



**Graduate
School of Management**
St. Petersburg University



Роль университета в формировании предпринимательской активности студентов: модерирующий эффект национальной культуры*

**Образование для будущих предпринимателей:
Формирование и развитие профессиональных предпринимательских компетенций**

17-18 ноября 2016 г.

Широкова Г.В., ВШМ СПбГУ
Цуканова Т.В., ВШМ СПбГУ
Моррис М., Университет Флориды,
ВШМ СПбГУ

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-18-01093).

Влияние контекста

- **Контекст** – ключевой фактор при объяснении предпринимательской активности [Welter, 2011]
- **Университетский контекст** может оказывать влияние на предпринимательские намерения и действия
 - Результаты исследований показывают, что университетский контекст влияет на предпринимательские действия студентов [Bae et al., 2014]
 - Предпринимательская среда университета может рассматриваться как совокупность взаимосвязанных составляющих, которые влияют на студенческое предпринимательство [Morris, Shirokova & Tsukanova, 2016]
- **Национальная культура** может обуславливать внешнюю поддержку в области создания новых фирм [Etzioni, 1987; Hayton, George & Zahra, 2002] и объяснять различия в степени предпринимательских намерений и предпринятых предпринимательских действий в разных странах

RQ: Какое влияние оказывают университетская среда и национальная культура на предпринимательское поведение студентов?

- Концепция *встроенности* и исследования в области предпринимательства
- **Предпринимательское поведение:**
 - Предпринимательские шаги – это действия индивидов, вовлеченных в процесс создания нового бизнеса [Gartner, Carter & Reynolds, 2004]
 - Предприниматели, совершившие большее количество действий, направленных на создание собственного бизнеса, более вероятно продолжат эту деятельность и откроют новую фирму [Brush, Manolova & Edelman, 2008]

Концепция встроенности

- Концепция **встроенности** позволяет понять, как вовлеченность в различные социальные группы и мероприятия влияет и формирует действия [McKeever, Jack & Anderson, 2015]
- **Два уровня** встроенности в рамках студенческой предпринимательской активности:
 - 1) университетская среда объясняет влияние различных типов университетских программ, норм, ценностей, которые присутствуют в контексте университета, в который «встроены» студенты и который может влиять на их предпринимательское поведение
 - 2) национальная культура раскрывает влияние социальных норм, отношений, ценностей той страны, где студенты воспитывались и в рамках которой они принимают решения и реализуют предпринимательские шаги

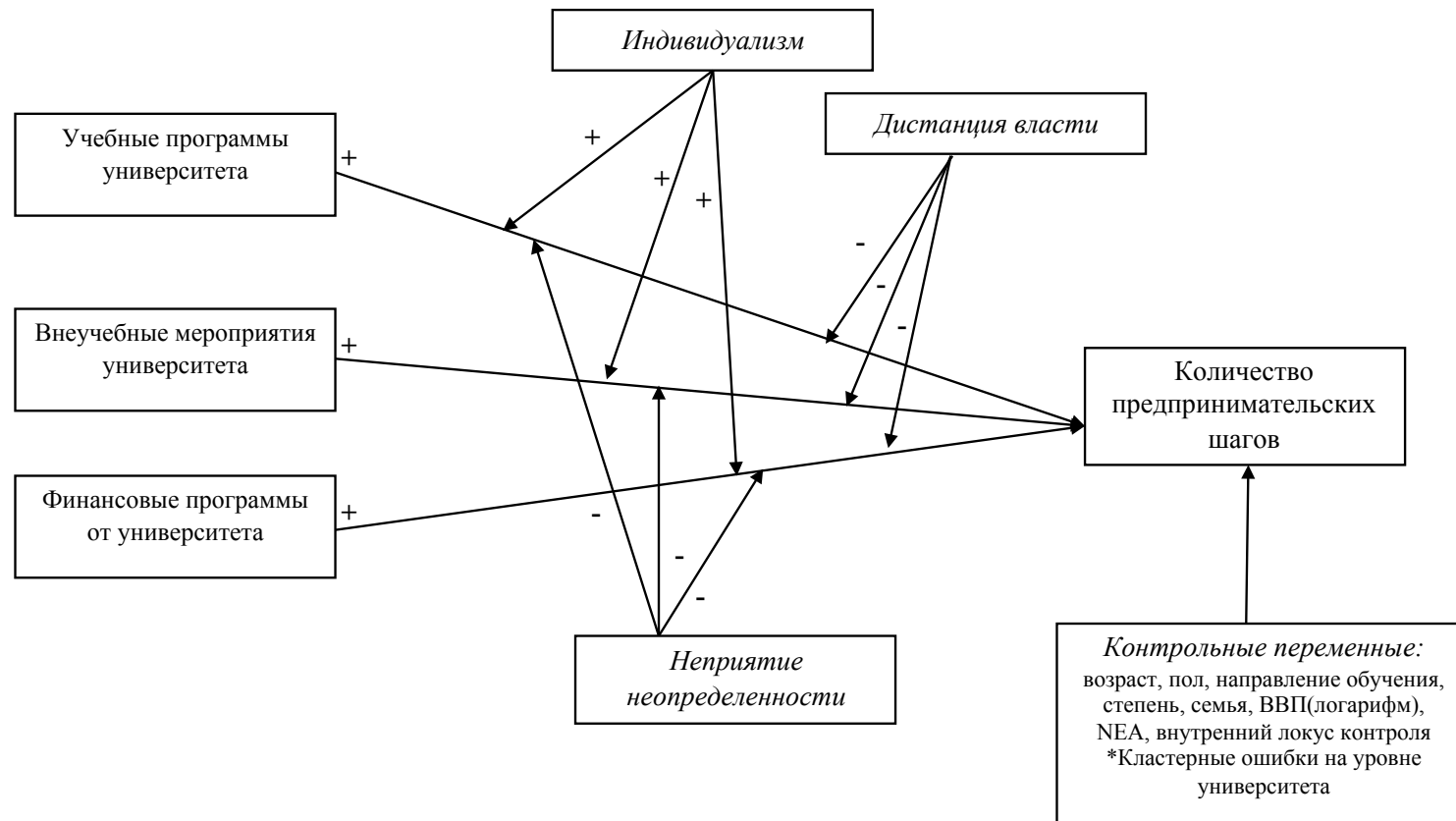
Университетский контекст

- **Университеты** – потенциальные координаторы предпринимательского поведения студентов
- Три основных типа университетских ресурсов связаны с предпринимательством и предпринимательскими действиями:
 1. лекции и семинары на различные темы (учебные программы)
 2. мероприятия по обмену опытом, программы наставничества (внеучебные мероприятия) и
 3. финансовые ресурсы для финансирования стартапов [Kuttim et al., 2014]
- *Мы предполагаем, что*
 - **H1.** Чем активнее студенты посещают учебные программы по предпринимательству, тем большее количество предпринимательских шагов они уже реализовали
 - **H2.** Чем активнее студенты посещают внеучебные мероприятия по предпринимательству, тем большее количество предпринимательских шагов они уже реализовали
 - **H3.** Чем активнее студенты участвуют в программах по финансированию стартапов, тем большее количество предпринимательских шагов они уже реализовали

Национальная культура

- **Культура** определяет ментальные модели и способ управления информацией, который мы используем
- **Культурные параметры**, предложенные Г.Хофстеде (2001), индивидуализм, дистанция власти и неприятие неопределенности, могут помочь лучше понять студенческое предпринимательство
- Мы предполагаем, что положительная связь между вовлеченностью студентов в **(a)** учебные программы по предпринимательству; **(b)** внеучебные мероприятия по предпринимательству; **(c)** университетские программы финансирования стартапов и количеством предпринимательских шагов
 - **H4.** сильнее в странах с высоким уровнем индивидуализма (студенты пользуются преимуществами обучения)
 - **H5.** слабее в странах с высоким уровнем дистанции власти (студенты меньше склонны проявлять самостоятельность и инициативность)
 - **H6.** сильнее в странах с низким уровнем неприятия неопределенности (есть желание попробовать себя в предпринимательстве)

Теоретическая модель



Методология

Выборка и дескриптивная статистика

- Данные: Глобальное исследование предпринимательского духа студентов (GUESSS) 2011
- Вторичные данные по измерениям культуры
- Наша выборка: 30 061 потенциальных предпринимателей-студентов из 23 стран и 273 университетов
- Студентам, в среднем, 24 года, 47% – девушки, у 54% родители или близкие родственники – предприниматели (в прошлом или настоящем)

Статистическая процедура

- Зависимая переменная: количество предпринятых студентами шагов на пути создания собственного бизнеса
- Независимые переменные: количество курсов/мероприятий, которые посетил студент
- Контрольные переменные: возраст, пол, направление обучения, степень, семья, ВВП, НЕА, внутренний локус контроля
- Иерархическая OLS регрессия (STATA) + кластерные стандартные ошибки на уровне университета для контроля вероятности наличия зависимости между наблюдениями

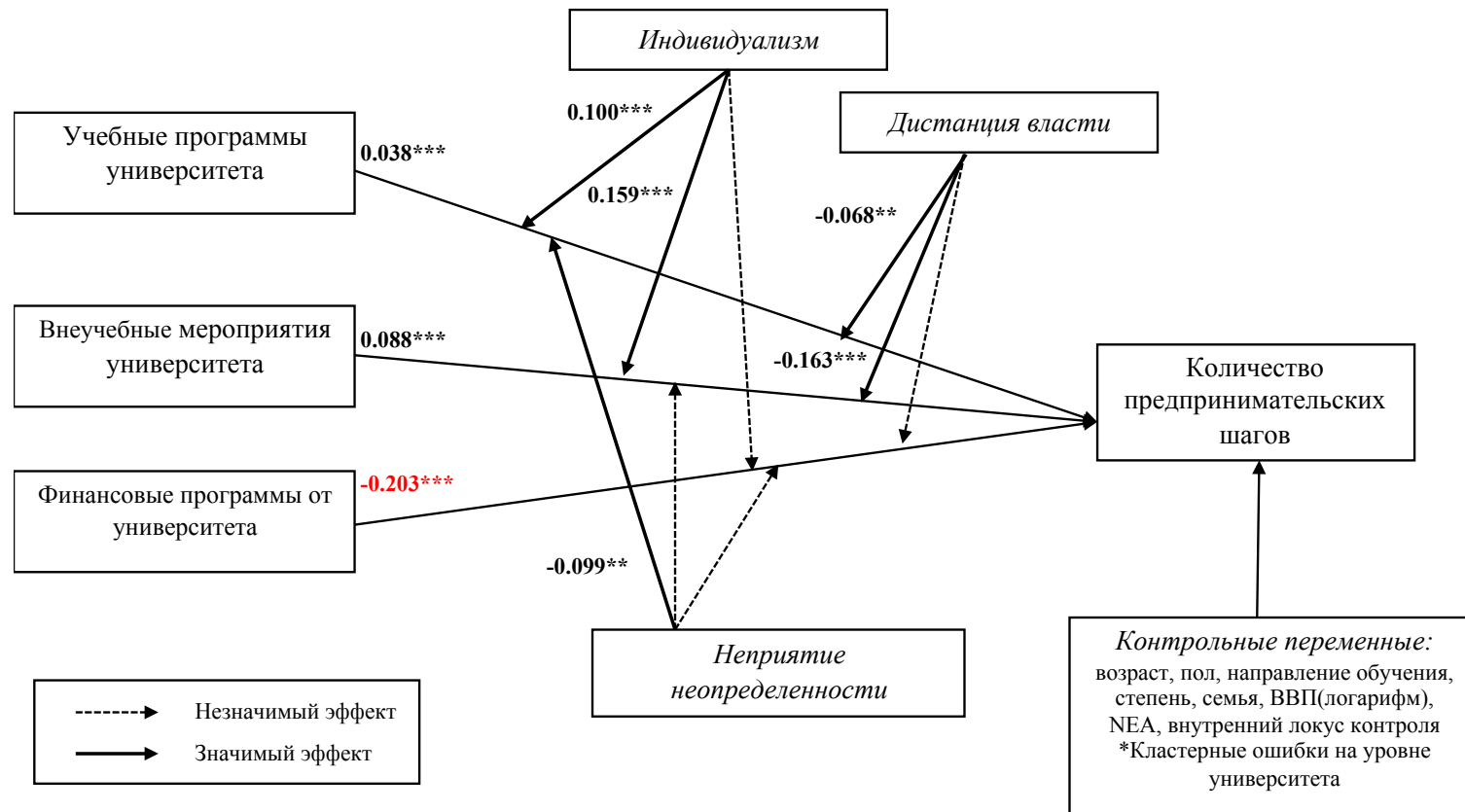
Результаты

- Чем активнее студенты посещают учебные программы по предпринимательству, тем большее количество предпринимательских шагов они уже реализовали **(H1+)**
- Чем активнее студенты посещают внеучебные мероприятия по предпринимательству, тем большее количество предпринимательских шагов они уже реализовали **(H2+)**
- Чем активнее студенты участвуют в программах по финансированию стартапов, тем меньшее количество предпринимательских шагов они уже реализовали **(H3-)**

Результаты

- Положительная связь между вовлеченностью студентов в учебные программы по предпринимательству и внеучебные мероприятия по предпринимательству и количеством предпринимательских шагов сильнее в странах с высоким уровнем индивидуализма **(H4a и H4b +)**
- Положительная связь между вовлеченностью студентов в учебные программы по предпринимательству и внеучебные мероприятия по предпринимательству и количеством предпринимательских шагов слабее в странах с высоким уровнем дистанции власти **(H5a и H5b+)**
- Положительная связь между вовлеченностью студентов в учебные программы по предпринимательству и количеством предпринимательских шагов сильнее в странах с низким уровнем неприятия неопределенности **(H6a +)**

Результаты



Основные выводы

- **Учебные программы и внеучебные мероприятия** по предпринимательству, доступные студентам в университете, положительно влияют на их предпринимательскую активность
- **Финансовая поддержка** стартапов со стороны университета негативно влияет на количество предпринимательских шагов, реализованных студентами
- Предпринимательские действия студентов также **зависят от национального контекста**:
 - Результаты показали, что в странах с высоким уровнем **индивидуализма** положительная связь между учебными программами и внеучебными мероприятиями по предпринимательству и количеством предпринимательских шагов сильнее, чем в странах с более высоким уровнем коллективизма
 - В странах с высоким уровнем **дистанции власти** данная связь слабее по сравнению со странами с низким уровнем дистанции власти
 - Высокий уровень неприятия неопределенности ослабляет положительную связь между учебными программами по предпринимательству и студенческой предпринимательской активностью
- Мы не обнаружили значимого эффекта измерений культуры на связь между финансовой поддержкой со стороны университета и количеством предпринимательских шагов, реализованных студентами

Заключение

- **Предпринимательству можно научить** --- университетские программы по предпринимательству имеют значение
- **Культура** может рассматриваться **как модератор** в отношении между университетским контекстом и студенческим предпринимательством, и эту связь нельзя игнорировать
- **Вклад:**
 - Понимание того, как предпринимательские намерения студентов превращаются в реальные предпринимательские действия
 - Понимание влияния ключевых элементов университетской среды на предпринимательскую активность студентов
 - Более глубокое понимание культуры в роли модератора связи между университетской средой и предпринимательским поведением студентов

Направления для будущих исследований

- Критическая важность не только содержания/теории и обучения в классах, но и приобретения опыта
 - Как найти правильный баланс?
 - Как интегрировать теорию и практику и удостовериться, что они усиливают друг друга?
- Вопросы в отношении роли финансовых программ и того, как они создаются и управляются
- Опасность «дословного» повторения опыта в различных университетских контекстах без учета культурных особенностей --- национальный контекст имеет значение, когда дело касается результатов обучения
- Но что можно сделать в рамках академической среды, чтобы нейтрализовать влияние культурного аспекта?
- Характеристики студентов, которые способны нейтрализовать влияние культурных факторов (например, опыт, когнитивное мышление)



**Graduate
School of Management**
St. Petersburg University



Спасибо за внимание!

Контактная информация:

ЦУКАНОВА Татьяна
Владимировна

tsukanova@gsom.spbu.ru