимателя, ориентированного на ускоренный рост. Карленд и др. развили идеи ранней работы 1984 г. и разработали в работе 1988 г. модель концептуального континуума [Carland et al., 1988]. Таблица 1 суммирует различия между тем, что Карленд и его соавторы (1984) называли Управляющий владелец малого бизнеса (которого мы относим к предпринимателю устойчивого бизнеса), и Предприниматель (которого мы видим как предпринимателя бизнеса ускоренного роста или масштабируемого предприятия).

Основываясь на своих исследованиях, J. W. Carland и J. A. Carland (1997) утверждают, что «исследование предпринимательского предпочтения показывает, что существует дифференциация среди выборки владельцев бизнеса, которая может помочь отличить владельца малого бизнеса от предпринимателя на континууме 1988 года». J. W. Carland и J. A. Carland заключают, что раскрытие и добавление нескольких факторов расширят возможности диффе-

ренциации их концептуальной модели. Относя учредителей бизнеса, ориентированного на ускоренный рост, к «предпринимателям», а основателей бизнеса, ориентированного на устойчивость, к «владельцам малого бизнеса», Карленд и др. непреднамеренно внесли путаницу. Оба типа являются предпринимателями в классическом смысле создания предприятия и ценности, их отличают только предполагаемые стремления (намерения) роста.

В этой связи исследование Лампкина и Десса (1996) утверждает, что предпринимательская склонность варьируется положительно с целями благосостояния и создания рабочих мест и отрицательно с семейными заботами и желанием независимости. Другими словами, по сравнению с управляющими — владельцами малого бизнеса предприниматели больше стремятся увеличить благосостояние и количество созданных рабочих мест и меньше обеспокоены участием членов семьи и стремлением к независимости.

Основываясь на литературе по малому бизнесу и предпринимательству, Уивер и Соломон [Weaver, Solomon, 2003] создали модифицируемый континуум из 10 факторов для изучения разницы между «предпринимателями» и управляющими — владельцами малого бизнеса. Таблица 2 обобщает модель Уивера и Соломона (далее — модель дифференциации УБ/П). Важность этой модели в том, что она показывает континуум, на котором микробизнесы, малые предприятия и предприятия более высоких темпов роста (масштабируемые предприятия) существуют в схожих, но уникальных реалиях, где они временами обладают сходными характеристиками и все же отличаются в их представлениях, мотивациях и потребностях. Этот континуум может быть использован разработчиками учебных планов и учебных программ и авторами курсов для создания независимых, но взаимосвязанных курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом.

<sup>2</sup> Здесь и далее по тексту термин «педагогика» используется в узком смысле слова, как отдельный метод обучения, определенная учебная технология, конкурентные форма и способ осуществления учебного занятия. — Примеч. переводчика.



дискуссии вопрос следующий: могут ли взгляды Берча или Смайлора продуктивно применяться в обучении предпринимательству. Фактически мнения, подобные взглядам Берча и Смайлора, создают картину мира, где национальной и мировой экономике для поддержания экономического роста следует сосредоточиться только на масштабируемых предприятиях, ориентированных на ускоренный рост, умаляя важность надежного сектора малого бизнеса, который тоже создает рабочие места и обеспечивает экономический рост. Предприниматели устойчивого малого бизнеса также важны, а в некоторых отношениях даже более важны, так как являются предпринимательским большинством и носителями предпринимательского стиля жизни.

Это раздвоение на газелей (предпринимателей бизнеса, ориентированного на ускоренный рост) и мышей (предпринимателей малого бизнеса, ориентированного на устойчивость; семейного бизнеса как стиля жизни) подрывает высокую значимость той роли, которую малые предприятия играют в национальных экономиках всех стран мира. Столь поверхностная, незрелая точка зрения находит свое отражение в учебных планах и программах университетов и колледжей, где курсы управления малым бизнесом были по существу ликвидированы. Некоторые предметы изучения, традиционные для курсов управления малым бизнесом, были встроены в курсы по предпринимательству, но большая часть содержания курсов управления малым бизнесом исчезла как незначимая и не так важная, как сосредоточение внимания на потребностях масштабируемых предприятий.

В целом мы хотели бы предложить иную метафору, в которой оба типа предпринимательства — малые бизнесы, ориентированные на устойчивое состояние, и масштабируемые предприятия, ориентированные на ускоренный рост, — являются составными частями экономической инфраструктуры любого общества: на экономическом

«фронте боевые действия» при защите динамичной экономики предпринимательская «пехота» (предприятия устойчивого малого бизнеса) являются взаимозависимыми с «танковым корпусом» (масштабируемыми предприятиями ускоренного роста). Уивер и Соломон [Weaver, Solomon, 2003] утверждают, что существует необходимость пересмотреть различия между типами деятельности и поведения предпринимателей устойчивого малого бизнеса и предпринимателей бизнеса ускоренного роста, особенно с учетом последствий, которые эти различия имеют для педагогов, и для того, чему и как они учат. В следующем разделе статьи представлены некоторые из этих различий, как они рассмотрены в научной литературе.

### **Роль предпринимателя и владельца малого бизнеса в литературе по обучению предпринимательству**

При изучении литературы по обучению предпринимательству полезно определить, что мы подразумеваем под «обучением предпринимательству».

Колтон (цитата по [Garavan, O'Cinneide, 1994, p. 4]) предлагает следующий тезис, который иллюстрирует рассматриваемую в настоящей статье учебную путаницу: «Основными целями обучения предпринимательству является развитие предпринимчивых людей и внушение им привычки опоры на собственные силы с помощью соответствующих учебных процессов. Учебные и тренинговые программы по предпринимательству направлены на стимулирование предпринимательской деятельности, которая может быть определена как владение независимыми малыми бизнесами или развитие внутри компаний менеджеров, ориентированных на поиск возможностей».

Шепард и Дуглас [Shepherd, Douglas, 1997] значительно более конкретны: «Суть предпринимательства — это способность представить и наметить курс для нового вен-



чурного бизнеса, комбинируя информацию из функциональных дисциплин и из внешней среды в контексте чрезвычайной неопределенности и двусмысленности, с которыми сталкивается новое предприятие. Она проявляется в творческих стратегиях, инновационных тактиках, необычном восприятии тенденций и изменяющегося настроения рынка, отважного лидерства, когда путь вперед не является очевидным, и т. д. То, чему мы учим в наших классах предпринимательства, должно обеспечивать привитие и развитие этих способностей».

Очевидно, что курсы, предлагаемые Колтоном, Шепардом и Дугласом, игнорируют любую дифференциацию содержания курсов под конкретные потребности предпринимателей устойчивого бизнеса или предпринимателей ускоренного роста. Как в таком случае известные в настоящее время результаты концептуальных и эмпирических исследований могут помочь разрешить учебную путаницу между потребностями предпринимателей малого бизнеса и масштабируемых предприятий?

Как было упомянуто ранее в этой статье, преобладающая тенденция в обучении предпринимательству заключается в том, чтобы медленно, поэтапно отказаться от преподавания менеджмента малого бизнеса или включить его в учебную программу по предпринимательству, более подходящую для масштабируемых предприятий. Этот процесс включения (ликвидации) происходит, несмотря на то, что малые предприятия продолжают оставаться жизненно важными экономическими субъектами в Соединенных Штатах и во всем мире.

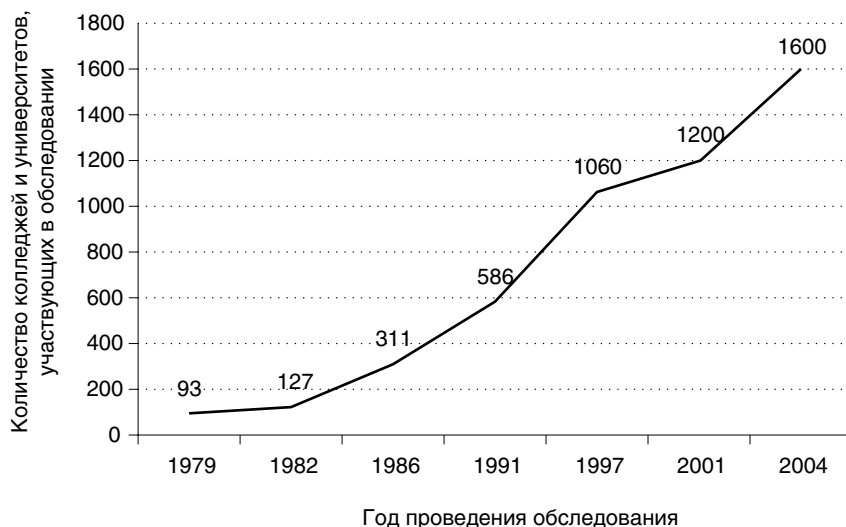
Также отмечалось ранее, по данным Администрации малого бизнеса США (официальный источник данных о малых предприятиях), 98,7% зарегистрированных и функционирующих предприятий в Соединенных Штатах относятся к малому бизнесу (АМБ США, 2009). В учебных программах колледжей и университетов США было принято игнорировать эти небольшие фирмы в поль-

зу крупных корпораций. Такое пренебрежение менеджментом малого бизнеса создает у студентов и потенциальных предпринимателей малого бизнеса впечатление, что для старта малого бизнеса не требуется его глубокого изучения и обучения ему.

Как относительно новая академическая дисциплина обучение «новому» предпринимательству постоянно занимается вопросами, поднятыми ранее в этой статье? Конкретнее — что отличает предпринимательство устойчивого бизнеса от предпринимательства бизнеса ускоренного роста, и можем ли мы дифференцировать их достаточно четко для разработки курсов, удовлетворяющих потребности нынешних и будущих студентов? Поскольку эта статья касается улучшения «обучения предпринимательству» в целом, что, очевидно, включает в себя и статус традиционного обучения малому бизнесу, давайте теперь рассмотрим состояние системы обучения предпринимательству в историческом аспекте.

Данные по результатам Национального обследования обучения предпринимательству, проводимого с 1979 по 2003 г. Соломоном [Solomon, 1979; 1982; 1986; 1991; 1997; 2000; 2003; Solomon, Fernald, 1991], как показано на рис. 1, указывают на то, что проведение курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом растет ускоренными темпами с 93 в 1979 г. до более чем 1600 в 2004 г. Фактически большинство колледжей и университетов в настоящее время чаще предусматривают не отдельные курсы, а базовые области подготовки и исследований по предпринимательству и управлению малым бизнесом.

Разрозненные данные, почерпнутые из дискуссий с учеными в этой области, как правило, указывают на то, что общее признание предпринимательства и управления малым бизнесом может быть связано с популярной литературой, восхваляющей несколько гламурную роль предпринимателя и превозносящей возможности молодых людей по выбору деятельности в сфере вен-



Источник: Соломон, 1979, 1982, 1986, 1991, 1997, 2000, 2003.

**Рис. 1.** Рост числа курсов по предпринимательству и управлению малым бизнесом

**Fig. 1.** Growth of entrepreneurship and small business management courses

чурного предпринимательства как варианта карьеры. Кроме того, рост количества финансируемых кафедр и центров способствовал более широкому признанию обучения предпринимательству и малому бизнесу в колледжах и университетах.

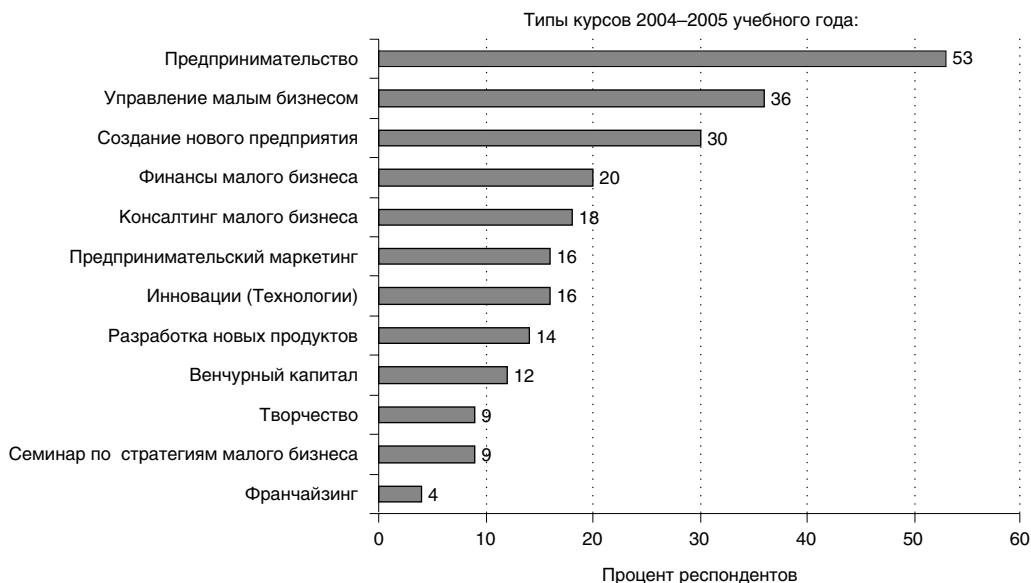
Наконец, студенты X и Y поколений рассматривают стартап-усилия как выбор жизнеспособной карьеры. Эти студенты в большей степени, чем просвещенные администраторы и преподаватели, управляют спросом на большее количество предлагаемых курсов.

### Данные предыдущих национальных обследований на предложение и содержание курсов

Рисунок 2 отражает данные Национального обследования обучения предпринимательству 2003 г., спонсируемого Фондом Кауффмана [Solomon, 2003]. Показано разнообразие предложений курсов и указано на то, что курсы управления малым бизнесом все еще пользуются спросом, в то же время упор на курсы по предприниматель-

ству увеличился как в разнообразии, так и в частоте предложений курсов.

Как видим, некоторые курсы специально фокусированы на владении малым бизнесом (для предпринимателей устойчивого малого бизнеса), в то время как другие курсы больше сосредоточены на потенциально масштабируемых предприятиях (для предпринимателей бизнеса ускоренного роста), при этом похоже, что отдельные курсы все же вторгаются в предметные области обеих областей знаний. Кажется, что курсы управления малым бизнесом остаются неизменными, в то время как распространяются различные курсы, больше подходящие для масштабируемых предприятий. Таким образом, общий рост курсов главным образом обеспечен курсами по предпринимательству бизнеса ускоренного роста (другими словами, по социальному предпринимательству, созданию новых предприятий и венчурному капиталу). Учитывая взаимосвязь деятельности новых предприятий и экономического развития и широко признанное понимание того, что потенциально масштабируемые предприятия являются ключевыми



Примечание: N = 279

Источник: Соломон, 2003.

**Рис. 2.** Предложения курсов в области предпринимательства и управления малым бизнесом

**Fig. 2.** Course offerings in entrepreneurship and small business management

для инноваций, производительности и эффективной конкуренции [Plaschka, Welsch, 1990], вопрос, можно ли научить предпринимательству, потерял большую часть своих противоречий. Ронстадт [Ronstadt, 1990] ставит более актуальный вопрос касательно обучения малому бизнесу и предпринимательству: чему следует учить и как следует этому учить?

Рисунок 2 показывает, что курсы по управлению малым бизнесом и курсы, которые подходят для масштабируемого предпринимательства, предлагаются в рамках учебной программы по предпринимательству. Реальный вопрос в том, были ли курсы малого бизнеса перемещены в содержание курсов по предпринимательству. Предложение курсов по предпринимательству лидирует среди всех заявленных предложений с 53 процентами, в то время как курсы управления малым бизнесом на втором месте с 36 процентами, а за ними с 30 процентами находятся курсы создания нового предприятия, к которым можно подойти

с обеих сторон: и масштабируемого бизнеса, и малого бизнеса.

### Образовательные педагогики

#### Содержание курса

Несмотря на продолжающуюся полемику о том, можно или нельзя сделать предпринимательство предметом преподавания (Fiet, 2000; Katz, 2003; Meyer, 2001; Solomon et al., 2002), многие глобальные учреждения преподают курсы и программы предпринимательства. В США двух- и четырехлетние колледжи и университеты предлагают набор курсов, направленных на обеспечение навыков для предпринимателей и поощрение поведения по формированию нового предприятия (см. рис. 2). Обучающая литература по малому бизнесу и предпринимательству изобилует учебными методиками — возможно, это показатель в основном описательной природы значительной части исследований предпринимательства. Из-за разнообразия студентов — и тем самым потенциал-

ных предпринимателей — в университетах их учебные потребности требуют вариативности подходов [Blenker et al., 2013].

Согласно Ронстадту [Ronstadt, 1990] ранние учебные программы по предпринимательству были ориентированы на действия — на бизнес-план, а также на приглашенных спикеров, которые вдохновляли студентов рассказами и практическими советами. В этот период фокус внимания педагогов по существу основывался на предпосылке, что успех в предпринимательстве и управлении малым бизнесом был функцией от «правильных человеческих черт и характеристик».

Сегодняшние преподаватели, по-прежнему ориентируясь на действия, полагаются на определенный уровень личного, технического или отраслевого опыта. Они требуют критического мышления и этической оценки и основывают учебную предпосылку на том, что успешный малый бизнес, ориентированный на устойчивость, и ускорение предпринимательской деятельности, ориентированной на масштабируемый рост, отражают интеграцию условий функционирования человека, предприятия и окружающей среды. Эта новая форма образовательной перспективы теперь фокусируется на управлении малым бизнесом и предпринимательстве как карьерном процессе, состоящем из множества новых возможностей и основных навыков нетворкинга.

### Педагогические подходы

Педагогика<sup>3</sup> также меняется, опираясь на расширяющийся интерес рынка к обучению предпринимательству. В новых междисциплинарных программах используются команды преподавателей, которые разрабатывают программы дисциплин для студентов, обучающихся на не-бизнес факультетах.

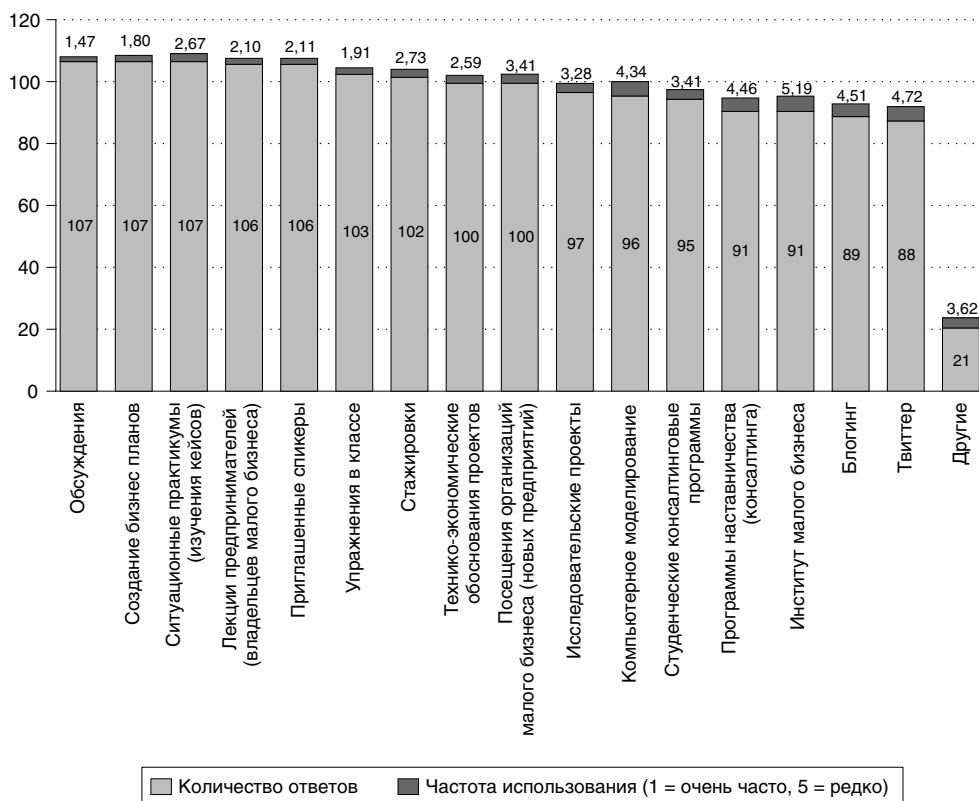
<sup>3</sup> Здесь в исключительном случае термин «педагогика» используется в широком смысле как сфера знаний о методах обучения; образовательная методология; совокупность инструментов, способов и методов обучения. — Примеч. переводчика.

Так, существует растущая тенденция в предложении курсов, специально разработанных и спроектированных для студентов факультетов искусств, инженерных и иных научных направлений подготовки. Студентам не-бизнес факультетов могут потребоваться лабораторные занятия по проведению технико-экономических исследований с использованием Интернета, по разработке и эффективной подаче аудиовизуальных презентаций, по созданию профессионально оформленных бизнес-планов.

В дополнение к курсам, сфокусированным на подготовке будущих предпринимателей, учебные методики следует также разрабатывать для тех, кто взаимодействует с предпринимателями в организациях; для функциональных специалистов (бухгалтеров, юристов, консультантов и т. д.), обеспечивающих ресурсы, которыми пользуются предприниматели; а также для топ-менеджеров, обеспечивающих видение и руководство в корпорациях, которым для выживания необходимо внедрять инновации. Данные, собранные в рамках Национального обследования обучения предпринимательству в 2013–2014 гг., приводят к интересным результатам, показывающим, какие педагогические техники используются при обучении предпринимательству, и как часто они применяются в аудитории (рис. 3).

### Национальное обследование предпринимательского образования 2013–2014 гг.

Общий список типов педагогик (технологий обучения) сформирован из указанных всеми респондентами обследования (107). Все респонденты использовали обсуждения, создание бизнес-планов и изучения кейсов. При этом чаще всего обсуждения использовались сразу после изучения кейсов или после разработки бизнес-планов. Почти все респонденты ( $n = 106$ ) использовали лекции владельцев малого бизнеса и предпринимателей и других приглашенных спикеров. Другие ответы на вопросы о типах исполь-



Источник: Национальное обследование образования предпринимательства, 2014 (n = 107).

Рис. 3. Тип обучающей педагогики и частота использования

Fig. 3. Type of teaching pedagogy and frequency of use

зуемых методов и частоте использования сформировали следующий набор педагогических подходов, включающий: упражнения в классе, стажировки, технико-экономические обоснования проектов (похоже на создание бизнес-планов), посещения предприятий, исследовательские проекты, компьютерное моделирование, студенческий консалтинг, блоги и твиттер.

Данные показывают, что сфера обучения предпринимательству является ориентированной на действия и в высшей степени эмпирической (основанной на собственном опыте) и требует от студента и профессора интегрировать теорию классной доски с живой лабораторией внешней среды, которая поддерживает и возвращает экоси-

стему свободного рынка, подпитываемую предприятиями как масштабируемого бизнеса ускоренного роста, так и устойчивого малого бизнеса. К новейшим, проявляющимся сегодня трендам относится рост онлайн-обучения, которое оказывает прямое воздействие на сферу обучения предпринимательству.

### Особенности обучения предпринимательству

В основном программы обучения предпринимательству и управлению малым бизнесом реализуются в устойчиво и системно функционирующих университетских бизнес-школах. Это обстоятельство помогает объяснить упомянутое выше отсутствие едино-

образия в учебных планах, в содержании курсов и в педагогиках (способах и техниках обучения). Традиционные образовательные программы по бизнесу реализуются под увеличивающимся напором критики за неспособность соответствовать потребностям сегодняшней меняющейся бизнес-среды. Один из известных аргументов такой критики указывает на то, что бизнес-образование стало слишком функционально ориентированным — что оно не отвечает кросс-функциональной сложности актуальных проблем бизнеса. Другой критический аргумент фокусируется на «недостаточности креативности и индивидуального мышления, необходимых на уровне студента и выпускника» [Solomon, Fernald, 1993].

Цель этой статьи — идентификация общей учебной практики смешивания и несогласования концепций и теорий малого бизнеса и предпринимательства, исходящей из предположения, что малый бизнес и предпринимательство — это соседствующие явления. В данной статье делается вывод, что такое предположение ошибочно. Этот иконоборческий вывод будет усилен рассмотрением текущих бестселлеров — учебников по малому бизнесу и предпринимательству. В этом разделе формулируется до сих пор нерешенный, но жизненно важный для обучения предпринимательству вопрос. Если предпринимательство — это все, то, возможно, управление малым бизнесом — это ничто? Таковы последствия отсутствия единообразия при обучении в двух областях исследований.

Представим в общем порядке одно предупреждение и одно наблюдение. Предупреждение заключается в том, что полный анализ и сравнение предметов обучения, равно как и дальнейшее строгое выяснение точного содержания учебных программ и глав учебников представляются принципиально необходимыми. Наблюдение состоит в том, что преподаватели и администраторы могут извлечь большую пользу из знания сходств и различий между обучением управ-

лению малым бизнесом и обучением предпринимательству. Это знание может предоставить важную информацию для обеспечения четко сформулированной работы с курсами обучения как в комплексе, так и независимо друг от друга.

## Обсуждение

Интеллектуальное намерение венчурного предпринимательства малого бизнеса основывается на том, что обобщенным концептуальным образом организации является жизненный цикл малого бизнеса от запуска стартапа до поддержания функционирования бизнеса с использованием принципов рационального управления либо через устойчивое развитие с не-масштабируемым ростом, либо через перерывы функционирования (неудачи). Напротив, интеллектуальное намерение масштабируемого предпринимательства, ориентированного на ускоренный рост, связано не конкретными организационными ограничениями, а скорее, креативностью, инновациями и мотивацией основателя. Это формирует хронику того путешествия, которое проходит предприниматель от концепции через инновации до создания нового предприятия, продукта, услуги, процесса или новой бизнес-модели (например, цифровой книжный магазин масштабируется до электронного магазина любых товаров — Amazon.com). Игроки обоих типов имеют важное значение для экономического роста и стабильности любой системы свободного рынка, что является краеугольным камнем демократии. Обучение тому, как правильно начать предприятие малого бизнеса, управлять им и, в некоторых случаях, возвращать его, обеспечивает следующее поколение предпринимателей малого бизнеса (как управляющих-владельцев) знаниями, навыками и инструментами, необходимыми для преуспевания. Для предпринимателя, ориентированного на ускоренный рост, речь идет больше о создании, внедрении инноваций и развитии новых предприятий, процес-

сов, продуктов и услуг, предназначенных для создания рабочих мест, увеличения доходов и роста ценности фирмы. Тем не менее даже такие потенциально масштабируемые предприятия полагаются на разумные бизнес-модели для обеспечения роста и доходности, приемлемой для инвесторов.

Однако, как указано в табл. 3, педагогические границы размываются, и преподавателям остается выяснять, какие темы подходят для каждой интеллектуальной намерения. На основе литературы очевидно, что не все темы одинаково и полностью подходят и к управлению малым бизнесом, и к предпринимательству. Поэтому все дело в изменении акцента, который должен быть помещен на ту или иную тему при обучении. Как показано в табл. 3, из 21 тематической области, найденной в соответствующей литературе, более половины тем (11) одинаково выделены при обсуждениях как фирм устойчивого малого бизнеса, так и масштабируемых предпринимательских начинаний ускоренного роста.

### **Критические различия преподавания менеджмента малого бизнеса и предпринимательства**

С одной стороны, преподавание предпринимательства малого бизнеса (создание и управление) может извлечь пользу из ориентированного на организацию (организационно-центричного) фокуса на запуск, управление и развитие малого бизнеса. При этом можно рассматривать и эндогенные переменные (такие как маркетинг, финансы, бухгалтерский учет), и экзогенные (такие как государственная политика, формирование команд, стратегические альянсы). Акцент делается на потребностях управления устойчивым малым бизнесом, например на бухгалтерском учете, системе управления, маркетинге, информационных решениях, специально подобранных для фирм малого бизнеса.

С другой стороны, преподавание предпринимательства ускоренного роста (со-

здание и ускорение) может извлечь пользу из ориентированного на личность (личностно-центричного) фокуса, явления, в котором предприниматель существует, чтобы изобретать, творить и временами парадоксально (контринтуитивно) оперировать на существующем рынке. Результатом является запуск успешной бизнес-модели, продукта, процесса или услуги путем разработки и реализации жизнеспособного осуществимого плана. В таком обучении акцент делается на управленческих потребностях в масштабируемом и потенциально быстро растущем предприятии, например на венчурном капитале, инновационных процессах и расширениях инфраструктуры.

Ряд ученых и исследователей изучили различия между преподаванием менеджмента малого бизнеса и преподаванием предпринимательства [Weaver, Solomon, 2003; Wiklund et al., 2003; Carland et al., 1984] и предложили в качестве критических факторов, отличающих малый бизнес от предприятия ускоренного роста, — креативность и инновационность: предприниматели бизнеса ускоренного роста демонстрируют более инновационные комбинации ресурсов для достижения максимального роста, в то время как предприниматели малого бизнеса фокусируются на устойчивости и стабильности.

Кац и Грин [Katz, Green 2006] в учебниках «Предпринимательский малый бизнес» излагают свои взгляды на то, что отличает малый бизнес от предприятия, ориентированного на ускоренный рост. Они утверждают, что управляющие — владельцы малого бизнеса (предприниматели) заинтересованы в контроле, финансовой независимости и автономии. Они менее склонны планировать стратегии роста и больше заинтересованы в генерировании дохода, чем в создании благосостояния. Основные управленческие и маркетинговые навыки, дополненные управлением человеческим капиталом, а также отношениями с банкирами и поставщиками, сосредоточены прежде всего в со-

**Таблица 3.** Темы и акценты для устойчивого малого бизнеса и масштабируемого бизнеса ускоренного роста

Table 3. Steady state/small business and accelerated/scalable growth topics and emphasis

Тематические области учебной программы	Большой акцент для устойчивого (малого) бизнеса	Равное внимание	Большой акцент для бизнеса ускоренного роста
	Меньше внимания для бизнеса ускоренного роста		Меньше внимания для устойчивого (малого) бизнеса
Государственное регулирование (программы и политика)	×	—	—
Маркетинговые стратегии	×	—	—
Покупка существующих бизнесов	×	—	—
Семейный бизнес (преемственность)	×	—	—
Бизнес на дому	×	—	—
Распознавание возможности	—	×	—
Действия по запуску бизнеса (стартап)	—	×	—
Вопросы внутреннего управления	—	×	—
Вопросы управления человеческими ресурсами	—	×	—
Налоги, страхование	—	×	—
Вопросы бухгалтерского учета	—	×	—
Вопросы финансового управления	—	×	—
Технология	—	×	—
Провал бизнеса (прекращение)	—	×	—
Банковские отношения	—	×	—
Инновации (творчество)	—	×	—
Долевое финансирование (бизнес-ангелы) (венчурный капитал)	—	—	×
Поведенческие черты (намерения) (мотивация)	—	—	×
Высокие темпы роста	—	—	×
Стратегические поглощения	—	—	×
Стратегии выхода	—	—	×

знании управляющего — владельца малого бизнеса.

Предприниматели масштабируемого бизнеса увлечены рождением и ростом своих новых предприятий, продуктов, процессов и услуг. Они хотят создать благосостояние путем быстрого роста, являются очень про-

грессивными и творческими и стремятся где это возможно к формированию стратегических союзов с другими предприятиями. По мере роста предприятия они разрываются между тем, чтобы быть трансформационным лидером, и тем, чтобы развиться в транзакционного лидера [El Tarabishy et al., 2005].



Кац и Грин различают два типа предпринимателей: управляющих — владельцев малого бизнеса, и основателей бизнеса ускоренного роста на стадии основания и учреждения. Их критерии дифференциации включают: потенциал создания благосостояния, семейные заботы, создание рабочих мест и стремления к независимости в фирме. Такой анализ предполагает, что предприниматель малого бизнеса первоначально озабочен замещением выручки с разумной прибылью на капитал, стремлением обеспечить членов семьи участием в бизнесе или вниманием к семейным обстоятельствам с низким потенциалом создания рабочих мест (менее 20), высокой степенью контроля владения и независимости.

Конечно, хотя мы и привели аргументы для формулирования отдельных путей для устойчивого бизнеса и для масштабируемого бизнеса, часто существует значительное совпадение. Это когда, например, некоторые предприятия, запущенные как малый бизнес, ориентированный на устойчивое состояние, со временем превращаются в масштабируемый бизнес, и наоборот. В основном все указывает на то, что некоторые люди начинают бизнес с прицелом на ускоренный рост и удержание его на протяжении всей эволюции нового предприятия. Однако другие предприниматели запускают бизнес с прицелом на ускоренный рост, но в определенной точке перегиба решают, что с этого момента новое предприятие, продукт, процесс или услуга лучше обслуживается при снижении темпов ускорения роста и принимает более стабильное состояние, проекцию медленного роста, и таким образом, они меняют фокус, сосредотачиваясь на малом бизнесе устойчивого состояния.

И наоборот, в большинстве своем люди начинают малый бизнес с задумкой на устойчивость, и на протяжении всей эволюции бизнеса нацелены на обеспечение и поддержание малого бизнеса. Однако ограниченная группа лиц, запустив бизнес с прицелом на устойчивое состояние,

в определенной точке перегиба решают, что с этого момента новое предприятие, продукт, процесс или услуга лучше сможет принять модель ускоренного роста, и таким образом, они меняют намерения, сосредотачиваясь на масштабировании бизнеса и ускоренном росте.

## Выводы

В целях обеспечения учебного процесса преподаватели должны удостовериться, что распространяемые знания и оценочные критерии, применяемые в классе, согласуются с уникальным феноменом, найденным и в управлении малым бизнесом, и в предпринимательстве. С педагогической точки зрения, преподаватели должны сосредоточиться больше на активности, постигаемой на опыте, при интеграции для своих студентов кейс-анализа, разработки кейсов из реальной жизни и проектов студенческого консалтинга. Они должны приглашать гостевых спикеров с рассказами как об успехах, так и о неудачах, а также местных бухгалтеров и банкиров, которые ежедневно взаимодействуют с управляющими — владельцами малого бизнеса. Они должны проводить более глубокие дискуссии и по альтернативным стратегиям запуска бизнеса, таким как франчайзинг, семейный бизнес, самозанятость и бизнес на дому.

В эпоху Интернета следует уделять внимание созданию электронного бизнеса, так как это растущий тренд среди предприятий малого бизнеса и масштабируемых стартапов. Вкратце можно отметить, что существует необходимость создания среды обучения, которая отражала бы окружающую среду жизни, в которой и устойчивые, и масштабируемые предприятия борются за запуск, выживание и рост.

Как указывалось ранее в настоящей статье, существуют различные мнения и взгляды относительно того, кем является предприниматель, стремящийся к устойчивости бизнеса, по сравнению с предпринимате-

лем, запускающим бизнес с ориентацией на ускоренный рост. Во многих отношениях это похожие люди с разными побуждениями, намерениями, мотивами и целями. Некоторые индивиды указывают на то, что предприниматели начинают бизнес, как правило, в небольших масштабах; другие утверждают, что предприниматели сосредоточены на контроле своей судьбы и являются творческими и прогрессивными людьми; однако есть такие, кто говорит о предпринимателях как об индивидах, действующих в неопределенности, распределяющих ресурсы, создающих команды и генерирующих благосостояние; и наконец, некоторые считают, что предприниматели в основном заняты ростом, и в частности, ускоренным ростом масштабируемого бизнеса. Этот спектр мнений можно увидеть в условиях отсутствия среди пересмотренных учебников последовательного охвата предметной области.

Мы полагаем, что «предпринимательство» — это искусство и наука принятия рисков и совершения действий по созданию предприятия и ценности для множества субъектов. Вдобавок к этому мы утверждаем, что это «предприниматель» занимается «предпринимательством». Кроме того, предприниматели могут быть основателями как предприятий малого бизнеса (претендентов на устойчивое состояние), так и масштабируемых предприятий (претендентов на ускоренный рост). Наконец, хотя эти два пути предпринимательства (устойчивого состояния против ускоренного роста) различаются по своей природе, они могут сочетаться (устойчивый малый бизнес превращается в масштабируемый бизнес ускоренного роста, и наоборот), и они имеют различные педагогические и учебные требования.

В области знаний должно быть согласие о том, какие тематические мероприятия согласуются с типами предлагаемых курсов. Например, при обсуждении отношений франчайзинга с позиции франчайзи нужно выяснить, что, например, запуск одного ма-

газина будет стремиться к устойчивости предприятием малого бизнеса, но франчайзинг может служить переходом к масштабируемому предприятию ускоренного роста. Таким образом, включение стратегий роста с использованием франчайзинга для расширения рынка и развития бизнеса будет подходящей темой для студентов и потенциальных предпринимателей при рассмотрении и устойчивого малого бизнеса, и предприятий ускоренного роста. Мы согласны с тем, что процесс предпринимательства — это больше, чем просто единичный акт. Жизненный цикл предпринимательства, обсуждаемый в литературе, показывает, что все бизнес-предприятия растут от этапа предварительного проектирования и финансирования через стадию запуска к этапу роста и завершаются в стадии зрелости, прежде чем цикл начнется сначала.

Фокус на планировании бизнеса и конкуренции бизнес-планами подходит под педагогические и учебные требования и для устойчивого малого бизнеса, и для масштабируемого бизнеса ускоренных темпов роста. Предпринимательство, однако, также осуществляется за рамками планомерного функционирования и проявляется в процессах адаптации и «бриколажа» [Baker, Nelson, 2005]. При обучении процессам планирования бизнеса следует учитывать признание как преднамеренного, так и внезапно возникающего планирования. Не существует такой вещи, как «окончательный» бизнес-план, есть только его последняя версия.

Преподавателям курсов по предпринимательству следует уделять больше времени адаптации в рыночной нише, творчеству и инновациям, а также беседам с действующими предпринимателями. Исследователи предпринимательства могут извлечь пользу из изучения концепций и теорий, представленных в изобразительном искусстве, драме, инжиниринге и машиностроении и физике продвинутого уровня. Проблемы роста, взаимодействие с внешними силами, развитие управленческой команды — это все

факторы, существенные для понимания процессов предпринимательства.

«Живые лаборатории для предпринимательства» — это содержательный слоган в обучении предпринимательству в лучших программах, которые сейчас функционируют. Преподаватели курсов по предпринимательству должны сосредоточить внимание на соединениях в классе: 1) той реальности, которая ежедневно противостоит предпринимателям, и 2) собрания и (или) опросов предпринимателей с помощью руководства по структурированному интервью. Дополнительно преподавателям следует принять сигнал от Фонда Коулмана и Фонда Кауфмана в том, как они поддерживают «кросс-кампус» инициативы.

В то время как бизнес является общим знаменателем стартапов нового бизнеса, предпринимательство может появляться во многих областях. Это предполагает, что часто встречающееся в университете восприятие бизнес-школы как эксклюзивной территории предпринимательства является ограниченным и может быть преодолено путем создания центров и институтов кросс-кампусной ориентации с преподавательским составом, собранным из нескольких институтов и колледжей, и оригинальным набором учебных дисциплин в рамках всего университета и других университетов (университеты без стен [Meurer, 2001]). В то же время предпринимательство — не есть то, что доступно любому желающему. Пока новые предпринимательские идеи, малые и масштабируемые, могут исходить из всех сфер жизни и обучения, необходима интеграция предпринимательских тем, инструментов и навыков создания предприятия и ценности с искусством, дизайном, инжинирингом, правом, медициной, наукой и многим другим.

Вышеописанное обсуждение было приведено в интересах тех, кто пересматривает свои учебные программы и предложения курсов по предпринимательству как для устойчивых, так и для масштабируе-

мых предприятий. Настоящая статья и сама предоставляет для обозначенных преподавателей существенную информацию: а) по отличительности и схожести управления малым бизнесом и предпринимательством; и б) принципиальной необходимости серьезного пересмотра того, чем обучение предпринимательству стало во время этой «революции», и как можно сделать более эффективным его содержанием и изложение. Тогда, возможно, будет сделан вывод о том, что «предпринимательство — это еще не все, так что управление малым бизнесом само по себе уже что-то».

Обсуждение в этой статье вращалось вокруг вопроса о прояснении и уточнении различий в педагогике и учебных программах для владельцев предприятий малого бизнеса, ориентированного на устойчивое состояние роста, и для основателей предприятий масштабируемого бизнеса, ориентированного на ускоренный рост. Своеобразие и пересечение предпринимателей ускоренного роста и устойчивого состояния имеют значение и для академиков, и для практиков, и для политиков. Оба типа предпринимательства достойны образовательных усилий, и каждый заслуживает того, чтобы быть признанным в академических учреждениях. Оба типа предпринимательства находятся на континууме жизненного цикла организации и требуют должного внимания.

Ясно, что предприятия устойчивого малого бизнеса и ускоренного роста имеют важное значение не только для экономики США, но и для всех экономик мира. Преподаватели несут ответственность за обеспечение того, чтобы актуальные и применимые знания должным образом создавались, формулировались и распространялись в оригинальных курсах, соответствующих общим и уникальным потребностям предпринимателей устойчивого и масштабируемого бизнесов.

Мы считаем, что мы предложили убедительный кейс, включающий в понятие «предприниматель» и основателя малого бизне-

са, претендующего на устойчивое состояние роста, и создателя предприятия масштабируемого бизнеса, претендующего на ускоренный рост, и в результате выявляющий путаницу, когда предпринимателями называются только создателей масштабируемого бизнеса или «газелей», а предприятия малого бизнеса называют «мышами». Оба типа деятельности относятся к предпринимательству и имеют как различающиеся, так и сходные педагогические и учебные требования, однако при преподавании (у нас) проявляется подсознательная склонность больше сосредоточиться на предпринимательстве масштабируемого бизнеса, часто принижая значимость или просто игнорируя предпринимательство, ориентированное на устойчивость семейного, малого бизнеса.

Один из пунктов несоответствия в том, что у нас есть хорошая и устойчивая форма выражения — «*предприниматель малого бизнеса*», претендующего на устойчивое состояние роста, но нет устойчивого параллельного обозначения для предпринимателя, претендующего на ускоренный рост. Как следствие, в литературе одного мы называем «владелец малого бизнеса», в то время как другого мы называем просто «предприниматель». В действительности оба они являются предпринимателями (другими словами, создателями предприятия и ценности). Поскольку для обозначения «менеджера ускоренного роста» мы не располагаем подходящим термином, который был бы аналогичен «предпринимателю малого бизнеса» (все наши вышеприведенные формулировки не конвенциональны; разве что назвать его «предпринимателем масштабируемого бизнеса»), со временем мы сползаем в зону комфорта, высказываясь об «основателе малого бизнеса», «владельце малого бизнеса», и называя то, что они делают, «менеджментом малого бизнеса»; тем временем основатель масштабируемого бизнеса «узурпировал» титул предпринимателя, а его деятельность — статус «предпринимательства».

Мы призываем: 1) возвратиться к тем временам, когда управляющих малым бизнесом относили к «предпринимателям», вовлеченным (наряду с создателями масштабируемого бизнеса) в предпринимательство, с аналогичными и схожими педагогическими и учебными потребностями, а также 2) признать, что стремление к росту (устойчивому или ускоренному) также имеет пересекающиеся, но расходящиеся педагогические и учебные потребности. США были и продолжают оставаться мировым лидером в изобретательности и создании новых предприятий, а американские педагоги и ученые лидируют в создании развивающейся академической дисциплины по предпринимательству и в сопутствующем ей фокусе на устойчивом или ускоренном росте. Предприниматели, как те, кто сосредоточен на малом бизнесе, так и те, кто сосредоточен на масштабировании бизнеса, равно как и преподаватели предпринимательства могут быть мобилизованы как послы от народа — к народу (*people-to-people ambassadors*), чтобы помочь остальным людям локально и глобально создавать предприятия для поддержки своих семей, сообществ, регионов и стран. Возможно, это продвинет всех нас навстречу истинному миру.

## References

1. Anselm M. *Entrepreneurship education in the community college*. A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB). Las Vegas, NV, 1993, 177–92.
2. Baker T. and Nelson R. E. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50, 329–66.
3. Birch D. *Job Creation in America*. New York, The Free Press, 1987.
4. Blenker P., Dreisler P., Faergemann Helle, Meibom and Kjeldsen John. A framework for developing entrepreneurship education in a university context. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2013, 5 (1), 45–63.
5. Brockhaus R. *Entrepreneurship education: A research agenda. The Art and Science of Entrepreneurship Education*. F. Hoy, T. G. Monroy and J. Reichert. Berea, CA: Monroy Educational Systems, Inc., 1993, 9–13.
6. Carland J., Hoy F., Boulton W., Carland J. C. *Differentiating entrepreneurs from small business owners: A con-*

- ceptualization. *Academy of Management Review*, 1984, 9 (2), 354–9.
7. Carland J. A. et al. An empirical investigation into the distinctions between entrepreneurial and small business ventures. *International Journal of Management*, 1988, 5, 98–109.
  8. Carland J. W. and Carland J. A. *Entrepreneurship education: An integrated approach using an experiential learning paradigm. A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, IntEnt97, Monterey Bay, CA, 1997.*
  9. Carroll J. J. *Course and curriculum design in developing and changing nations: Problems following the U. S. model.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business, Las Vegas, NV, 1993, 254–63.
  10. Charney A. and Libecap G. *Impact of entrepreneurship education.* Insights: A Kauffman Research Series. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 2000.
  11. Donckels R. Education and entrepreneurship experiences from secondary and university education in Belgium. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1991, 9(1), 35–42.
  12. Edelman L., Manolova T. and Brush C. G. *Entrepreneurship education: Correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success.* *Academy of Management Learning and Education*, 2008, 7 (1), 56–70.
  13. El Tarabishy A., Saskin M. and Solomon G. The entrepreneurial leader's impact on the organizational performance in dynamic markets. *The Journal of Private Equity*, 2005, 8 (4), 20–30.
  14. Fiet J. O. The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 2000, 16 (1), 1–24.
  15. Garavan T. N. and O'Connell B. Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation — Part 2. *Journal of European Industrial Training*, 1994, 18(11), 13–22.
  16. Gartner W. B. 'Who is an entrepreneur' is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 1988, 12 (4), 11–32.
  17. Gartner W. B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 1990, 5 (1), 15–28.
  18. Gibb A. The enterprise culture and education. *International Small Business Journal*, 1993, 11 (3), 11–34.
  19. Hisrich R. D. *Toward an organization model for entrepreneurship education.* A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Dortmund, Germany, 1992.
  20. Kaplan J. *Patterns of Entrepreneurship.* New York: John Wiley & Sons, Inc., 2003, 10–11.
  21. Katz J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18 (2), 283–300.
  22. Katz J. A. and Green R. P. II. *Academic resources for entrepreneurship education.* *Simulation & Gaming*, 1996, 27(3), 365–74.
  23. Katz J. A. and Green R. P. *Entrepreneurial Small Business,* New York: McGraw Hill, 2006.
  24. Kilby P. *Hunting the heffalump. Entrepreneurship and Economic Development.* NY Free Press, 1976, 1–25.
  25. Kirby D. A. *Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge?* A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, 2003.
  26. Kuratko D. F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory Practice*, 2005, 29 (5), 577–98.
  27. Lumpkin G. T. and Dess G. G. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance.* *The Academy of Management Review*, 1996, 21 (1), 135–73.
  28. Meyer G. D. *Major unresolved issues and opportunities in entrepreneurship education.* A paper presented at a meeting of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship National Conference, 2001.
  29. Mintzberg H. 'If strategic planning is everything, then perhaps it is nothing', in *The Rise and Fall of Strategic Planning.* New York: Simon and Schuster, 1994.
  30. Plaschka G. R. and Welsch H. P. Emerging structures in entrepreneurship education: Curricular designs and strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1990, 14(3), 55–71.
  31. Porter L. W. *The relation of entrepreneurship education to business education.* *Simulation & Gaming*, 1994, 25(3), 416–19.
  32. Robinson P. and Hayes M. *Entrepreneurship education in America's major universities.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, 15 (3), 41–52.
  33. Ronstadt R. *The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education evolves.* In C. A. Kent (ed.), *Entrepreneurship Education,* New York: Quorum Books, 1990, pp. 69–88.
  34. Schumpeter J. A. *The creative response in economic history.* In R. V. Clemence (ed.), *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism,* New Brunswick: Transaction Publishers, 1934, 221–31.
  35. Shepherd D. A. and Douglas E. J. *Is management education developing, or killing, the entrepreneurial spirit?* A paper presented at a meeting of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship, 1997.
  36. Solomon G. T. *National Survey of Entrepreneurial Education,* Washington, D. C.: Center for Entrepreneurial Excellence, The George Washington University, 1979, 1982, 1986, 1991, 1997, 2000, 2003.
  37. Solomon G. T. and Fernald L. W. Jr. *Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1991, 15 (3), 25–40.
  38. Solomon G. T. and Fernald L. W. *Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States: An update.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB) Conference, 1993.
  39. Solomon G. T., Weaver K. M. and Fernald L. W. Jr. Pedagogical methods of teaching entrepreneurship: An historical perspective. *Gaming and Simulation*, 1994, 25 (3), 67–79.
  40. Solomon G. T., Winslow E. K. et al. *Entrepreneurial education in the United States: An empirical review of the past twenty years.* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business (ICSB) Conference, 1998.
  41. Solomon G. T., Duffy S. and Tarabishy A. The state of entrepreneurship education in the United States: A nation-

- wide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2002, 1 (1), 65–86.
42. Vesper K. H. and Gartner W. B. Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 1997, 12, 403–21.
  43. Vesper K. H. *Content of entrepreneurship courses versus needs of entrepreneurs*. A paper presented at a meeting of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, 1993.
  44. Weaver K. M. and Solomon G. *Are we teaching entrepreneurship to small businesses and small business to entrepreneurs?* A paper presented at a meeting of the International Council for Small Business, Belfast, Northern Ireland, 2003.
  45. Wiklund J., Davidsson P. and Delmar F. What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, Spring, 247–70.

---

G. Solomon, [gsolomon@gwu.edu](mailto:gsolomon@gwu.edu)

C. Matthews, [charles.matthews@uc.edu](mailto:charles.matthews@uc.edu)

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

The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: a qualitative analysis<sup>1</sup>. The purpose of this chapter is to identify the common curricular practice of mixing and mismatching concepts and theories of small business and entrepreneurship based on the assumption that small business and entrepreneurship are coterminous phenomena. The discussion of this paper revolved around the question of clarifying and articulating the differences between pedagogy and curricula for steady state growth oriented small business owners and accelerated growth or scalable venture founders. The distinctiveness and overlap between steady state and accelerated growth entrepreneurs is relevant to academia, practitioners, and policy makers. We suggest 'entrepreneurship' is the art and science of taking the risk and action to create a venture and value for multiple constituents. Furthermore, we posit that it is the 'entrepreneur' that engages in 'entrepreneurship'. Moreover, entrepreneurs can be either founders of small business ventures (steady state growth aspirant) or scalable ventures (accelerated growth aspirant). Finally, while these two entrepreneurship paths (steady state versus accelerated growth) are divergent in nature they can be convergent (steady state growth morphs into a scalable accelerated venture and vice-versa), and they have different pedagogical and curricular needs.

**Keywords:** entrepreneurship education, small business management, pedagogy and curricula, steady state (small) business growth ventures, the accelerated (scalable) growth ventures.

### About authors:

G. Solomon, *Professor*

C. Matthews, *Professor*

### For citation:

Solomon G., Matthews C. The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: a qualitative analysis. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (67), pp. 121–142 (in Russian, abstr. in English).

---

<sup>1</sup> Solomon G., & Matthews C. H. (2014). The curricular confusion between entrepreneurship education and small business management: A qualitative analysis. *Annals of entrepreneurship education and pedagogy* (Michael Morris, Ed), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 91–115. Reprinted with permission.