

Предпринимательский потенциал студентов белорусских вузов

Entrepreneurial potential of Belarusian students

Морозов Родион Игоревич¹
Marozau Radzivon

Хацкевич Геннадий Алексеевич²
Khatskevich Gennadiy

Апанасович Владимир Владимирович³
Apanasovich Vladimir

1. PhD в области управления и экономики, помощник директора Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ
PhD in business and economics, assistant director of the School of Business and Management of Technology of BSU
e-mail: morozov@sbmt.by

2. Доктор экономических наук, профессор, декан факультета бизнеса Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ
Doctor of Economic sciences, Professor, dean of the Faculty of business of the School of Business and Management of Technology of BSU
e-mail: khatskevich@sbmt.by

3. Доктор физико-математических наук, профессор, директор Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ
Doctor of Physico-mathematical sciences, Professor, director of the School of Business and Management of Technology of BSU
e-mail: apanasovich@sbmt.by

Аннотация

Статья посвящена анализу факторов, определяющих предпринимательские устремления студентов белорусских вузов. На основе современных концепций предпринимательского университета, предпринимательского образования и теории запланированного поведения рассматриваются и оцениваются факторы и пути совершенствования подготовки предпринимателей и управленцев, отвечающих вызовам инновационного развития страны.

Ключевые слова: предпринимательская среда, предпринимательский вуз, предпринимательский потенциал.

Abstract

The paper is devoted to the analysis of factors conditioning entrepreneurial intentions of Belarusian students. Using the concepts of entrepreneurial university, entrepreneurship education and theory of planned behavior, we discuss and estimate the influence of university environment and provide implications for university authorities and stakeholders on how to promote the development of a new entrepreneurial and innovative generation.

Keywords: entrepreneurial environment, entrepreneurial university, entrepreneurial potential.

Keywords: development strategy, professional and educational capacity, methodology for assessment of regional professional and educational capacity.

Поступила в редакцию / Received: 13.04.2017

Web: <http://elibrary.miu.by/journals/item.iot/issue.50/article.2.html>

Введение

Реализация третьей предпринимательской миссии в последнее время становится важнейшей задачей для современных университетов, которые столкнулись с необходимостью превращения в предпринимательские организации, в которых знания и технологии создаются, а затем внедряются для экономического и социального развития. Как результат – тесное взаимодействие университетов с бизнес-средой и государством, а также создание внутри самих университетов среды, способствующей предпринимательству и инновациям, заняли важное место в национальной экономической и социальной политике.

В Республике Беларусь критическим сдерживающим фактором на пути к инновационному развитию экономики является недостаток компетентных предпринимателей, иницилирующих и развивающих новые технологичные проекты. Поэтому белорусские вузы должны активно участвовать в решении этой проблемы, повышая уровень компетенций, мотивации и развивая лидерские и предпринимательские качества будущих специалистов. Для этого современное бизнес-образование должно переходить от обучения «о предпринимательстве и инновациях» к обучению «для предпринимательства и инноваций», а затем прийти к обучению «через предпринимательство и инновации» – стать ориентированным на вовлечение студентов в предпринимательскую, управленческую и инновационную деятельность в период обучения в вузе.

Данная статья посвящена анализу факторов, определяющих предпринимательские устремления сту-

дентов белорусских вузов. На основе современных концепций предпринимательского университета, предпринимательского образования и теории запланированного поведения рассматриваются и оцениваются факторы и пути совершенствования подготовки предпринимателей и управленцев, отвечающих вызовам инновационного развития страны.

1. Роль университетов в развитии предпринимательства

Во всем мире вызовы внешней среды, такие как снижение государственного финансирования научных исследований, быстрое развитие малого и среднего бизнеса, ускорили формирование предпринимательских университетов, которые можно определить как вузы, являющиеся инкубаторами, создающими благоприятную среду для начала предпринимательской деятельности студентов и сотрудников, развивающие предпринимательскую культуру и положительное отношение к предпринимательской деятельности, чтобы отвечать на вызовы экономики знаний и стимулировать экономическое и социальное развитие стран и регионов.

В настоящее время все больше американских и европейских университетов становится генераторами знаний, движущими экономическое развитие, и лидерами в «обществе предпринимателей», формирующими предпринимательский капитал [1].

В некоторой степени эволюция университетов идет в ногу с эволюцией теории экономического ро-

ста. В неоклассической теории роста, предложенной Робертом Солоу, драйверами экономического развития были капитал и трудовые ресурсы (не обязательно высококвалифицированные). Поэтому университеты в основном играли роль поставщиков человеческого капитала, а их вклад был скромным. Эта модель роста была критически пересмотрена и вытеснена моделью эндогенного роста, разработанной Ромером, который утверждал, что знания и технологии являются ключевым фактором производства. В подтверждение этого Бильбао-Осорио и Родригес-Позе [2] выявили, что уровень образования и квалификации населения определяет способность трансформировать исследования и разработки в инновации. Таким образом, повышение роли знаний в экономическом развитии превратило университеты из поставщиков исключительно человеческого капитала в ключевые источники знаний и технологий и, следовательно, в ключевые силы экономического роста. В начале XXI века ученые пришли к выводу, что недостающим элементом предыдущих моделей экономического роста является предпринимательство, которое необходимо для развития человеческого капитала и инноваций. Так, новая концепция, которая утверждает, что предпринимательство является движущей силой, определяющей экономический рост, была предложена Аудречем [1]. Как следствие, роль университетов эволюционировала от простой генерации знаний и разработки технологий к доминирующему положению в «развитии лидерства, предпринимательского мышления и институтов». Рисунок 1 демонстрирует эту эволюцию.

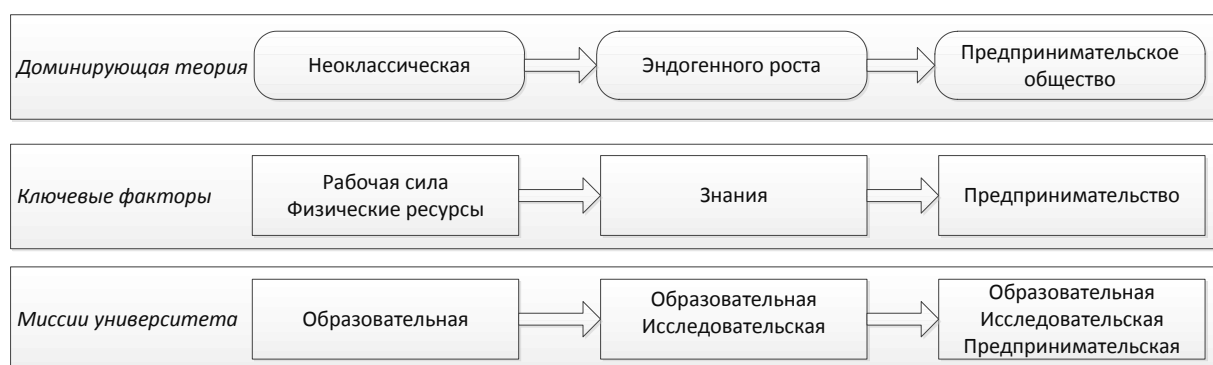


Рисунок 1 – Эволюция миссии университетов

Примечание: основано на [1]

2. Предпринимательский потенциал студентов

В инновационной экономике становятся все более востребованными выпускники вузов с деловыми, предпринимательскими навыками и гибким, креативным мышлением, чем выпускники просто с теор-

етическими знаниями и техническими навыками [3], на развитие которых направлено обучение на специальностях, не относящихся к управленческому и бизнес-образованию. В то же время популярность магистерских программ в области менеджмента среди выпускников технических и естественнонаучных фа-

культетов свидетельствует о важности навыков и компетенций, получаемых посредством бизнес-образования. Появилось понимание того, что ключевым компонентом такого образования становится вузовская среда, способствующая формированию предпринимательской культуры, устремлений и реализации бизнес-идей. Предпринимательская среда формируется из целого ряда факторов, которые вуз может контролировать и целенаправленно развивать:

- не забюрократизированная система вузовского управления и лидерства;
- системы мотивации и продвижения, поддерживающие предпринимательскую активность;
- организационная структура и модель взаимодействия с бизнес-сектором;
- наличие образцов для подражания – преподавателей, исследователей, студентов и выпускников, которые стали успешными инноваторами и предпринимателями;
- человеческие ресурсы – студенты, преподаватели, сотрудники, администрация с высоким уровнем специальных знаний, управленческими навыками, талантом, лидерскими качествами и предпринимательским видением;
- материальные ресурсы, такие как лаборатории, площадки для коворкинга, бизнес-инкубаторы, технологические парки и т. д.;
- финансовые ресурсы, выделяемые на развитие инновационной и предпринимательской деятельности, а также способность привлекать их из внешней среды.

Важность развития предпринимательского потенциала молодежи и, в частности, студентов осознается и властями, и руководством университетов, и бизне-

сом во многих странах, что вызывает большой интерес к исследованиям.

Осознавая это, Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ выступил инициатором присоединения Беларуси к международному исследовательскому проекту GUESS – Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey и стал координатором проекта в Беларуси. Таким образом, Беларусь стала 50-й страной, где в 2016 году прошло исследование предпринимательского потенциала студентов, предпринимательской среды и предпринимательского образования в вузах.

Теоретической основой исследования стала теория запланированного поведения И. Айзена [4], которая считается наиболее подходящей для анализа предпринимательских устремлений [5]. В соответствии с этой теорией, отношение к поведению, субъективные нормы и воспринимаемый поведенческий контроль формируют поведенческие намерения и, как следствие, поведение индивида. В исследованиях предпринимательского поведения, опирающихся на эту теорию, предполагается, что предпринимательское образование и среда в вузе могут влиять на все три фактора, определяющих поведенческие намерения – стремление быть предпринимателем.

3. Методология исследования

Приглашение к участию в исследовании было отправлено в 15 вузов, в основном членов Ассоциации бизнес-образования. В исследовании использовался переведенный на русский язык опросник, разработанный командой GUESS и позволяющий проводить межстрановые сравнения. В результате было получено 1312 ответов, из которых 716 оказались полными и пригодными для анализа. Такая выборка позволила Беларуси расположиться на 31-м месте в мире из 50 стран, участвовавших в исследовании в 2016 году.

Распределение ответов по вузам представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Белорусская выборка

| № | Вуз | Количество ответов | % в выборке |
|---|--|--------------------|-------------|
| 1 | Белорусская государственная сельскохозяйственная академия | 2 | 0,3 |
| 2 | Белорусский государственный технологический университет | 11 | 1,5 |
| 3 | Белорусский государственный университет | 166 | 23,2 |
| 4 | Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники | 8 | 1,1 |
| 5 | Белорусский государственный университет транспорта | 37 | 5,2 |
| 6 | Белорусский национальный технический университет | 25 | 3,5 |
| 7 | Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации | 15 | 2,1 |

Окончание таблицы 1.

| № | Вуз | Количество ответов | % в выборке |
|----|---|--------------------|-------------|
| 8 | Витебский государственный технологический университет | 38 | 5,3 |
| 9 | Гродненский государственный аграрный университет | 5 | 0,7 |
| 10 | Гродненский государственный университет им. Янки Купалы | 113 | 15,8 |
| 11 | Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ | 128 | 17,9 |
| 12 | Институт парламентаризма и предпринимательства | 6 | 0,8 |
| 13 | Могилевский государственный университет им. А. Кулешова | 10 | 1,4 |
| 14 | Полесский государственный университет | 23 | 3,2 |
| 15 | Полоцкий государственный университет | 62 | 8,7 |
| 16 | Прочие | 67 | 9,4 |
| | Всего | 716 | 100 |

Большинство участников (86,2 %) родились после 1991 года, а категория участников старше 25 лет представлена 13,8 %. Что касается половой структуры, в исследовании GUESSSS участвовало больше женщин, чем мужчин: 73,5 % против 26,5 % соответственно (58,5 % против 41,5 % в глобальной выборке). Большинство респондентов (93,6 %) указали свою национальность как белорусскую.

По уровню получаемого образования выборка состояла из 79 % обучающихся на первой ступени высшего образования, 7 % – на второй ступени, 14 % – в аспирантуре и на программах дополнительного образования взрослых.

В белорусской выборке доля студентов, изучающих право и экономику (включая бизнес), была высокой – 79 %, что обусловлено тем, что в исследовании принимали участие многие вузы, состоящие

в Ассоциации бизнес-образования. Кроме того, как и во всем мире, наибольшая доля обучающихся, заинтересованных в участии в исследовании предпринимательских устремлений, получают образование в этом направлении и больше ориентированы на создание бизнеса.

Для анализа влияния предпринимательского образования и среды на поведенческие намерения быть предпринимателем авторами использовалось моделирование с помощью системы структурных уравнений – экономического инструментария, обеспечивающего поддержку исследований и теорий и отражающего сложные взаимосвязи более точно по сравнению со стандартными методами многомерного статистического анализа. В модель также были включены ряд наблюдаемых экзогенных переменных (Пол, Родители-

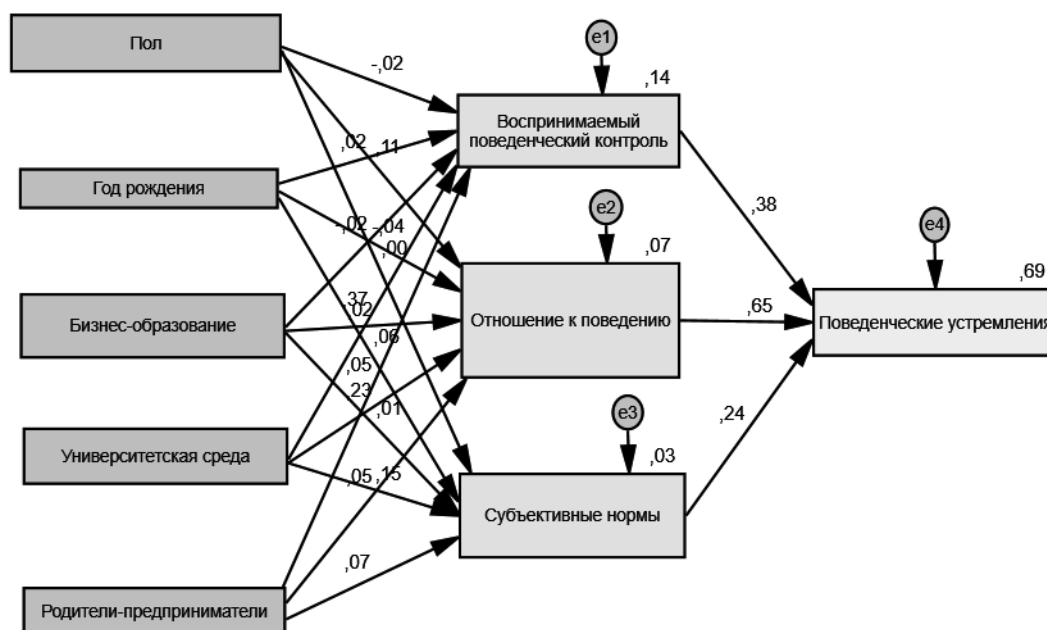


Рисунок 2 – Система структурных взаимосвязей эконометрической модели

ли-предприниматели, Год рождения, Бизнес-образование), которые могут оказывать влияние [6]. Модель, статистическая оценка которой проводилась в исследовании с помощью программного пакета IBM SPSS AMOS, представлена на рисунке 2.

Описание переменных, использованных в модели, представлено в таблице 2.

Переменные «Поведенческое намерение создать бизнес», «Отношение к поведению (предпринимательству)», «Субъективные нормы», «Воспринимаемый поведенческий контроль», «Университетская среда» были оценены методом факторного анализа с уровнем кумулятивного процента объясненной дисперсии не ниже 73,8.

Таблица 2 – Описание переменных

| Переменная | | Измерение |
|-------------|---|--|
| Зависимая | Поведенческие намерения создать бизнес | 1. Я готов(а) сделать все, что угодно, чтобы стать предпринимателем. 2. Моя профессиональная цель – стать предпринимателем. 3. Я готов(а) предпринять все необходимые усилия для начала своего дела и управления своей собственной фирмой. 4. Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем. 5. Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса. 6. У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело. (1 = абсолютно не согласен, 7 = полностью согласен) |
| | Отношение к поведению (предпринимательству) | 1. Работа в качестве предпринимателя, в моем понимании, несет в себе больше преимуществ, чем недостатков. 2. Карьера предпринимателя привлекательна для меня. 3. Если бы у меня были возможности и ресурсы, я бы стал(а) предпринимателем. 4. Работа в качестве предпринимателя принесла бы мне большее чувство удовлетворения. 5. Среди всех возможных вариантов я бы предпочел(ла) стать предпринимателем. (1 = абсолютно не согласен, 7 = полностью согласен) |
| Латентные | Субъективные нормы | Если бы вы выбрали карьеру предпринимателя, как бы отреагировали люди в вашем окружении? 1. Ваша семья 2. Ваши друзья 3. Ваши сокурсники (1 = крайне отрицательно, 7 = крайне положительно) |
| | Воспринимаемый поведенческий контроль | Уровень компетенций при выполнении следующих задач: 1. Выявлять новые возможности для бизнеса. 2. Создавать новые продукты и услуги. 3. Управлять инновациями внутри фирмы. 4. Быть лидером, «мастером общения». 5. Выстраивать профессиональную сеть. 6. Коммерциализировать новую идею или разработку. 7. Успешно управлять бизнесом. (1 = компетенции слабо развиты, 7 = компетенции развиты отлично) |
| Наблюдаемые | Пол | 1 – мужской; 0 – женский |
| | Университетская среда | 1. Мое обучение углубило мое понимание отношения, ценностей и мотивации предпринимателей. 2. Мое обучение углубило мое понимание в отношении действий, которые необходимо предпринять для открытия своего дела. 3. Мое обучение усовершенствовало мои практические управленческие навыки, необходимые для создания своего бизнеса. 4. Мое обучение развило мою способность завязывать личные контакты. 5. Мое обучение улучшило мою способность выявлять возможности для бизнеса. 6. Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса. 7. В вузе благоприятный климат для того, чтобы стать предпринимателем. 8. В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность. (1 = абсолютно не согласен, 7 = полностью согласен) |

Окончание таблицы 2.

| | Переменная | Измерение |
|-------------|--------------------------|---|
| Наблюдаемые | Родители-предприниматели | 1 – хотя бы один из родителей является предпринимателем, 0 – ни один не является |
| | Год рождения | Год, в котором родился респондент |
| | Бизнес-образование | 1 – Студент обучается по направлению «Право и экономика (включая бизнес и менеджмент)», 0 – по другому направлению |

4. Результаты эмпирического анализа

Построенная модель имеет достаточно высокое значение коэффициента детерминации – 0,69, и, соответственно, объясняет 69 % дисперсии зависимой переменной.

Результаты эмпирического регрессионного анализа (таблица 3) свидетельствуют о том, что в целом теория

запланированного поведения подтверждается: Отношение к поведению (предпринимательству), Субъективные нормы, Воспринимаемый поведенческий контроль имеют положительную связь с Поведенческими намерениями студентов создать бизнес. Важным результатом является то, что университетская среда оказывает положительное влияние на все три приведенные выше переменные.

Таблица 3 – Результаты попарного регрессионного анализа

| Зависимая переменная | Независимая переменная | Коэфф. | S.E. | C.R. | P |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--------|------|--------|------|
| Воспринимаемый поведенческий контроль | Пол | -,056 | ,086 | -,651 | ,515 |
| Воспринимаемый поведенческий контроль | Год рождения | ,004 | ,010 | ,454 | ,650 |
| Субъективные нормы | Бизнес-образование | ,049 | ,085 | ,579 | ,562 |
| Воспринимаемый поведенческий контроль | Бизнес-образование | -,039 | ,084 | -,469 | ,639 |
| Субъективные нормы | Родители-предприниматели | ,092 | ,053 | 1,737 | ,082 |
| Субъективные нормы | Университетская среда | ,148 | ,040 | 3,657 | *** |
| Отношение к поведению | Университетская среда | ,229 | ,039 | 5,878 | *** |
| Отношение к поведению | Год рождения | -,011 | ,010 | -1,077 | ,282 |
| Субъективные нормы | Бизнес-образование | ,022 | ,089 | ,247 | ,805 |
| Воспринимаемый поведенческий контроль | Университетская среда | ,369 | ,038 | 9,700 | *** |
| Воспринимаемый поведенческий контроль | Родители-предприниматели | ,062 | ,050 | 1,238 | ,216 |
| Отношение к поведению | Пол | ,256 | ,088 | 2,917 | ,004 |
| Субъективные нормы | Пол | ,006 | ,091 | ,065 | ,948 |
| Субъективные нормы | Год рождения | ,015 | ,010 | 1,527 | ,127 |
| Отношение к поведению | Родители-предприниматели | ,072 | ,051 | 1,414 | ,157 |
| Поведенческие намерения | Воспринимаемый поведенческий контроль | ,394 | ,024 | 16,656 | *** |
| Поведенческие намерения | Отношение к поведению | ,676 | ,024 | 28,538 | *** |
| Поведенческие намерения | Субъективные нормы | ,247 | ,024 | 10,435 | *** |

Эмпирические результаты подчеркивают, что даже в нынешних условиях вузы могут и должны способствовать формированию предпринимательских устремлений студентов, чтобы после окончания обучения они осуществляли поиск не первого рабочего места, а первых сотрудников в свои ком-

пании. Более активное движение в этом направлении позволило бы решить острую проблему белорусской экономики – создания высокоэффективных рабочих мест.

Что касается сравнения студентов белорусских вузов с представителями других стран, важно отметить,

что белорусские студенты продемонстрировали достаточно высокий предпринимательский потенциал.

- 8,9 % студентов намерены начать свой бизнес сразу после учебы, через 5 лет после окончания вуза – 56,8 %. Среднемировой уровень в 2016 составил соответственно 8,8 % и 38,2 %;
- 22,9 % белорусских студентов сообщили, что они пробовали начать свой собственный бизнес. Это 22-е место среди 50 изучаемых стран;
- 7 % студентов уже работают в собственном бизнесе или являются самозанятыми. Средний мировой показатель в 2016 году – 8,8 %, с ним Беларусь занимает 29-е место;
- показатель предпринимательской среды в белорусских вузах чуть выше среднемирового (4,3 против 4,0 из максимальных 7);
- хотя торговля и является весьма привлекательной отраслью для студентов, она не кажется легкой для начала самостоятельного устойчивого бизнеса.

Заключение

Белорусские вузы уже сейчас должны принимать на себя ответственность за выполнение новой для них предпринимательской миссии, чтобы не просто быть готовыми к новой экономике, движимой инновациями и предпринимательством, но и создавать предпосылки для перехода страны и регионов на новую стадию экономического развития, а также для формирования мощного сектора малых и средних инновационных предприятий.

Политика государства и вузов по созданию предпринимательских экосистем должна стимулировать предпринимательскую деятельность, основанную на знаниях, и формировать у студентов и сотрудников вузов восприятие предпринимательской деятельности как одного из привлекательных и вполне реальных путей развития карьеры.

В этом контексте формирование национальной системы бизнес-образования могло бы стать отправной точкой для развития инновационного предпринимательства, основным отличием которого является ориентированность на развитие способностей и нацеленность на организацию новых предприятий. То есть перед системой бизнес-образования уже сейчас должна декларироваться и ставиться цель готовить не только наемных работников-менеджеров для действующих предприятий, но и тех, кто будет создавать новые высокоэффективные рабочие места.

В белорусских реалиях вузы действительно могут и должны играть ключевую роль в процессе развития предпринимательства, опираясь на свою материально-техническую базу, опыт и компетенции, а также международные связи [7].

В этой связи значение бизнес-школы в системе образования должно меняться. Она перестает быть единственным местом, где студент получает необходимые компетенции и приобретает деловые и предпринимательские качества, востребованные инновационной экономикой, а превращается в центр бизнес-образования [8]. Целями бизнес-школы в таком случае будет являться не только обучение бизнесу и инновациям тех, кто сразу после школы поступил на соответствующую специальность, но и распространение предпринимательского бизнес-образования во всем университете, установление тесных связей между университетским сообществом и предприятиями, стимулирование предпринимательской и деловой культуры на университетском уровне.

Посредством предпринимательского бизнес-образования бизнес-школа способна мобилизовать и реализовывать инновационный потенциал студентов (а также преподавателей и сотрудников) разных факультетов и специальностей, которые априори являются источниками новых знаний и технологий. Но ввиду отсутствия предпринимательского видения и/или недостатка бизнес-компетенций выпускники могут быть не способны реализовывать идеи – превращать знания и технологии в экономическую стоимость и быть драйверами в ДИВ-модели (инновации через действия, использования и взаимодействия) инноваций [9].

В университетах должны внедряться новые образовательные подходы, ориентированные на решение инновационных задач, имеющих ценность для конкретных предприятий; на развитие критического мышления, навыков работы в команде, готовности принимать решения и принимать риски. Следует использовать проектно-ориентированные подходы даже в рамках классических учебных курсов, а также междисциплинарные учебные траектории, чтобы у студентов формировались критическое мышление, готовность к риску, ответственность не только за себя, но и за группу.

В то же время, университеты и бизнес-школы сталкиваются с необходимостью сделать предпринимательское бизнес-образование доступным для студентов разных специальностей и даже разных университетов. Такая необходимость осознается на уровне Министерства образования и нашла отражение в идее создания «мини-болонской системы».

Опыт западноевропейских стран, находящихся на третьей стадии экономического развития, показывает, что белорусские учреждения высшего образования в том виде, в котором они существуют, и с нынешней моделью управления будут неспособны сохранить свое положение в системе образования, генерации знаний и в инновационной системе в целом. Белорусские вузы уже сейчас должны принимать на себя ответственность за выполнение новой для них предпринимательской миссии, чтобы не просто быть готовыми к новой экономике, движимой инновациями и предпринимательством, но и создавать предпосылки для перехода страны и регионов на стадию экономического развития за счет инноваций, а также для формирования мощного сектора малых и средних предприятий.

Еще один важный вопрос, которому должно быть уделено внимание – необходимость не только признавать и развивать предпринимательскую миссию вузов, но и оценивать и сопоставлять результаты этого процесса с другими странами. В этой связи, продолжение участия белорусских вузов в проекте GUESSS является важным для всей системы образования.

Исследование проводилось Ассоциацией бизнес-образования в рамках Программы «Укрепление потенциала совместных инициатив», которая реализуется при поддержке Фонда «Евразия» за счет средств Агентства США по международному развитию (USAID).

Литература / References

1. Audretsch, D. From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society / D. Audretsch // *The Journal of Technology Transfer*. – 2014. – Vol. 39, iss. 3. – P. 113-121.
2. Bilbao-Osorio, B. From R&D to innovation and economic growth in the EU / B. Bilbao-Osorio, A. Rodriguez-Pose // *Growth and Change*. – 2004. – Vol. 35, iss. 4. – P. 434-455.
3. Muff, K. Are business schools doing their job? / K. Muff // *Journal of Management Development*. – 2012. – Vol. 31, iss. 7. – P. 648-662.
4. Ajzen, I. The theory of planned behavior. / I. Ajzen // *Organizational behavior and human decision processes*. – 1991. – Vol. 50, iss. 2, 179-211.
5. Souitaris, V. Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. / V. Souitaris, S. Zerbinati, A. Al-Laham // *Journal of Business Venturing*. – 2007. – Vol. 22, iss. 4. – P. 566-591.
6. Toledano, N. Promoting entrepreneurial mindsets at universities: a case study in the South of Spain. / N. Toledano, D. Urbano // *European Journal of International Management*. – 2008. – Vol. 2, iss. 4. – P. 382-399.
7. Суша, Н.В. Инновационное высшее образование: теория и практика развития: моногр. / к-в авт.; под общ. и науч. ред. д-р экон. наук, проф. Н.В. Суша. – Минск: Изд-во МИУ, 2009. – 168 с.
Susha, N.V. Innovatsionnoye vyssheye obrazovaniye: teoriya i praktika razvitiya: monogr. / k-v avt.; pod obshch. i nauch. red d-ra ekon. nauk, prof. N.V. Susha. – Minsk: Izd-vo MIU, 2009. – 168 p.
8. Морозов, Р.И. Предпринимательский университет как центр формирования инновационных компетенций в экономике знаний / Р.И. Морозов, В.В. Апанасович // *Инновационный менеджмент: теория и практика* / под науч. ред. А.В. Маркова. – Минск : Колорград, 2015. – С. 513.
Morozov, R.I. Predprinimatel'skiy universitet kak tsentr formirovaniya innovatsionnykh kompetentsiy v ekonomike znaniy / R.I. Morozov, V.V. Apanasovich // *Innovatsionnyy menedzhment: teoriya i praktika* / pod nauch. red. A.V. Markova. – Minsk: Kolorgrad, 2015. – P. 513.
9. Морозов, Р.И. Предпринимательское бизнес-образование для инновационной экономики / Р.И. Морозов, Н.В. Апанасович, В.В. Апанасович // *Высшая школа*. – 2015. – № 3. – С. 22-24.
Morozov, R.I. Predprinimatel'skoye biznes-obrazovaniye dlya innovatsionnoy ekonomiki / R.I. Morozov, N.V. Apanasovich, V.V. Apanasovich // *Vysheyshaya shkola*. 2015. – No. 3. – P. 22-24.