



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета



Глобальное исследование предпринимательского духа студентов

**Национальный отчет
Россия 2013/2014**

Г.В. Широкова

Т.В. Цуканова

К.А. Богатырева



Санкт-Петербург
2014

Благодарности

Национальный отчет GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов) в России в 2013/2014 гг. выполнен исследователями д.э.н. Г.В. Широковой, Т.В. Цукановой и К.А. Богатыревой (Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета).

Авторы выражают благодарность за организационную и финансовую поддержку:

- Благотворительному фонду развития Высшей школы менеджмента СПбГУ,
- Центру предпринимательства (Москва)
- Национальной ассоциации обучения предпринимательству
- Компании Ernst & Young (EY) – международному партнеру проекта

Кроме того, авторы выражают признательность представителям российских вузов — участникам проекта за проявленную ответственность и помощь в проведении исследования. Очень большую поддержку оказали Е.М. Рогова (НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский филиал), С.А. Алексеев (Казанский национальный исследовательский технологический университет), Д.Ю. Матвиенко (Московский финансово-промышленный университет «Синергия»), Е.Б. Гаффорова (Дальневосточный федеральный университет), Н.Г. Чиряева (Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова), С.С. Сериков (Ставропольский государственный аграрный университет), С.Н. Калюгина (Северо-Кавказский федеральный университет) и многие другие.

Отдельное спасибо Меньшиковой А.В. за участие в реализации проекта и Лебедкиной Е.В. за помощь, оказанную в процессе подготовки к публикации национального отчета.

Исследовательская команда также благодарит всех студентов, принявших участие в Глобальном исследовании предпринимательского духа студентов в России.



НАЦИОНАЛЬНАЯ
АССОЦИАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ



Содержание

| | |
|---|-----------|
| Благодарности | 1 |
| Содержание | 2 |
| Список рисунков..... | 3 |
| Список таблиц | 3 |
| Введение..... | 4 |
| 1. Характеристика исследования..... | 5 |
| 1.1. Основные цели исследования | 5 |
| 1.2. Теоретическая модель исследования | 6 |
| 1.3. Координация проекта..... | 7 |
| 2. Национальный контекст исследования: предпринимательство в России..... | 8 |
| 3. Методология и выборка исследования..... | 9 |
| 3.1. Сбор данных | 9 |
| 3.2. Университеты — участники проекта в России | 10 |
| 3.3. Описание выборки | 11 |
| 4. Основные результаты исследования | 14 |
| 4.1. Выбор карьеры | 14 |
| 4.2. Основные факторы формирования карьерных намерений студентов | 18 |
| 4.2.1. Предпринимательские намерения..... | 18 |
| 4.2.2. Личные мотивы..... | 20 |
| 4.2.3. Университетская среда..... | 21 |
| 4.2.4. Семья..... | 28 |
| 4.2.5. Социально-культурный контекст..... | 29 |
| 4.2.6. Отношение к предпринимательству | 30 |
| 4.2.7. Ощущаемый контроль над поведением..... | 32 |
| 4.3. Предпринимательство среди студентов..... | 33 |
| 4.3.1. Потенциальные предприниматели | 33 |
| 4.3.2. Активные предприниматели..... | 38 |
| 4.3.3. Потенциальные преемники..... | 40 |
| Выводы..... | 43 |
| Заключение..... | 45 |
| Литература | 46 |

Список рисунков

| | |
|---|----|
| Рис. 1. Теоретическая модель исследования GUESSSS 2013/2014 г.г. | 6 |
| Рис. 2. Организационная структура проекта GUESSSS 2013/2014 г.г. | 7 |
| Рис. 3. Уровень обучения студентов | 11 |
| Рис. 4. Возраст студентов | 12 |
| Рис. 5. Направления специализации российских студентов | 12 |
| Рис. 6. Гендерный состав и специализация российских студентов | 13 |
| Рис. 7. Успеваемость студентов | 14 |
| Рис. 8. Изменения в карьерных предпочтениях среди российских студентов | 16 |
| Рис. 9. Карьерные предпочтения российских студентов | 16 |
| Рис. 10. Карьерные предпочтения российских студентов сразу после учебы и их специализация | 17 |
| Рис. 11. Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация | 17 |
| Рис. 12. Карьерные предпочтения и гендерный состав российских студентов сразу после окончания учебы | 17 |
| Рис. 13. Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы | 18 |
| Рис. 14. Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран | 19 |
| Рис. 15. Предпринимательские намерения и специализация российских студентов | 20 |
| Рис. 16. Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов | 20 |
| Рис. 17. Мотивы при выборе карьеры среди российских студентов | 21 |
| Рис. 18. Наличие курсов по предпринимательству в вузе | 22 |
| Рис. 19. Среда вуза и специализация российских студентов | 23 |
| Рис. 20. Среда вуза и карьерные намерения российских студентов | 23 |
| Рис. 21. Роль обучения в вузе и специализация российских студентов | 24 |
| Рис. 22. Роль обучения в вузе и карьерные намерения российских студентов | 25 |
| Рис. 23. Институциональная среда в вузе и карьерные намерения российских студентов | 27 |
| Рис. 24. Основные причины выбора вуза среди российских студентов на различных ступенях обучения | 27 |
| Рис. 25. Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов | 28 |
| Рис. 26. Родители-предприниматели и карьерные намерения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы | 28 |
| Рис. 27. Отношение к риску и карьерные намерения российских студентов | 30 |
| Рис. 28. Готовность брать на себя риск и карьерные намерения студентов сразу после окончания вуза | 30 |
| Рис. 29. Отношение к предпринимательству | 31 |
| Рис. 30. Отношение к предпринимательству и карьерные намерения российских студентов сразу после окончания вуза | 31 |
| Рис. 31. Уверенность в способности контролировать ситуацию | 32 |
| Рис. 32. Воспринимаемый уровень контроля над поведением и карьерные намерения российских студентов сразу после окончания вуза | 33 |
| Рис. 33. Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе | 34 |
| Рис. 34. Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация | 34 |
| Рис. 35. Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация | 35 |
| Рис. 36. Новизна продукта/услуги будущей фирмы среди российских студентов — потенциальных предпринимателей | 35 |
| Рис. 37. Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей | 36 |
| Рис. 38. Ожидаемая потенциальными предпринимателями поддержка со стороны семьи | 37 |
| Рис. 39. Предпринятые шаги для начала своего бизнеса среди российских студентов | 37 |
| Рис. 40. Успешность бизнеса среди активных предпринимателей | 40 |
| Рис. 41. Сектор бизнеса семейной фирмы | 41 |
| Рис. 42. Успешность семейного бизнеса | 42 |

Список таблиц

| | |
|---|----|
| Таблица 1. Список стран, принявших участие в исследовании GUESSSS 2013/2014 г.г. | 5 |
| Таблица 2. Распределение респондентов по вузам России | 10 |
| Таблица 3. Распределение респондентов российской и международной выборки по направлениям: 2011 и 2013 гг. | 13 |
| Таблица 4. Выбор карьеры: сравнение российской и международной выборки | 15 |
| Таблица 5. Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки, 2011 и 2013 гг. | 18 |
| Таблица 6. Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения | 29 |
| Таблица 7. Партнеры для будущего бизнеса | 36 |
| Таблица 8. Индекс предпринимательской активности | 38 |
| Таблица 9. Характеристики существующего бизнеса | 39 |
| Таблица 10. Отношение к карьере преемника в семейном бизнесе | 42 |

Введение

Предпринимательство является одним из источников экономического роста, повышения конкурентоспособности, создания рабочих мест и реализации общественных целей [Linan et al., 2005]. Предпринимательская активность выступает в качестве драйвера экономического, социального и научно-технического развития страны и играет особую роль в обеспечении стабильности и развития инноваций. Обладая огромным потенциалом, предпринимательство может стать тем самым стратегическим ресурсом, который способен решить ключевые проблемы экономики, обеспечить эффективное взаимодействие между всеми участниками рынка и привести к положительной динамике роста.

Предпринимательство находится в центре внимания исследователей и государственных деятелей по всему миру на протяжении последних десятилетий, так как предприниматели способны ускорить экономическое развитие посредством генерирования новых высокопотенциальных идей и их последующей реализации. Но предпринимательская деятельность подразумевает не только создание инноваций: она также обеспечивает создание рабочих мест для трудоспособного населения и формирует здоровую конкурентную среду. Поскольку поддержка предпринимательства имеет большое значение для стимулирования роста в «мире, где идет постоянный прирост знаний», то «мы можем попытаться узнать то, как можно способствовать увеличению масштабов предпринимательства и стимулировать его интенсивность» [Baumol, 1968, p. 71]. В таком процессе необходимо сначала найти ответ на вопрос: «Почему некоторые люди выбирают карьеру предпринимателя, а другие нет?»

Наличие системы, которая позволяет формировать и развивать образованных и высококвалифицированных предпринимателей имеет большое значение для создания сильной экономики в современном мире [Scott, Twomey, 1988]. Идея стать предпринимателем становится все более привлекательной для многих студентов, поскольку данная перспектива рассматривается как способ участия на рынке труда без потери личной свободы [Martinez, Mora, Vila, 2007]. Целесообразность создания собственного бизнеса также связана с уровнем безработицы в стране [Reynolds, Miller, Makai, 1995] и государственной политикой (например, наличие необходимой инфраструктуры для новых пред-

приятий, предоставление налоговых льгот и программ поддержки), направленной на поощрение предпринимательства и развитие инновационных отраслей [Lee et al., 2006]. Кроме того, рост разочарования в работе в крупных компаниях является еще одной причиной внимания к феномену предпринимательства [Kolvereid, 1996]. Те ценности, которые люди получают в результате самостоятельной занятости (независимость, решение сложных задач и самореализация) становятся для многих все более важными [Luthje, Franke, 2003].

Таким образом, важно выявить мотивы, по которым студенты выбирают предпринимательскую карьеру, и понять истоки их предпринимательских намерений, так как полученные результаты могут быть использованы для содействия формированию предпринимательского мышления в обществе и поддержки предпринимательства в целом.

Для того чтобы ответить на эти вопросы и получить представление об основных источниках предпринимательских намерений студентов, был организован проект «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). В фокусе исследования не только процесс создания новых предприятий студентами, но и более широкий предпринимательский контекст и другие карьерные планы студентов. Например, в рамках проекта анализируются намерения студентов стать преемниками в семейном бизнесе или выбрать карьеру наемного менеджера в рамках существующей компании.

Основная цель данного отчета — представить результаты российской части проекта и привести сравнение данных с международной выборкой, которая включает в себя более 100 тыс. респондентов из 34 стран мира.

Мы убеждены, что проект GUESSS в целом и данный национальный отчет в частности помогут сформировать более точное представление о карьерных планах российских студентов, выявить факторы формирования предпринимательских намерений и будут полезны как исследователям в области предпринимательства, так и представителям университетов и органов государственной власти при принятии решений в области образования и модернизации университетской инфраструктуры, которая способна поддерживать и развивать предпринимательский потенциал российских студентов.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Основные цели исследования

Международный исследовательский проект «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) проводится раз в два года, начиная с 2003 г. Изначально исследование называлось ISCE — International Survey on Collegiate Entrepreneurship, — но было переименовано в 2008 г. К настоящему моменту проведено шесть международных опросов: в 2003, 2004, 2006, 2008, 2011 и 2013/2014 гг. Россия впервые приняла участие в этом проекте в 2011 г., когда в опросе приняли

участие 2882 студента из 23 высших учебных заведений России. В 2013/2014 гг. российская команда GUESSS приняла участие в этом проекте во второй раз. Сбор данных проходил в период с октября 2013 по февраль 2014 гг., и в исследовании приняли участие 32 российских университета. Из 26400 студентов, которым было разослано приглашение принять участие в исследовании, на вопросы анкеты ответили 4578 человек, что составляет 17,34% респондентов. Кроме того, Россия заняла 10 место из 34 стран по количеству ответивших студентов (табл. 1).

Таблица 1

Список стран, принявших участие в проекте GUESSS 2013/2014 г.г.

| № | Страна | Количество ответов | № | Страна | Количество ответов |
|----|-------------|--------------------|----|---------------|--------------------|
| 1 | Австралия | 495 | 18 | Малайзия | 2 452 |
| 2 | Австрия | 4 220 | 19 | Мексика | 637 |
| 3 | Англия | 654 | 20 | Нигерия | 007 |
| 4 | Аргентина | 190 | 21 | Нидерланды | 9 907 |
| 5 | Бельгия | 402 | 22 | Польша | 11 860 |
| 6 | Бразилия | 12 561 | 23 | Португалия | 213 |
| 7 | Венгрия | 8 844 | 24 | Россия | 4 578 |
| 8 | Германия | 10 570 | 25 | Румыния | 277 |
| 9 | Греция | 435 | 26 | Сингапур | 6 471 |
| 10 | Дания | 1 027 | 27 | Словения | 903 |
| 11 | Израиль | 1 086 | 28 | США | 245 |
| 12 | Испания | 10 545 | 29 | Финляндия | 704 |
| 13 | Италия | 7 765 | 30 | Франция | 332 |
| 14 | Канада | 509 | 31 | Швейцария | 7 419 |
| 15 | Колумбия | 801 | 32 | Шотландия | 280 |
| 16 | Лихтенштейн | 203 | 33 | Эстония | 1 391 |
| 17 | Люксембург | 153 | 34 | Япония | 890 |

Основные цели международного исследовательского проекта GUESSS заключаются в следующем:

- систематическое и длительное наблюдение предпринимательских намерений и предпринимательской активности студентов в разных странах;
- выявление основных предпосылок и условий для создания новых предприятий и выбора предпринимательской карьеры;
- изучение роли университетской инфраструктуры в формировании предпринимательского духа студентов.

Таким образом, проект представляет интерес для разных стейкхолдеров: для стран, так как позволяет понять условия для развития предпринимательства и узнать отношение к предприни-

мательству среди студентов; для университетов, потому что дает возможность оценить, насколько их программы обучения и сама среда вуза способствуют формированию предпринимательских устремлений; для государства и общества, так как привлекает их внимание к проблеме предпринимательства и созданию новых предприятий, выявляя необходимость для активных действий; для студентов, так как заставляет их задуматься, к какой карьере они стремятся, и наметить свой стратегический план на долгосрочную перспективу.

GUESSS — один из самых масштабных проектов по предпринимательству, который нацелен на привлечение всех стран мира, что позволит ему играть важнейшую роль в исследованиях и практике предпринимательства.

1.2. Теоретическая модель исследования

Теоретической основой исследования в рамках проекта GUESSS выступает *теория запланированного поведения* (Theory of planned behavior) [Ajzen, 2002; Fishbein, Ajzen, 1975], согласно которой любое поведение отражает влияние трех групп факторов: отношение к этому поведению, субъективные нормы и воспринимаемый поведенческий контроль.

Теория запланированного поведения включает в себя некоторые ключевые концепции из социальных и поведенческих наук и определяет эти понятия таким образом, чтобы открыть возможность для предсказания и понимания

конкретного поведения в определенном контексте.

Теоретическая концепция GUESSS 2013/2014 г. была несколько расширена, так как в ней предполагается, что на формирование предпринимательских намерений студентов, помимо этих трех групп факторов, оказывают влияние и другие: личные мотивы, университетская среда, семья и социально-культурный контекст [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014]. Обновленная схема теоретической модели исследования представлена на рис.1.

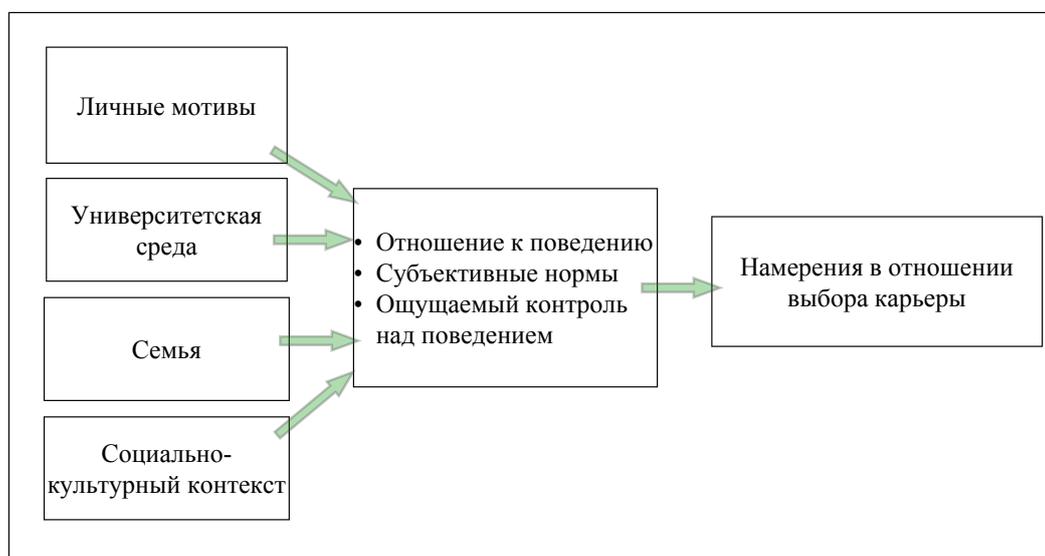


Рис. 1. Теоретическая модель исследования GUESSS 2013/2014 гг.

Проект GUESSSS сфокусирован на трех измерениях, имеющих отношение к студентам и предпринимательству: 1) индивидуальный уровень (студент); 2) уровень университета; 3) семья и социально-культурный контекст развития предпринимательства в целом. Таким образом, можно выделить три основных задачи:

1) анализ *индивидуальных характеристик студентов* и их влияния на предпринимательские намерения студентов. Возраст, пол и образование могут влиять на развитие предпринимательских намерений и желание создать собственный бизнес. Анализируются характеристики созданных студентами фирм и планируемых к созданию, что может послужить основой для формирования новых исследовательских моделей в изучении предпринимательства;

2) исследование *университетов* с точки зрения обеспеченности инфраструктурой, кото-

рая поддерживает развитие предпринимательского отношения среди студентов: наличие курсов по предпринимательству, общий предпринимательский климат в университете;

3) изучение роли семьи и социально-культурного контекста в формировании предпринимательских намерений. Здесь изучается взаимосвязь между желанием выбрать карьеру предпринимателя и отношением в семье и окружении к такой перспективе. Кроме того, уделяется внимание отношению к риску при выборе карьеры.

Помимо перечисленных задач, проект помогает также изучить общий предпринимательский дух студентов страны, определить условия, способствующие становлению студентов как предпринимателей, и выдвинуть ряд рекомендаций по развитию инфраструктуры обучения предпринимательству.

1.3. Координация проекта

На международном уровне проект GUESSSS координируется Швейцарским институтом малых предприятий и предпринимательства Университета Св. Галлена (Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG)). Координаторы проекта ответственны за поиск национальных представителей в странах-участницах, а также за написание международного отчета по результатам исследования, в котором содержится сравни-

тельный анализ данных, поступивших из всех стран.

Координация и управление проекта включают в себя три уровня: *первый уровень* — руководитель международного проекта и ключевая команда; *второй уровень*: — национальный представитель страны (команда); *третий уровень* — университеты-партнеры.

Организационная структура проекта представлена на рис. 2.



Рис. 2. Организационная структура проекта GUESSSS 2013/2014 гг.

Национальные представители занимаются поиском и привлечением высших учебных заведений страны к участию в проекте, осуществляют коммуникацию с представителями университетов, высылают информацию о промежуточных итогах исследования, а также ответственны за создание национального отчета о предпринимательских намерениях студентов. Сбор данных осуществлялся онлайн с помощью компании «Information Factory» (<http://www.information-factory.com/>).

Стоит отметить, что университеты-партнеры получают ряд неоспоримых преимуществ, принимая участие в этом проекте:

- университеты могут получить базу данных с ответами студентов университета-участника для дальнейшего анализа;
- анализ данных позволяет представителям университетов получить углубленное понимание предпринимательских взглядов, намерений, действий и желаний своих студентов, а также их видения роли вуза в данном контексте; кроме того, у них есть возможность оценить эффективность и качество программ вуза в контексте предпринимательства;

- университеты в целом могут повысить информированность студентов в области предпринимательства;

- имеется свободный доступ к национальному и международному отчетам.

Так как данные по проекту GUESSS собираются, начиная с 2003 г., а с 2004 г. — раз в два года, то уже имеется панельный массив данных, позволяющий отследить динамику по отдельным факторам за прошедшее время. Международный отчет содержит сравнительные материалы по предпринимательским настроениям и активности студентов разных стран. Национальные отчеты дают возможность увидеть и проанализировать национальный контекст, а также индивидуальные характеристики студентов страны. Кроме того, анализ национального контекста позволяет лучше понять, какие именно факторы ведут к развитию, а какие — сковывают формирование предпринимательского духа студентов. Посредством периодического сбора данных, их анализа и временного сравнения можно понять и сформулировать выводы о том, что необходимо сделать для улучшения предпринимательского климата в стране.

2. НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ

Современную стадию развития российской экономики можно охарактеризовать как этап перехода от эффективно-ориентированной экономики к инновационно-ориентированной экономике [Global Competitiveness Report, 2013-2014]. К благоприятным факторам развития конкурентоспособности можно отнести следующие: большое количество специалистов с высшим образованием, инвестиции в развитие инфраструктуры и большой внутренний рынок. Среди основных проблемных зон выделяют низкий уровень развития общественных институтов и финансовых рынков, недостаточно высокий уровень конкуренции, что связано, в том числе, с неэффективностью антимонопольной политики, а также невысокие темпы внедрения прогрессивных технологий [Global Competitiveness Report, 2013-2014]. Изучая условия развития предпринимательства в России, нельзя забывать и о наличии существенных различий между регионами: то, что является препятствием для развития предпринимательской деятельности в одном регионе, может восприниматься абсолютно ина-

че в другом регионе [Диверсификация в России, 2012].

Согласно данным последнего отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства — 2013» (Global Entrepreneurship Monitor 2013), количество ранних предпринимателей в России увеличилось на 25% и составило 5,75% от взрослого трудоспособного населения страны. Стоит отметить, что уровень предпринимательской активности в России оказался более низкий, чем в остальных странах БРИКС. Кроме того, в России высока доля вынужденных предпринимателей: порядка 40% респондентов открыли свой бизнес, потому что им не удалось найти альтернативных источников заработка.

Условия внутри страны могут являться одной из причин низкой предпринимательской активности среди населения. Согласно отчету «Ведение бизнеса — 2014» (Doing Business 2014), Россия занимает 92 место по степени благоприятности условий для предпринимательской деятельности, поднявшись на 19 позиций по сравнению с 2013 г. Наибольшие сложности в процессе открытия бизнеса и налаживания его функцио-

нирования связаны с получением разрешения на строительство, осуществлением международных операций и защитой прав инвесторов. Последний фактор имеет решающее значение для молодых предпринимательских фирм, так как это напрямую связано с их способностью привлекать капитал, необходимый для роста, осуществления инноваций, диверсификации направлений деятельности и развития конкурентных преимуществ.

Развитие инновационных фирм — направление, которое является одним из приоритетных, но пока еще не получило должного развития в России. В отчете Всемирного Экономического Форума «Глобальный рейтинг конкурентоспособности — 2013» отмечается, что Россия занимает 78 место по показателю инновационности. Инвестиции в инфраструктуру для осуществления инноваций, взаимодействие университетов и предприятий в области исследований и разработок, правовая защита высокотехнологичных продуктов, готовность фирм нести затраты на исследования, — все эти направления требуют дальнейшего активного развития.

Безусловно, необходимо отметить, что в развитии российского предпринимательства существуют и положительные тенденции. В исследовании компании EY «Барометр предпринимательской деятельности G20 — 2013» (The EY G20 Entrepreneurship Barometer — 2013) отмечается, что российские предприниматели положительно оценивают темпы и направления развития условий ведения бизнеса в стране. В России развиваются бизнес-инкубаторы, тематические индустриальные парки, предпринимательские сообщества, наставнические программы, а также другие формы поддержки предпринимательства, что, безусловно, благоприятно сказывается на развитии бизнеса. По мнению 70% респондентов, принявших участие в данном исследовании,

главным катализатором развития предпринимательства в России является наличие большого и активно растущего потребительского рынка. Основным препятствием развитию предпринимательства 59% респондентов считают низкий уровень развития доступа к финансированию. Наличие данной проблемы подтверждают и данные отчета «Глобальный рейтинг конкурентоспособности — 2013» (Global Competitiveness Report — 2013), где отмечается, что по уровню развития финансовых рынков Россия занимает 121 место.

Среди основных направлений для улучшения условий развития предпринимательства на первом месте стоят дальнейшая «дебюрократизация» и упрощение процедур взаимодействия с регулирующими органами. Более того, 79% опрошенных предпринимателей считают необходимым разработку и внедрение специальных программ обучения предпринимательству. В «Глобальном отчете по предпринимательству — 2013» (Global Entrepreneurship Report — 2013) компании Amway также проводилась оценка отношения респондентов в России к образованию в сфере предпринимательства. В результате было выявлено: 23% респондентов уверены, что образование в области предпринимательства и обучение бизнес-навыкам являются наиболее важными факторами развития предпринимательской деятельности в России.

Обучение предпринимательству в российском контексте обычно построено на проведении семинаров, круглых столов, дискуссионных клубов и курсов повышения квалификации. В настоящий момент во многих российских вузах разрабатываются и внедряются курсы по предпринимательству и образовательные программы, связанные с предпринимательством. Однако в системе российского образования это направление еще не получило должного развития.

3. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Сбор данных

Как уже было отмечено, в рамках проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS) в 2013/2014 гг. сбор данных проходил в 34 странах в период с октября 2013 г. по февраль 2014 г. С этой целью была разработана онлайн-анкета, и каждая из стран-участниц имела право перевести ее на свой язык.

В России участникам была доступна анкета на русском языке. Заполнение анкеты занимало 10–15 минут.

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) выступила национальным партнером проекта. Исследовательская команда

ВШМ СПбГУ отвечала за поиск и привлечение российских университетов, перевод анкеты и распространение ссылки на онлайн-анкету среди национальных участников проекта. Сбор данных в России проводился с начала октября по конец декабря 2013 г.

В сборе данных и при привлечении университетов-участников использовались официальные контакты ВШМ СПбГУ и Центра пред-

принимательства ВШМ СПбГУ, а также личные контакты исследователей. Огромную помощь в данном процессе оказала Национальная Ассоциация обучения предпринимательству. Каждые две недели представителям университетов рассылались промежуточные итоги сбора данных с пожеланиями интенсифицировать усилия по привлечению студентов.

Таблица 2

Распределение респондентов по вузам России

| № | Список университетов-партнеров | Город | № студентов, ответивших на вопросы анкеты | % ответивших от общей выборки по России |
|----|---|-----------------|---|---|
| 1 | Санкт-Петербургский государственный университет | Санкт-Петербург | 400 | 8,74 |
| 2 | Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский филиал | Санкт-Петербург | 366 | 7,99 |
| 3 | Казанский национальный исследовательский технологический университет | Казань | 313 | 6,84 |
| 4 | Московский финансово-промышленный университет «Синергия» | Москва | 291 | 6,36 |
| 5 | Ставропольский государственный аграрный университет | Ставрополь | 256 | 5,59 |
| 6 | Северо-Кавказский федеральный университет | Ставрополь | 249 | 5,44 |
| 7 | Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова | Якутск | 222 | 4,85 |
| 8 | Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижегородский филиал | Нижегород | 211 | 4,61 |
| 9 | Дальневосточный федеральный университет | Владивосток | 186 | 4,06 |
| 10 | Пермский национальный исследовательский политехнический университет | Пермь | 182 | 3,98 |
| 11 | Санкт-Петербургский государственный политехнический университет | Санкт-Петербург | 166 | 3,63 |
| 12 | Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева | Казань | 156 | 3,41 |
| 13 | Иркутский государственный технический университет | Иркутск | 142 | 3,1 |
| 14 | Пятигорский государственный лингвистический университет | Пятигорск | 130 | 2,84 |
| 15 | Брянский государственный технический университет | Брянск | 123 | 2,69 |
| 16 | Поволжский государственный технологический университет | Йошкар-Ола | 101 | 2,21 |
| 17 | Национальный исследовательский Томский политехнический университет | Томск | 97 | 2,12 |
| 18 | Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена | Санкт-Петербург | 94 | 2,05 |
| 19 | Остальные вузы (+14)* | | 893 | 19,49 |
| | Итого | | 4578 | 100 |

Примечание: *сумма по 14 вузам, набравшим менее 2% от общего числа ответивших, и анкетам, где вуз не был указан (126 ответов).

3.2. Университеты — участники проекта в России

В выборку исследования вошли студенты из 32 высших учебных заведений России. Изначально анкеты рассылались в 35 университетов, однако из трех вузов ответов не последовало. Из 26400 студентов, которым было разослано приглашение принять участие в исследовании, на

вопросы анкеты ответили 4578 человек, что составляет 17,34% респондентов. Общая выборка исследования по всем странам составила 109026 человек. Распределение респондентов по высшим учебным заведениям России приведено в табл. 2.

3.3. Описание выборки

Преобладающая часть респондентов в России — студенты бакалавриата (89,47%), 19,7% участников учатся в магистратуре, 1,09% — в аспирантуре, и 0,81% — студенты других про-

грамм обучения. В международной выборке несколько выше число студентов-магистров и ниже число студентов-бакалавров, что наглядно представлено на рис. 3.

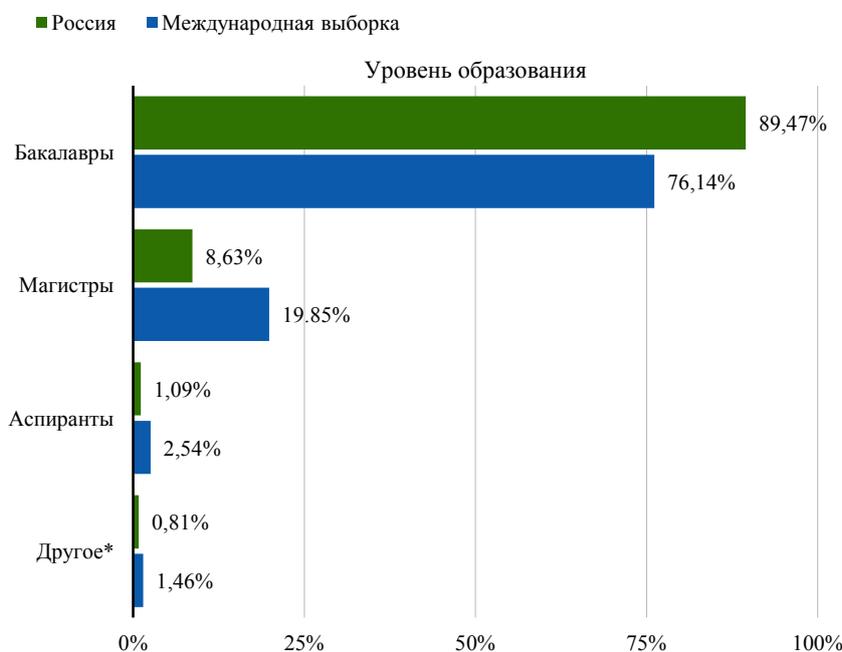


Рис. 3. Уровень обучения студентов

Примечание: * В категорию «другое» входят студенты программ MBA, EMBA, Postdoc и пр.

В российской выборке 60 человек (1,35%) являются студентами по обмену, из них: 76,67% — студенты бакалавриата, 16,67% — студенты магистратуры, 1,6% — аспиранты и 5% — студенты других программ обучения.

Средний возраст респондентов в России составляет 20 лет, и это на три года ниже среднего возраста по всем международным участникам. Следует отметить, что доля студентов, которые моложе 24 лет, в международной выборке составляет около 75% студентов, а в

России — более 95%, т.е. подавляющее большинство (рис. 4).

Гендерный состав среди российских студентов представлен в следующем соотношении: 69,5% женщин и 30,5% мужчин. В международной выборке доля женщин также преобладает, достигая 58,39%. При ответе на один из вопросов студентов просили указать ту область знаний (специализацию), в рамках которой они получают образование. На рис. 5 представлено детальное распределение студентов России по различным специализациям.

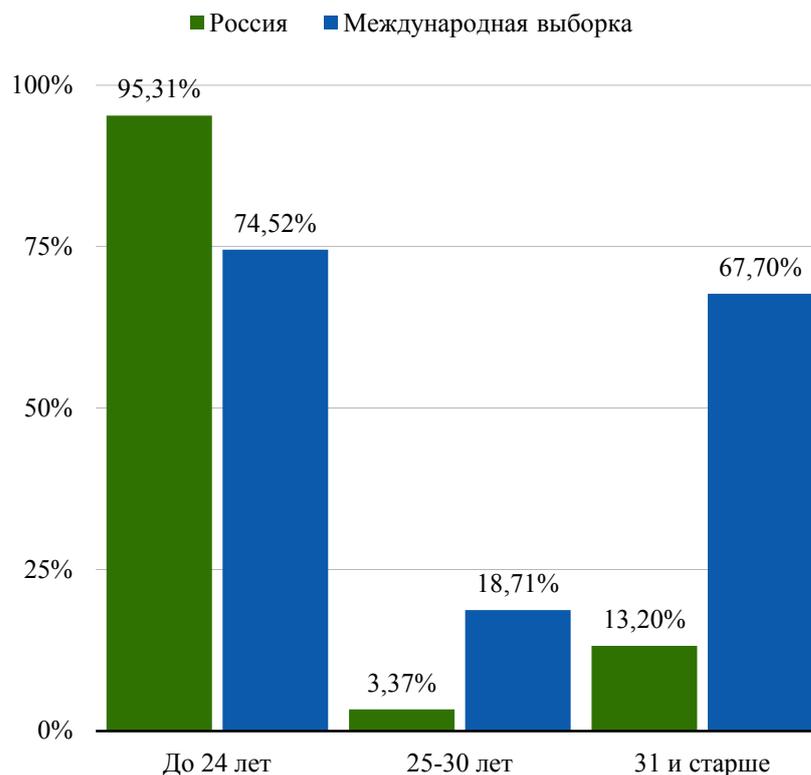


Рис. 4. Возраст студентов



Рис. 5. Направления специализации российских студентов

Все направления специализации были условно разделены на 4 группы: экономика и менеджмент, общественные науки, естественные науки и другие науки (табл. 3). Среди российских студентов, принявших участие в опросе, большая часть (62%) изучает экономику и менеджмент, 14% — естественные науки, 6% — общественные науки, а 16% выбрали ответ «другие науки».

Для сравнения, в международной выборке в области экономики и менеджмента учатся

34,5% студентов, в области естественных наук — 35,1%, общественных — 13,1%, а категорию «другие науки» выбрали 17,2% респондентов. Стоит отметить, что как в 2011 г., так и в 2013/2014 гг. в российской выборке число студентов по специализации «экономика и менеджмент» оказалось в два раза выше, чем в целом по всем странам. Это связано, в первую очередь, с тем, что интерес к данному проекту в российских вузах проявили преподаватели в области экономики и менеджмента.

Распределение респондентов российской и международной выборки по направлениям: 2011 и 2013 гг.

| Специализация | Включенные дисциплины | 2011 | | 2013 | |
|-------------------------------|--|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| | | Россия, % | Международная выборка, % | Россия, % | Международная выборка, % |
| Экономика и менеджмент | Бизнес/менеджмент, право, экономика | 62,5 | 29,3 | 61,5 | 34,6 |
| Естественные науки | Технические науки и архитектура, математика и естественные науки, информатика/информационные технологии, сельское хозяйство/лесоводство/диетология, медицина и здравоохранение | 18 | 32,9 | 14,2 | 35,1 |
| Общественные науки | Лингвистика и культурология (включая психологию, философию, религиоведение), другие общественные науки (например, социология, образование) | 7,5 | 21,5 | 6,5 | 13,1 |
| Другие науки | Искусство, искусствоведение и остальные направления | 12 | 16,3 | 17,8 | 17,2 |

На рис. 6 представлено соотношение мужчин и женщин по каждой специализации. Как и можно было ожидать, большинство студентов мужского пола обучается в области естественных наук, в то время как основная часть женщин выбирает экономику и менеджмент или общественные науки.

Вопрос об успеваемости студентов является актуальным в любом учебном заведении, так как он выступает одним из критериев оценки качества образования. Успеваемость отражает уровень и объем знаний, находя свое выражение в количественных показателях (например, в баллах). В анкете студентов просили оценить свою успеваемость по шкале от 1 (намного ниже среднего уровня) до 7 (намного выше среднего уровня).

Распределение ответов представлено на рис.7. Среднее значение оценки успеваемости среди российских студентов выше, чем среди всех респондентов (5,1 против 4,78). Менее 2% респондентов считают, что их успеваемость «намного ниже среднего уровня» или «немного ниже среднего уровня», большая часть студентов (28,91% по российской выборке и 35,68% — по международной) оценили свой уровень успеваемости «выше среднего». Однако в России доля студентов с оценкой своей успеваемости «намного выше среднего уровня» составила около 12%, по сравнению с 4,15% по всем странам. Кроме того, более чем у 25% студентов по России и 36% по общей выборке на момент обучения в вузе уже имелось постоянное место работы.

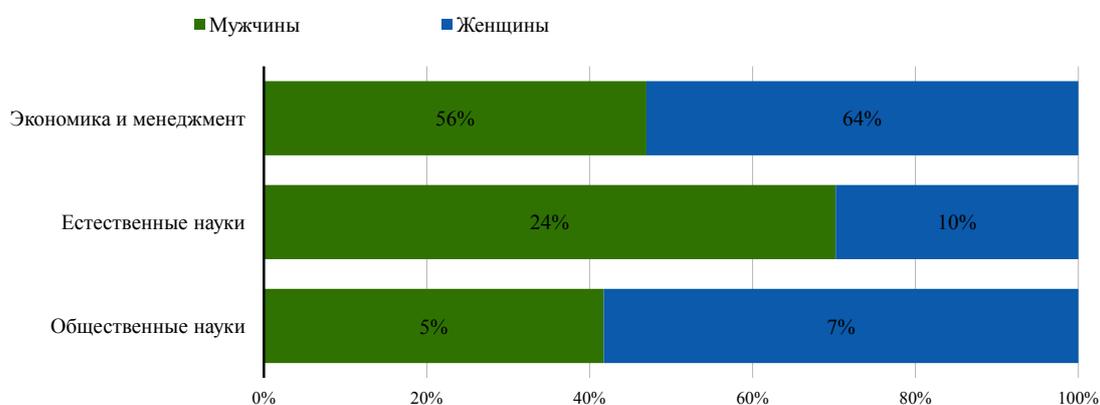


Рис. 6. Гендерный состав и специализация российских студентов

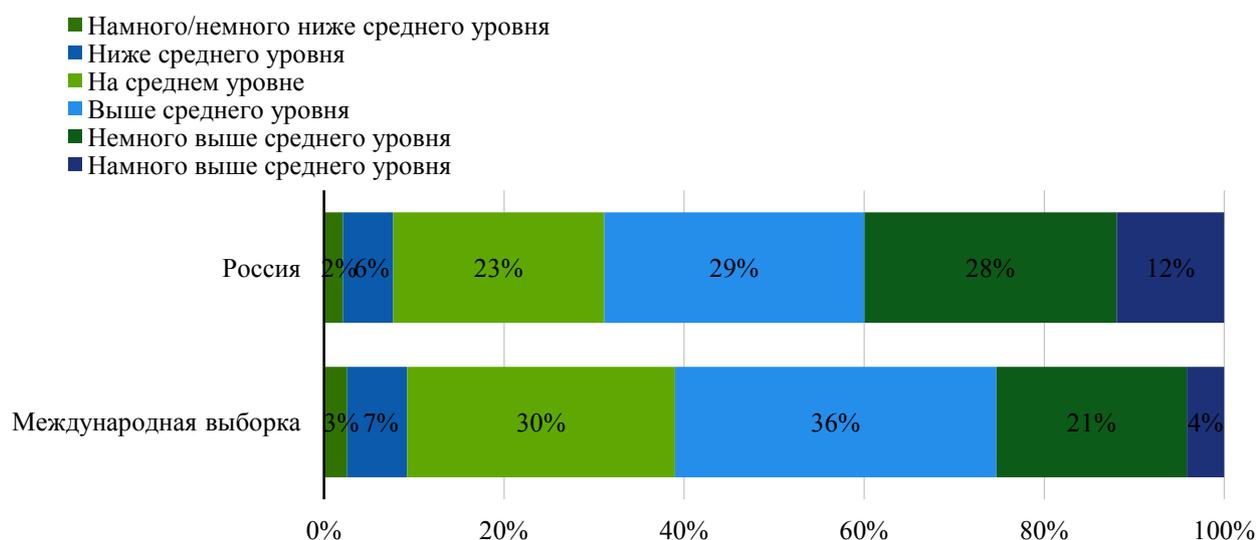


Рис. 7. Успеваемость студентов

4. Основные результаты исследования

4.1. Выбор карьеры

Выбор карьерного пути — один из самых ответственных шагов в жизни любого человека, что особенно актуально для студентов, которые только начинают свое профессиональное развитие. У каждого свои планы. Некоторые хотят попасть в крупную международную компанию сразу после окончания вуза, чтобы приобрести опыт и зарекомендовать себя как хорошего специалиста. Но у многих студентов могут быть иные представления о развитии карьеры через 5 лет. Именно поэтому в исследовании участникам предлагалось ответить на два вопроса: кем они видят себя сразу после окончания университета и спустя пять лет. Ответы на вопросы были условно классифицированы на четыре группы в зависимости от выбранного карьерного пути: наемный работник (работает по найму в существующей компании), учредитель фирмы/предприниматель (является предпринимателем и создает новый бизнес), преемник (наследует и перенимает управление семейным бизнесом) и другое (те, кто еще не определился с выбором, либо у кого есть иные карьерные предпочтения).

Из детального описания, приведенного в таблице 4, видно, что большинство студентов в России рассчитывает получить работу по найму сразу после окончания вуза (75,32%), и это практически совпадает с ответами по международной выборке (79,6%).

Многие предпочли бы работать в крупных компаниях или компаниях среднего размера.

Лишь около 12% российских респондентов готовы пойти работать в небольшие фирмы с численностью сотрудников до 50 человек. Создать свой бизнес с нуля после вуза хотят 9,46% студентов, что несколько превышает аналогичный показатель в мире (6,5%). Карьеру преемника существующего семейного бизнеса определили для себя чуть менее 4% респондентов в России, а в международной выборке процент еще меньше — 1,76%. Не определившихся с карьерными планами в России 11,25%, что сопоставимо с международным показателем.

Можно заметить, что распределение по российской выборке в отношении карьерных устремлений студентов сразу после окончания вуза, если и отличается, то весьма несущественно. Однако ситуация меняется, когда речь заходит о карьерных предпочтениях спустя 5 лет после окончания учебы. Более половины российских студентов хотят открыть собственную фирму, т.е. стать предпринимателями, а в международной выборке данный показатель составляет чуть более 30%. Практически в три раза сокращается количество желающих работать по найму в России — до 28,26%, в то время как во всем мире этот показатель снижается лишь до 50,57%. Процент студентов, желающих стать преемниками, практически одинаковый и составляет чуть более 4%. Примерно на одном уровне оказывается и число неопределившихся: чуть свыше 14% (рис. 8).

Выбор карьеры: сравнение российской и международной выборки

| Какую карьеру Вы выберете сразу после окончания учебы и спустя 5 лет после окончания учебы? | | Россия | | Международная выборка | |
|---|--|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| | | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % |
| Наемный работник | | 75,32 | 28,26 | 79,6 | 50,57 |
| 1 | ... в малой компании (1-49 сотрудников) | 11,8 | 1,49 | 17,01 | 3,93 |
| 2 | ... в компании среднего размера (50-249 сотрудников) | 25,54 | 3,43 | 20,72 | 7,85 |
| 3 | ... в большой компании (250 и более сотрудников) | 28,33 | 17,93 | 22 | 18,98 |
| 4 | ... в некоммерческом секторе | 2,16 | 1,33 | 3,24 | 2,86 |
| 5 | ... в Академии (вузе, университетской среде) | 5,11 | 2,53 | 6,39 | 6,77 |
| 6 | ... в общественном секторе | 2,38 | 1,55 | 10,24 | 10,18 |
| Учредитель/предприниматель | | 9,46 | 52,64 | 6,57 | 30,67 |
| 7 | ... в своей собственной фирме | 9,46 | 52,64 | 6,57 | 30,67 |
| Преемник | | 3,98 | 4,91 | 1,76 | 4,3 |
| 8 | ... в фирме родителей/семейной фирме | 2,91 | 2,64 | 1,33 | 1,96 |
| 9 | ... в фирме, которая в данный момент не находится под контролем моей семьи | 1,07 | 2,27 | 0,43 | 2,34 |
| Другое / Пока еще не знаю | | 11,25 | 14,18 | 12,07 | 14,46 |

На рис. 9 представлено наглядное сравнение по четырем карьерным группам. Процент желающих работать по найму спустя 5 лет после окончания учебы в компаниях малого и среднего бизнеса сокращается почти в 10 раз, а доля потенциальных предпринимателей возрастает с 9,46 до 52,64%, что может свидетельствовать о положительном отношении российских студентов к предпринимательской карьере.

Данные GUESSS позволяют привести более детальное описание различий между студентами, выбирающими ту или иную карьеру после окончания вуза. Сразу после учебы соотношение карьерных предпочтений студентов по группам общественных, естественных и экономической наук примерно одинаковое: большая часть (более 75%) видит себя работниками по найму (рис. 10).

Спустя 5 лет после окончания учебы наибольшая доля желающих работать по найму приходится на студентов, обучающихся общественным специальностям (37%), а наименьшая — экономике и менеджменту (27%), так как именно в этой среде 56% из них видят себя предпринимателями (рис. 11).

В последние годы наблюдается рост интереса среди исследователей к гендерным вопросам предпринимательства. На рис. 12 видно, что при равном соотношении желающих стать преемниками и неопределившихся с выбором сразу после окончания вуза процент желающих стать предпринимателями выше среди мужчин (15% против 7%), в то время как среди женщин выше число тех, кто настроен на карьеру наемного работника (78 против 69%).

■ Сразу после учебы ■ Спустя 5 лет после окончания учебы



Рис. 8. Изменения в карьерных предпочтениях среди российских студентов

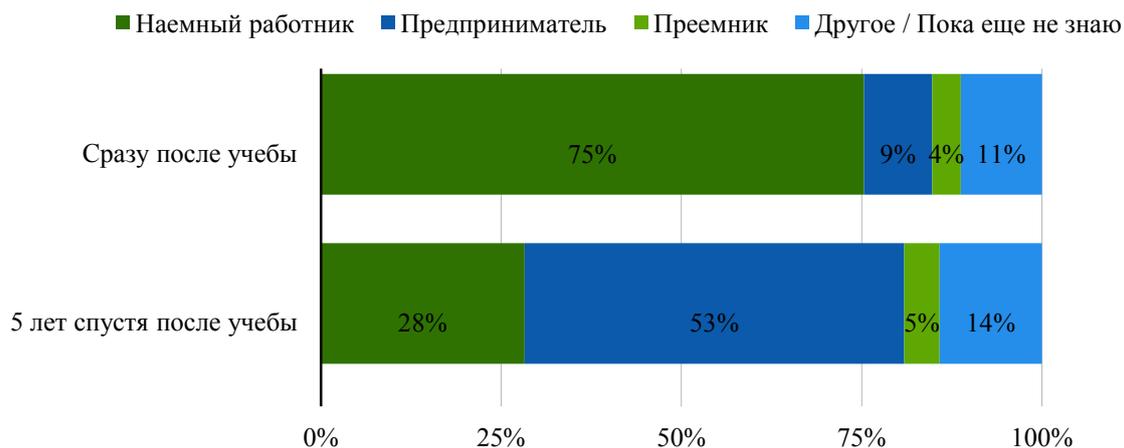


Рис. 9. Карьерные предпочтения российских студентов

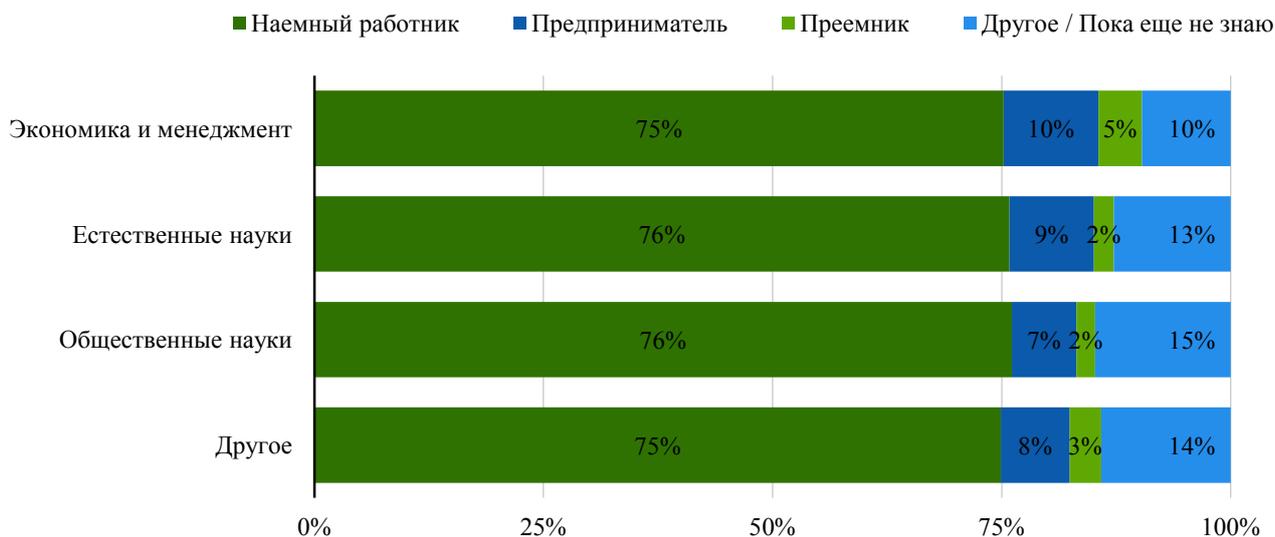


Рис. 10. Карьерные предпочтения российских студентов сразу после учебы и их специализация



Рис. 11. Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация

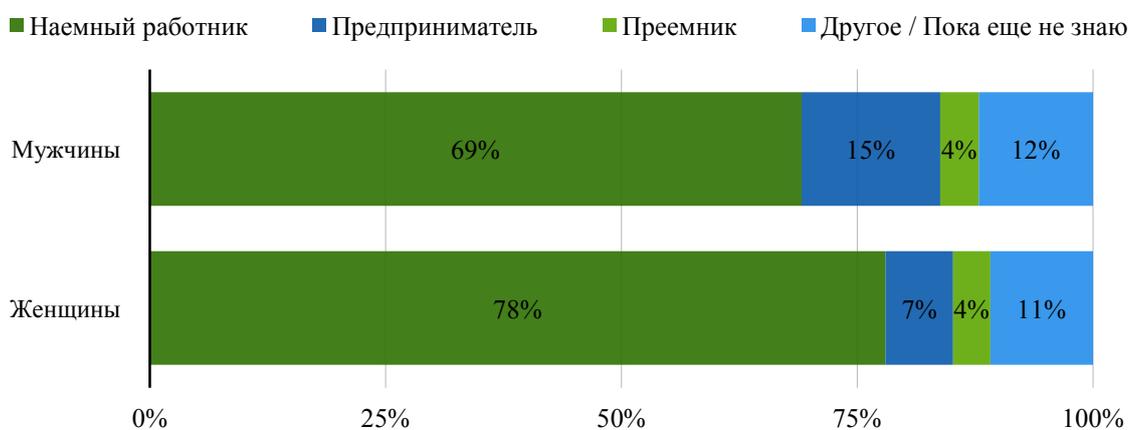


Рис. 12. Карьерные предпочтения российских и гендерный состав студентов сразу после окончания учебы

Спустя 5 лет после окончания учебы карьерные планы студентов меняются (рис. 13). Независимо от гендерной принадлежности, лишь около 28% респондентов видят себя в качестве работников по найму, а процент потенциальных предпринимателей среди мужчин и женщин сравнивается.

В связи с тем, что Россия участвовала в проекте GUESSS дважды, важно понять,

насколько изменились устремления студентов за два года. В табл. 5 представлены сравнительные данные за 2011 и 2013 гг., что позволяет отследить динамику карьерных предпочтений среди студентов. Отметим, что доля студентов, рассматривающих для себя карьеру предпринимателя через 5 лет после окончания вуза, в России увеличилась на 5,4%, в то время как в международной выборке — сократилась на 3,7%.

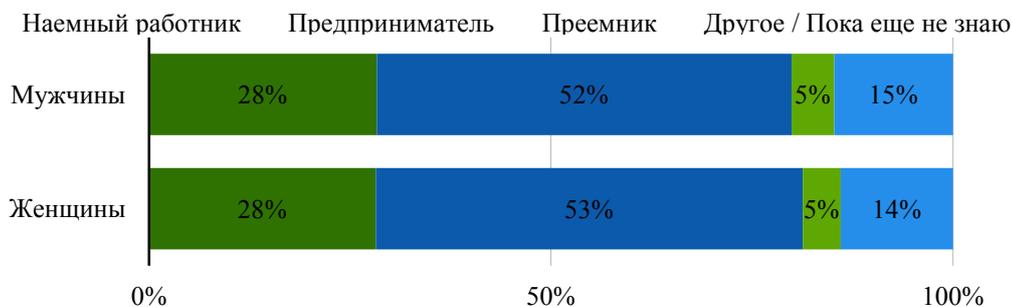


Рис. 13. Карьерные предпочтения и гендерный состав российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы

Таблица 5

Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки, 2011 и 2013 гг.

| Карьерные планы | Россия | | | | Международная выборка | | | |
|------------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| | 2011 | 2011 | 2013 | 2013 | 2011 | 2011 | 2013 | 2013 |
| | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % | Сразу после окончания вуза, % | Спустя 5 лет, % |
| Наемный работник | 66,6 | 28,6 | 75,3 | 28,3 | 67,8 | 38,2 | 79,6 | 50,6 |
| Учредитель (предприниматель) | 11,7 | 47,2 | 9,4 | 52,6 | 11 | 34,4 | 6,6 | 30,7 |
| Преемник | 5,9 | 7,2 | 4 | 4,9 | 3,9 | 8,9 | 1,8 | 4,3 |
| Другое / Пока еще не знаю | 15,8 | 17 | 11,3 | 14,2 | 17,3 | 18,6 | 12 | 14,4 |

4.2. Основные факторы формирования карьерных намерений студентов

4.2.1. Предпринимательские намерения

Так как основное внимание в рамках исследования GUESSS уделяется предпринимательской составляющей, то прежде чем перейти к рассмотрению основных факторов формирования намерений студентов в отношении выбора карьерного пути в целом, необходимо обратить внимание на сами «предпринимательские намерения». Личные характеристики человека, его готовность к активным действиям и изменениям играют колоссальную роль в формировании предпринимательских намерений. Оценка пред-

принимательских намерений позволяет оценить «предпринимательский дух» студентов, избегая их дифференциации по ответам «да» или «нет» на вопрос о том, собираются ли студенты стать предпринимателями. Такой подход является обоснованным [Zellweger et al., 2011], так как иначе сложно выявить тех, кто уже серьезно задумывается о предпринимательской карьере, но рассматривает это как «план Б».

Предпринимательские намерения измерялись с помощью шести утверждений: «Я готов(а)

сделать все, что угодно, чтобы стать предпринимателем», «Моя профессиональная цель — стать предпринимателем», «Я готов(а) предпринять все необходимые усилия для начала своего дела и управления своей собственной фирмой», «Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем», «Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса», «У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело» [Linan, Chen, 2009]. Студентов просили оценить степень согласия с этими высказываниями по 7-балльной шкале: от 1 — полностью не согласен, до 7 — полностью согласен. На основе ответов была подсчитана индексы предпринимательских намерений как среднее арифметическое всех ответов.

Как показано на рис. 14, наибольший индекс характерен для стран с развивающейся (Мексика, Колумбия, Аргентина, Малайзия и Россия), а наименьший — для стран с развитой экономикой (Швейцария, Германия, Япония, Дания). В России индекс составляет 5,59, а средний показатель по всей выборке — 3,8. Наибольший индекс предпринимательских намерений характерен для студентов, изучающих экономику и менеджмент, — он составляет 4,79, а наименьший (3,74) — для общественных наук (рис. 15).

Рассматривая гендерные различия, можно отметить общую тенденцию: индекс предпринимательских намерений в среднем ниже среди студентов женского пола (рис. 16).

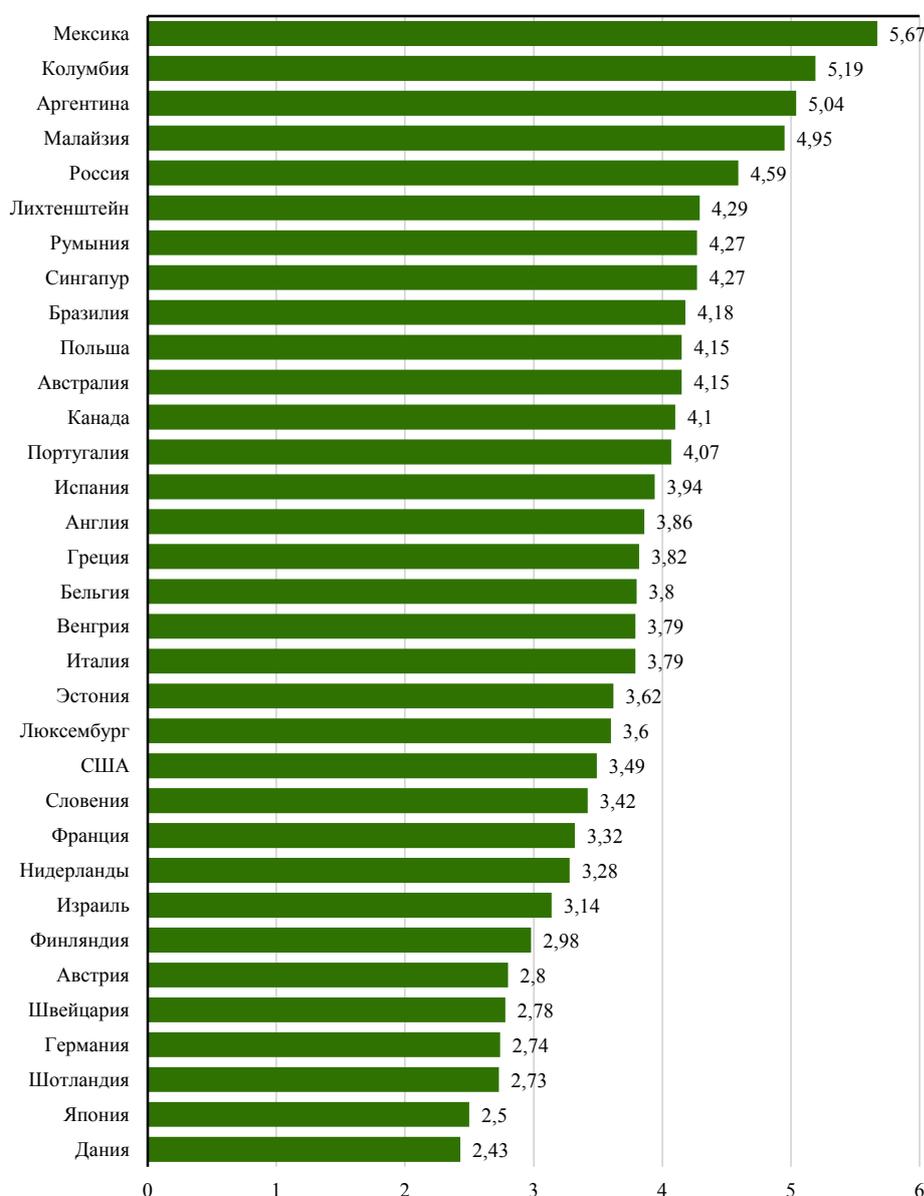


Рис. 14. Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран

Примечание: индекс для Нигерии не рассчитывался, так как из этой страны было получено лишь 7 анкет.

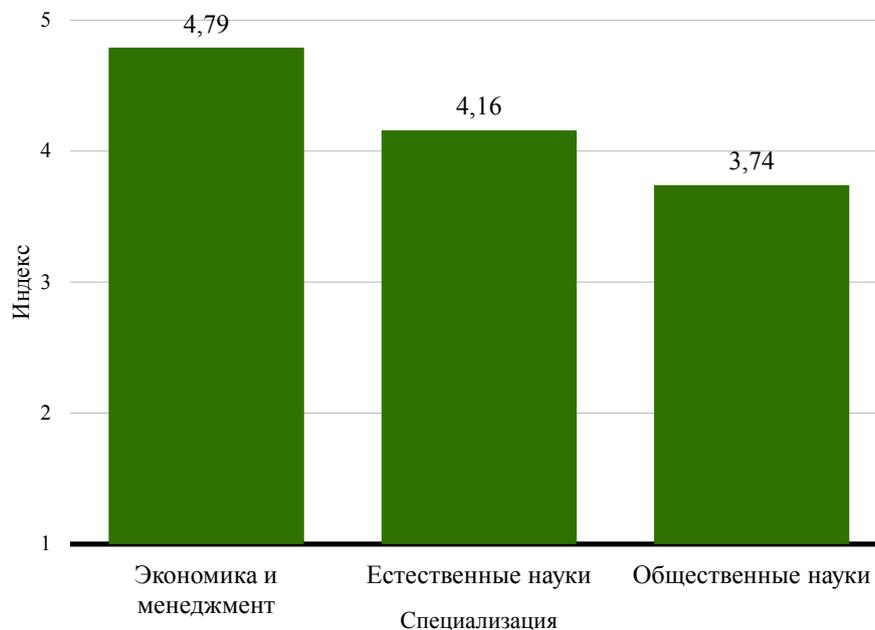


Рис. 15. Предпринимательские намерения и специализация российских студентов

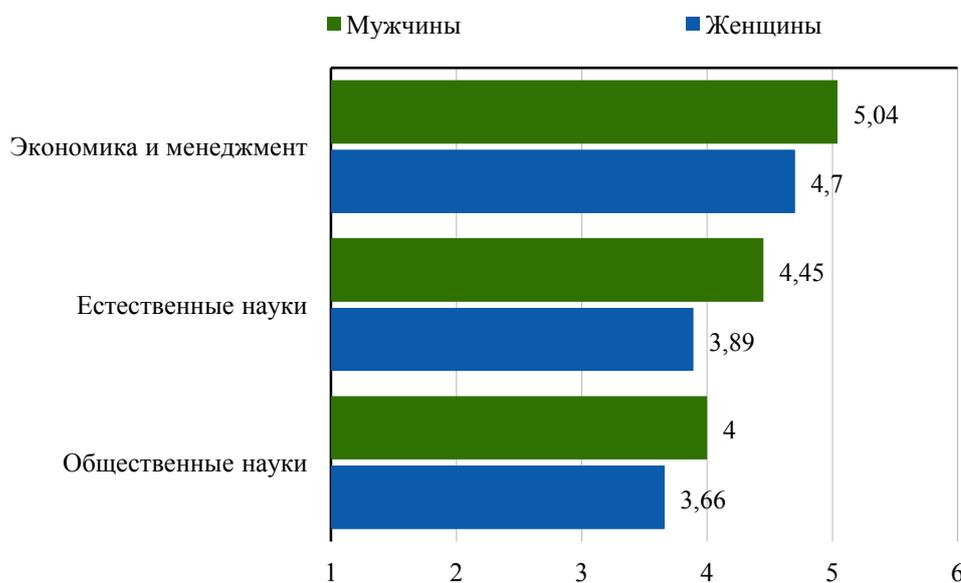


Рис. 16. Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов

4.2.2. Личные мотивы

Карьерные планы студентов во многом обусловлены теми мотивами, которыми они руководствуются при выборе карьеры (рис. 17). Согласно полученным данным, основным мотивом является стремление реализовать свои мечты. Затем следует желание иметь увлекательную, перспективную и многообещающую работу.

Отметим также, что в России для тех студентов, которые планируют заниматься после окончания вуза предпринимательской деятельностью,

основными движущими мотивами являются: стремление реализовать свои мечты, желание работать на себя, иметь увлекательную работу, быть независимым и принимать самостоятельные решения. В международной выборке приоритеты несколько иные: стремление реализовать свои мечты, быть независимым и создавать что-то новое, быть свободным, желание воспользоваться своими собственными креативными идеями и принимать самостоятельные решения.

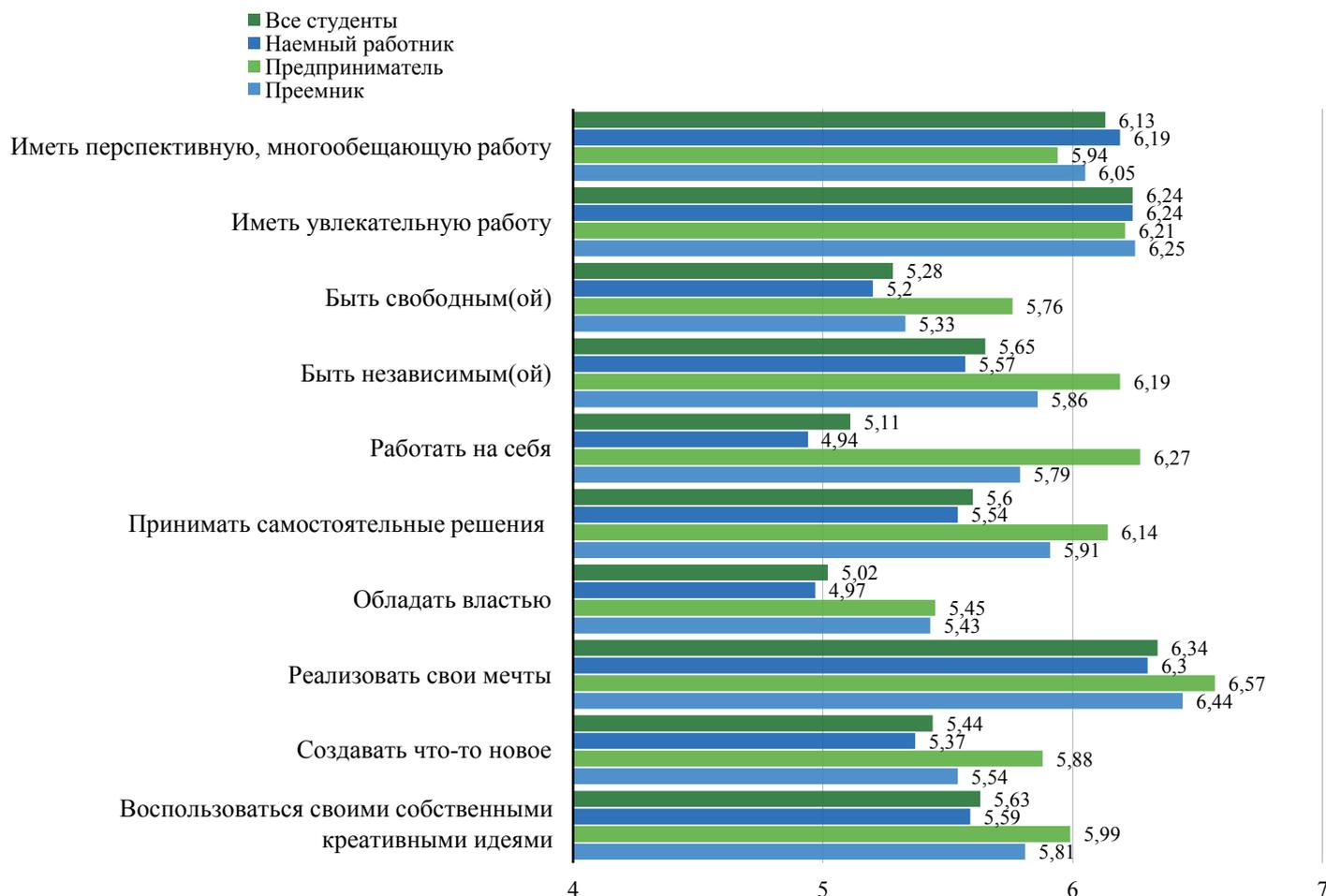


Рис. 17. Мотивы при выборе карьеры среди российских студентов
Примечание: шкала от 1 до 7: 1 — совсем не важно, 7 — очень важно.

4.2.3. Университетская среда

Студенты — это традиционно самая динамичная часть общества, обладающая высоким предпринимательским потенциалом. В России каждый второй студент, принявший участие в исследовании GUESSS, собирается стать предпринимателем через 5 лет после окончания вуза, но лишь 9,46% из них готовы начать свое дело сразу после окончания вуза, что может свидетельствовать о положительной оценке собственной способности стать предпринимателем лишь после приобретения определенного опыта работы в качестве наемного сотрудника. Таким образом, предпринимательский потенциал студентов оказывается на время «отложенным». Это решение может быть вызвано двумя причинами. Во-первых, у моло-

дежи недостаточно навыков и знаний в отношении того, как организовать свой бизнес, и они не готовы брать на себя риск, связанный с предпринимательской деятельностью. Во-вторых, учебные заведения, в которых обучаются студенты, не всегда учитывают необходимость развития предпринимательских навыков. В связи с этим, в рамках проекта GUESSS уделяется внимание изучению роли вуза, так как среда обучения может отчасти обуславливать предпринимательские намерения и способствовать формированию предпринимательских способностей.

Обучение предпринимательству — один из важнейших элементов построения предпринимательской экосистемы, однако в существую-

ющих образовательных программах это часто упускается. Как видно на рис. 18, у 60% студентов не было курсов по предпринимательству вовсе, хотя у остальных был как минимум один курс по выбору. Кроме того, согласно полученным данным, в России студенты готовы посвящать более 30% своего обучения курсам по предпринимательству, а средний показатель по международной выборке составляет чуть более 25%. Результаты опроса свидетельствуют о достаточно невысокой интенсивности изучения дисциплин, связанных с предпринимательством.

Важно отметить, что среди студентов, обучающихся по направлению «экономика и менеджмент» структура ответов несколько отличается от структуры по общей выборке: 50% респондентов тратят на курсы по предпринимательству менее 28% своего учебного времени. Получается, что даже в рамках специализированных направлений требуется дальнейшее развитие предпринимательской составляющей в рамках образовательных программ.

Университетская среда может способствовать развитию предпринимательского потенциала студентов, однако это характерно лишь для немногих вузов, учитывающих данное направление при организации учебного процесса. Студентов просили оценить по 7-балльной шкале (1 — абсолютно не согласен, 7 — полностью согласен), насколько они согласны со следующими утверждениями: «Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса», «В вузе благоприятный климат для того, чтобы стать предпринимателем», «В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность». На основе этих трех показателей было подсчитано среднее значение, характеризующее предпринимательскую среду вуза. Наименьший показатель оказался среди студентов, обучающихся общественным наукам, а наибольший — экономике и менеджменту (рис. 19). Общий показатель среди всех опрошенных составил 4,02, что несколько ниже индекса оценки среды вуза в России, который составил 4,27.

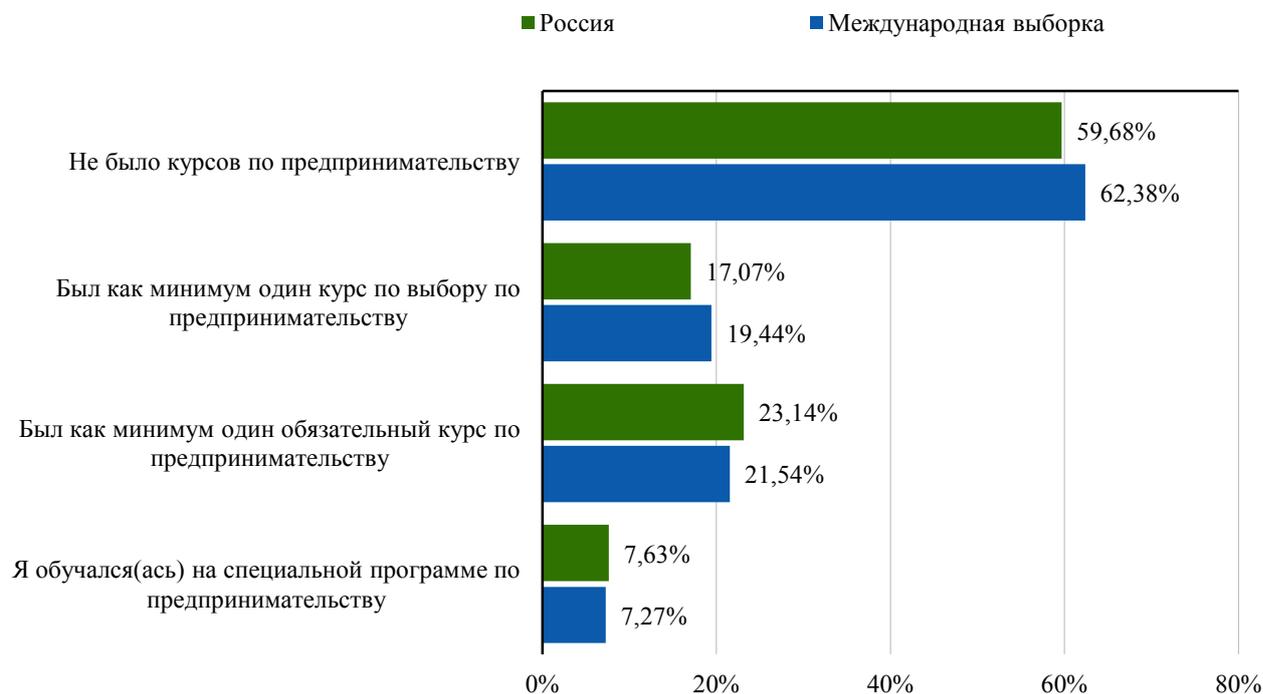


Рис. 18. Наличие курсов по предпринимательству в вузе

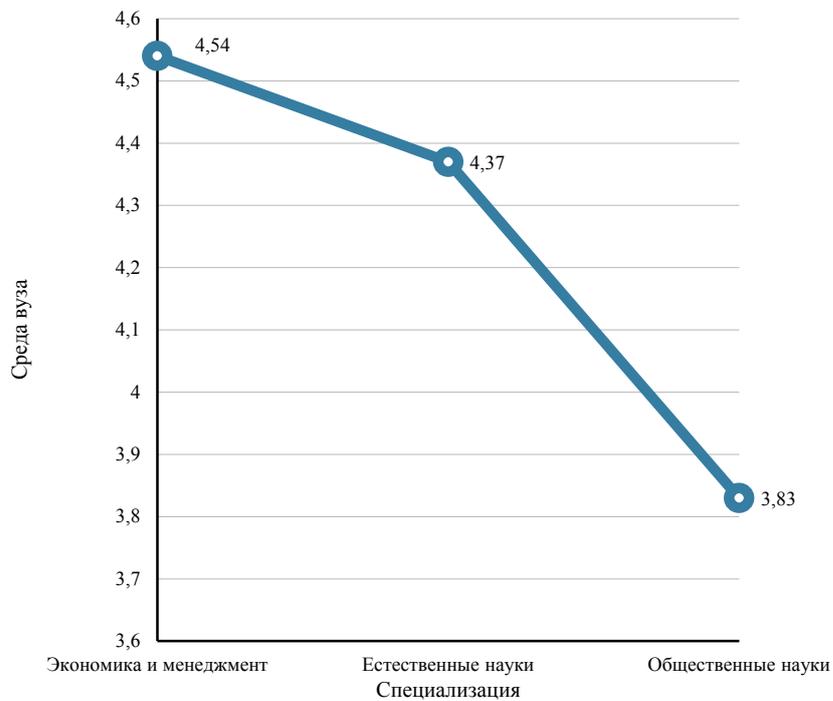


Рис. 19. Среда вуза и специализация российских студентов

На рис. 20 представлено сравнение показателей среды вуза между российскими студентами по четырем группам карьерных предпочтений. Индекс предпринимательской среды вуза ниже среди потенциальных предпринимателей, которые собираются открыть свое дело сразу

после окончания учебы, чем среди тех, кто планирует работать на найму. Однако среди студентов, которые хотят стать предпринимателем через 5 лет, средний показатель оценки среды оказался выше, что выявляет довольно противоречивые тенденции.

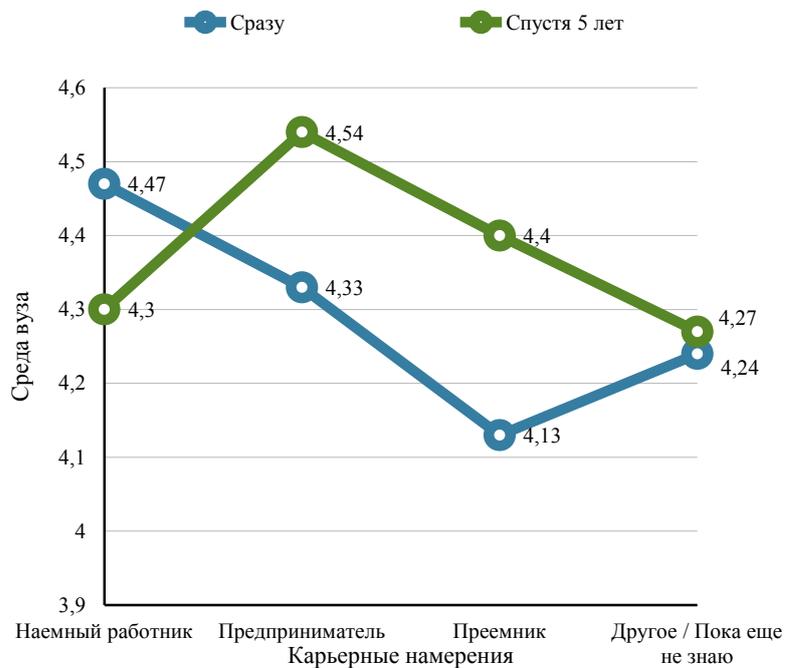


Рис. 20. Среда вуза и карьерные намерения российских студентов

В рамках проекта GUESSS интерес представляют не только наличие курсов по предпринимательству и оценка предпринимательского климата в университете, но и то, насколько посещаемые курсы и занятия способствуют развитию предпринимательской составляющей. По аналогии оценки среды вуза был создан агрегирующий показатель для оценки роли обучения на основе степени согласия студентов с утверждениями: «Курсы и занятия, которые я посетил(а) 1) углубили мое понимание отношений, ценностей и мотивации предпринимателей; 2) углубили мое понимание в отношении действий, которые необходимо предпринять для открытия своего дела; 3) усовершенствовали мои практические управленческие навыки, необходимые для создания своего бизнеса; 4) развили мою способность завязывать личные контакты; 5) улучшили мою способность выявлять возможности для бизнеса». Показатель мог принимать значения от 1 до 7. В среднем по международной выборке он составил 4,01, а по России — 4,43. Практически на единицу показатель выше среди студентов, которые обучаются по направлению «экономика и менеджмент», по сравнению с теми, кто изучает общественные науки (рис. 21).

При сравнении показателей и карьерных планов можно отметить, что оценка роли обучения выше у тех студентов, которые планируют стать преемниками сразу после окончания вуза. Это может быть обусловлено их сложившимся представлением о дальнейшей карьере и пониманием того, какие знания им для этого необходимо получить в вузе (рис. 22). Однако в целом данный показатель по всем категориям находится в диапазоне от 4,22 до 4,61, что свидетельствует о довольно сдержанной оценке учебной составляющей в рамках развития важных предпринимательских навыков. Интересно также отметить, что среди российских студентов, которые видят себя наемными работниками сразу после окончания вуза, многие согласны с тем, что курсы помогли им развить способность устанавливать личные контакты. Те студенты, которые видят себя предпринимателями, считают, что занятия углубили их понимание в отношении тех действий, которые необходимо предпринять для открытия своего дела, а в международной выборке студенты отмечают, что курсы помогли им понять, как выявлять возможности для бизнеса.

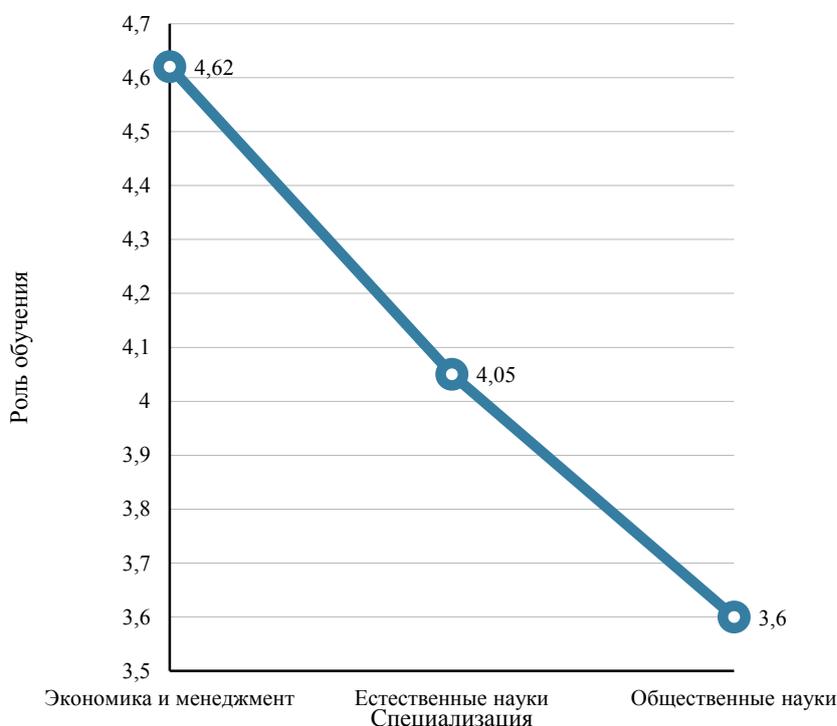


Рис. 21. Роль обучения в вузе и специализация российских студентов

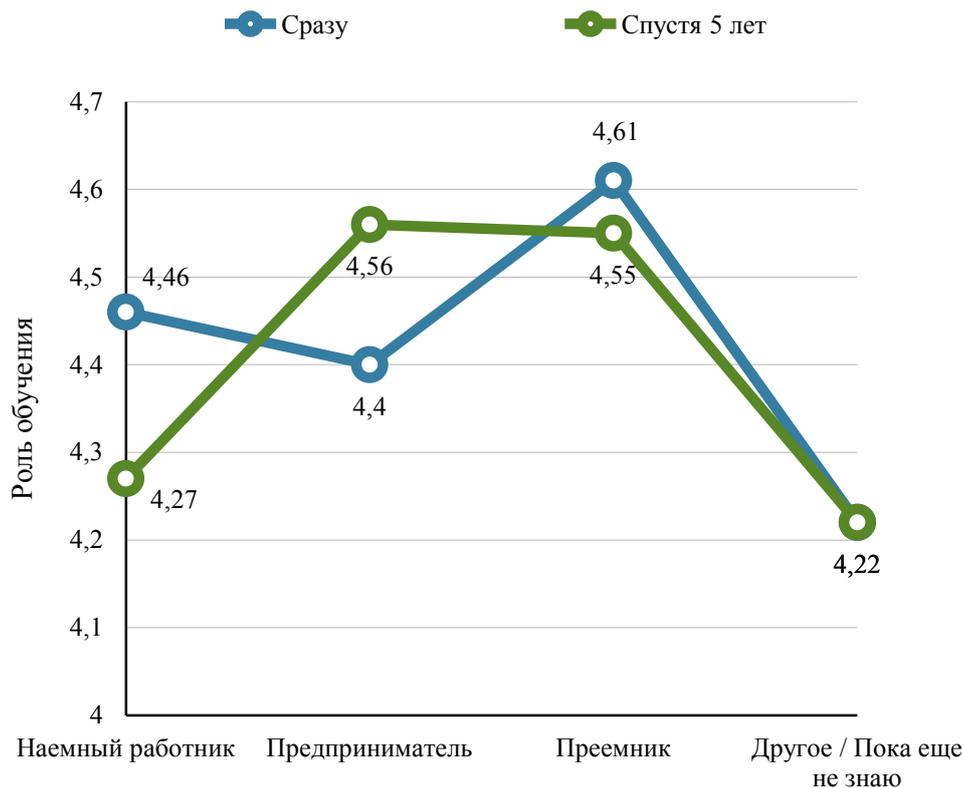


Рис. 22. Роль обучения в вузе и карьерные намерения российских студентов

Заметную роль в формировании предпринимательских намерений студентов может играть институциональная среда вуза, так как место обучения, разделяемые нормы и ценности могут косвенно воздействовать на восприятие студентами тех или иных карьерных перспектив. Если раньше университет больше рассматривался в качестве исследовательского и обучающего института, то теперь все больше внимание уделяется его роли в коммерциализации знаний [Zaharia, Gilber, 2005]. Более широкий взгляд на вуз, когда создание собственного бизнеса рассматривается как часть системы обучения, будет способствовать этому. Кроме того, открытие своей фирмы органично сочетается с общей миссией любого учебного заведения, которая заключается в содействии экономическому развитию страны.

В рамках настоящего проекта с целью более глубокого изучения российской специфики институциональной среды в вузе российской исследовательской командой были добавлены три блока вопросов для опроса россий-

ских студентов. Институциональная среда вуза изучалась по трем основным измерениям: регулятивному, нормативному и когнитивному [Iakovleva, Oftedal, Foss, 2014]. Регулятивное измерение включает в себя правила, формальные процедуры, политику вуза в области предпринимательских аспектов деятельности студентов. Нормативное измерение относится к разделяемым ценностям и отношению к предпринимательству в университете. Когнитивный аспект выявляет наличие навыков и знаний в отношении начала собственного бизнеса.

Для измерения регулятивного аспекта студентов просили оценить степень их согласия по 7-балльной шкале с утверждениями о том, что предлагает их вуз: «Спонсорство и поддержка различных аспектов предпринимательской деятельности для студентов», «Спонсорство и организация конкурсов бизнес-планов или бизнес-проектов», «Спонсорство для создания новых предприятий студентов и сотрудников вуза», «Материальное поощрение студентов, которые занимаются предпринима-

тельской деятельностью». Для измерения нормативного аспекта был предложен ряд высказываний, характеризующих отношение к предпринимательству: «Те, кто имеют собственный бизнес среди моих сокурсников, считаются людьми, достойными уважения», «Мои сокурсники берут пример с тех, кто развивает свои собственные идеи», «Предпринимательская деятельность среди моих сокурсников считается “дорогой к успеху”», «Начать свой бизнес считается хорошим карьерным выбором среди моих сокурсников», «Мои сокурсники берут пример с тех, у кого много идей». Когнитивный аспект анализировался на основе степени согласия с рядом утверждений о знаниях сокурсников: «Мои сокурсники имеют представление о том, как справиться с рисками, сопряженными с началом нового бизнеса», «Мои сокурсники представляют себе процедуру регистрации и создания нового бизнеса», «Мои сокурсники обладают необходимыми навыками для начала нового бизнеса», «Мои сокурсники знают, как воплотить свои идеи в жизнь», «Мои сокурсники знают, кто им может помочь при создании нового бизнеса». В итоге на основе среднего арифметического по ответам для каждого аспекта были подсчитаны институциональные показатели, характеризующие среду вуза. На рис. 23 представлены показатели по всем студентам и по карьерным группам.

Регулятивный аспект получил значения от 3,73 до 3,99. Он отражает наличие процедур в области поддержки предпринимательства в вузе, в том числе такие, как поддержка различной предпринимательской деятельности и организация конкурсов бизнес-планов. Студенты довольно сдержанно оценили данную составляющую. Однако, изучив более детальное распределение данных по ответам, отметим, что в большей степени в вузах уделяется внимание организации конкурсов бизнес-планов и бизнес-проектов, при этом средние оценки находятся примерно на одном уровне, независимо от карьерных планов студентов после окончания вуза.

Нормативный аспект институциональной среде получил наивысшие оценки из всех трех — от 4,73 по всей выборке до 4,96 для будущим преемников. В рамках этого измерения внимание уделялось сформированному у сокурсников имиджа предпринимателя. Многие из респондентов полагают, что в среде их сокурсников начало своего бизнеса считается хорошей карьерой, и люди, открывшие свой биз-

нес, достойны уважения. Довольно высокие оценки в данной части свидетельствуют о формировании положительного отношения к предпринимателям в глазах многих студентов, что особенно проявляется среди потенциальных предпринимателей и преемников существующего бизнеса.

Когнитивный аспект, основная задача которого понять наличие знаний у сокурсников в области предпринимательства, позволяет оценить степень развития предпринимательской составляющей в среде вуза. Этот показатель принял наименьшие значения для представленных групп: от 3,51 до 3,88. В целом, респонденты давали довольно нейтральные ответы, однако, оценки у потенциальных преемников знаний сокурсников были несколько выше по сравнению с оценками, которые давали студенты, планирующие стать наемными работниками или предпринимателями, а наиболее низкие оценки знаниям сокурсников в отношении начала собственного бизнеса давали будущие предприниматели.

Опираясь на приведенные результаты, закономерным является вопрос о том, насколько важной для студентов при выборе вуза является его предпринимательская репутация. Всем известны яркие примеры Стэнфордского, Гарвардского университетов и Массачусетского технологического института, которые сумели сформировать у себя устойчивую предпринимательскую среду. Согласно полученным данным, более 50% российских студентов руководствовались при выборе вуза таким фактором, как «сильная репутация вуза в целом», этот же мотив доминирует и в международной выборке, однако процент ниже — менее 35%, а наличие у вуза сильной предпринимательской ориентации оказалось важным для менее 5% опрошенных (рис. 24). Для каждого четвертого студента в международной выборке важным критерием выступила географическая близость к городу (в России данный мотив характерен для более 11% респондентов). Такая тенденция вполне объяснима: многие студенты из самых разных городов России стремятся поступить в ведущие вузы, большинство из которых расположено в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах, поэтому фактор расстояния зачастую не является ключевым. Кроме того, при выборе вуза привлекательность самого города и затраты, связанные с обучением, практически не рассматриваются студентами, что наглядно продемонстрировано на рис. 24.

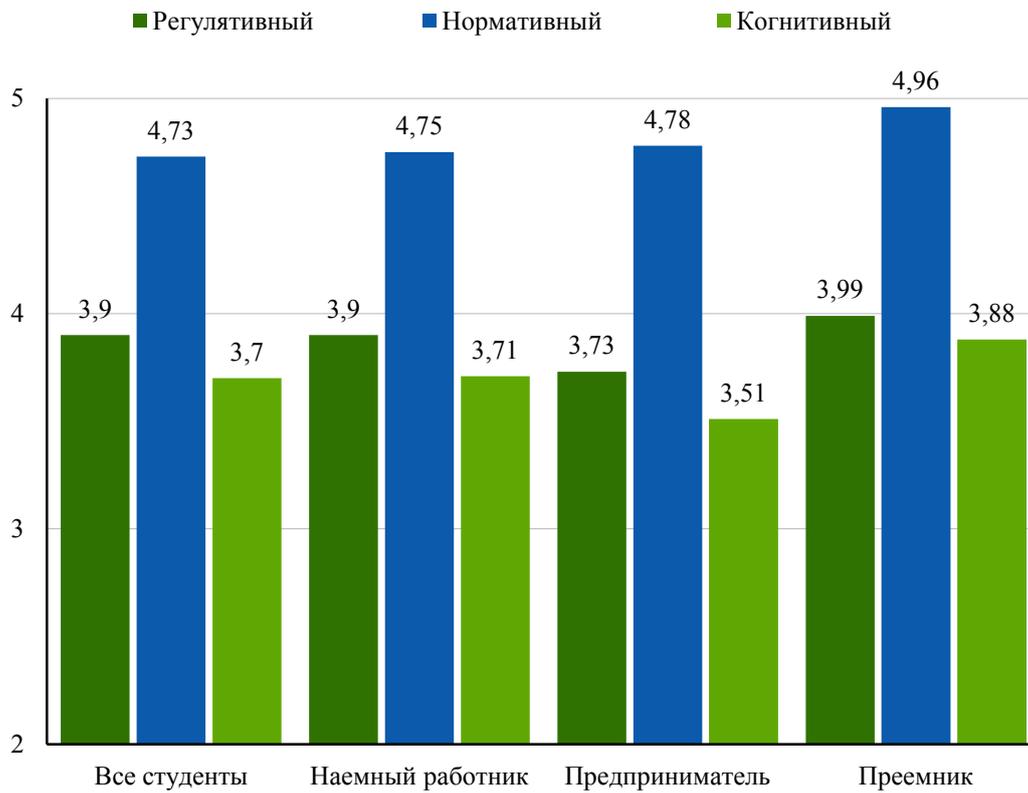


Рис. 23. Институциональная среда в вузе и карьерные намерения российских студентов

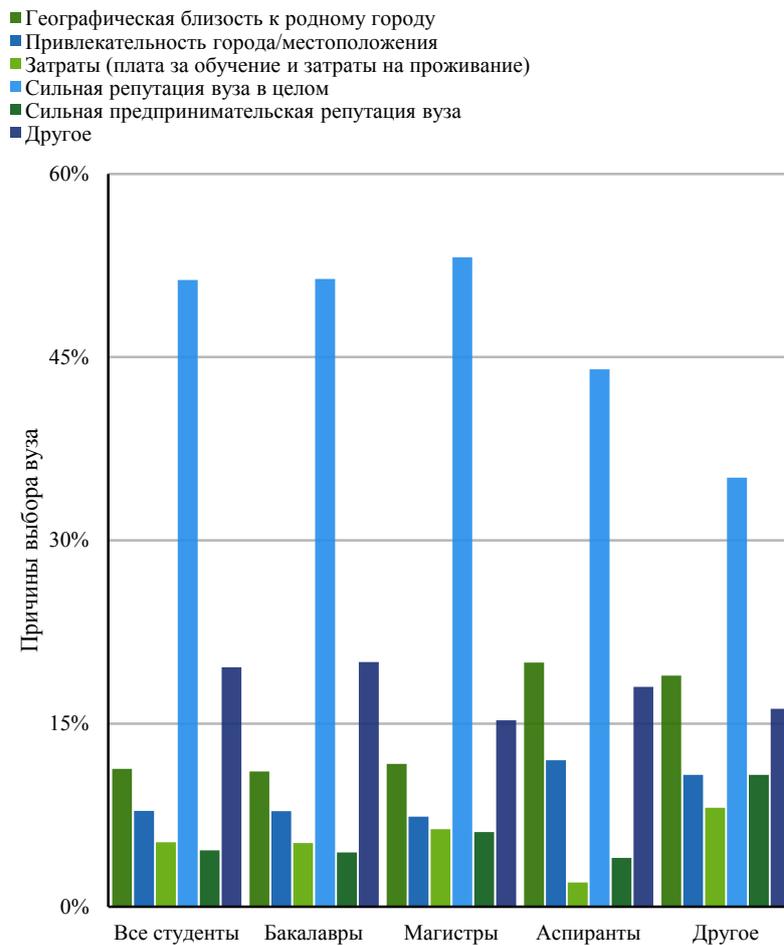


Рис. 24. Основные причины выбора вуза среди российских студентов на различных ступенях обучения

4.2.4. Семья

В академической среде не прекращаются дебаты о том, насколько профессиональная ориентация родителей влияет на формирование карьерных намерений их детей. В целом, в исследованиях обычно подтверждается тот факт, что если родители являются предпринимателями, то вероятность того, что дети последуют их примеру, увеличивается [Laspita et al., 2012].

В анкете GUESSS студентов спрашивали о том, являются ли их родители, или хотя бы один из них, предпринимателями в настоящий момент (рис. 25). У большинства из них (71%) — деятельность родителей не связана с предпринимательством, что повторяет тенденции международной выборки (68,7%). В России у 5% студентов оба родителя являются предпринимателями,

что также близко к общему показателю по всем участникам, который составил 8,8%.

На рис. 26 представлено сравнение карьерных намерений студентов сразу после окончания вуза по двум частям выборки: тех, у кого родители — предприниматели, и тех, у кого они не являются предпринимателями. Однако, вопреки ожиданиям, процент студентов, которые собираются стать предпринимателями через пять лет, составляет чуть более 50% в обеих группах. В международной выборке картина несколько иная: среди предпринимательских семей 35% студентов видят себя основателями собственного бизнеса, а в непредпринимательских семьях процент желающих снижается до 28%.

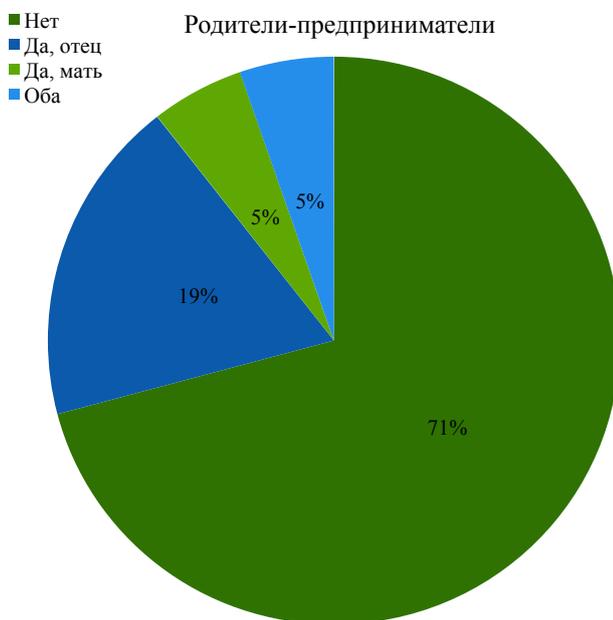


Рис. 25. Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов

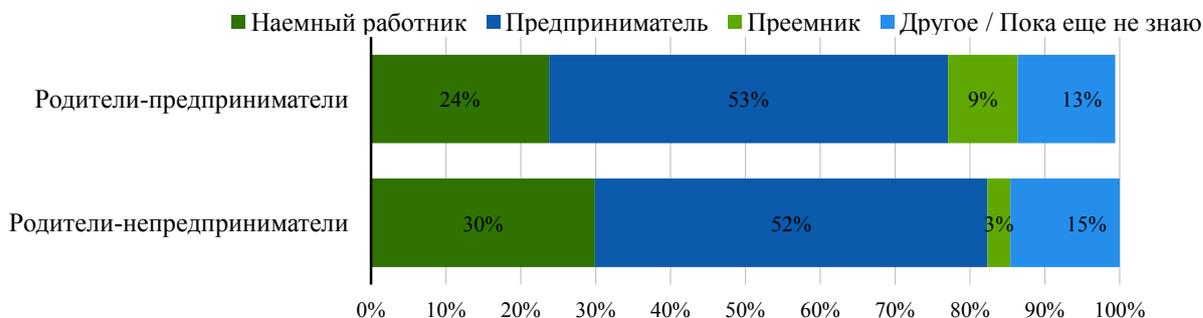


Рис. 26. Родители-предприниматели и карьерные намерения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы

4.2.5. Социально-культурный контекст

Большинство ученых сходятся во мнении, что процесс принятия решений тесно связан с социальным и культурным контекстом, в котором находится индивид. Другими словами, социально-культурные факторы могут оказывать определенное влияние на формирование предпринимательской активности. В рамках GUESSS внимание уделяется двум аспектам: роли непосредственного социального окружения и отношению к риску. Используя оценку «субъективных норм» по теории запланированного поведения [Ajzen, 1991], можно оценить ожидаемую реакцию близких на выбранный карьерный путь. В теории считается, что чем выше положительная оценка реакции своего окружения на определенные действия, которую ожидает индивид, тем больше вероятность осуществления запланированных действий.

В анкете студентам задавали вопрос о том, как отреагировали бы люди в их окружении (семья, друзья и сокурсники), если бы они выбрали карьеру предпринимателя. Оценить реакции просили по шкале от 1 (крайне отрицательно) до 7 (крайне положительно) [Linan, Chen, 2009]. По представленным сравнительным результатам видно, что студенты ожидают положительную реакцию своего окружения в случае выбора предпринимательской карьеры, причем средний показатель по всем трем вопросам несколько выше среди российских студентов и составляет 5,88, (по сравнению с 5,53 по международной выборке) (табл. 6).

Второй аспект изучения социально-культурного аспекта — отношение к риску. Риск

— неотъемлемая составляющая предпринимательской деятельности. С целью оценки восприятия риска студентов спрашивали, насколько они согласны со следующими утверждениями: «Я считаю, что начало своего бизнеса — крайне рискованный шаг», «Я считаю, что управлять своим бизнесом — это опасно», «Я считаю, что владение бизнесом несет с собой высокую долю риска». Оценку необходимо было дать по шкале от 1 (полностью не согласен) до 7 (полностью согласен). Затем был подсчитан агрегированный показатель как среднее арифметическое ответов на эти три вопроса. В результате, такой индекс отношения к риску среди российских студентов составил 4,67, а в мире — 4,85.

На рис. 27 представлены показатели риска, характерные для каждого карьерного выбора как сразу после окончания вуза, так и спустя 5 лет. Отметим, что, согласно ожиданиям, среди предпринимателей данный показатель является наиболее низким, а среди наемных работников — самым высоким.

Дополнительно студентов также спрашивали, насколько они согласны с таким утверждением: «В целом, я человек, который готов брать на себя риск». В среднем среди российских студентов степень готовности оказалась выше и составила 5,07, а по международной выборке — 4,41. Динамика соотношения показателей по карьерным предпочтениям одинакова, однако сами показатели в российской выборке выше по всем категориям, что наглядно продемонстрировано на рис. 28.

Таблица 6

Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения

| Отношение окружения к предпринимательской карьере | Российская выборка | Международная выборка |
|---|--------------------|-----------------------|
| Семья | 6 | 5,56 |
| Друзья | 6,03 | 5,66 |
| Сокурсники | 5,61 | 5,37 |
| Индекс* | 5,88 | 5,53 |

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 – крайне отрицательно, 7 – крайне положительно; * индекс рассчитан как среднее арифметическое на основе оценки реакции трех представленных категорий: семьи, друзей и сокурсников.

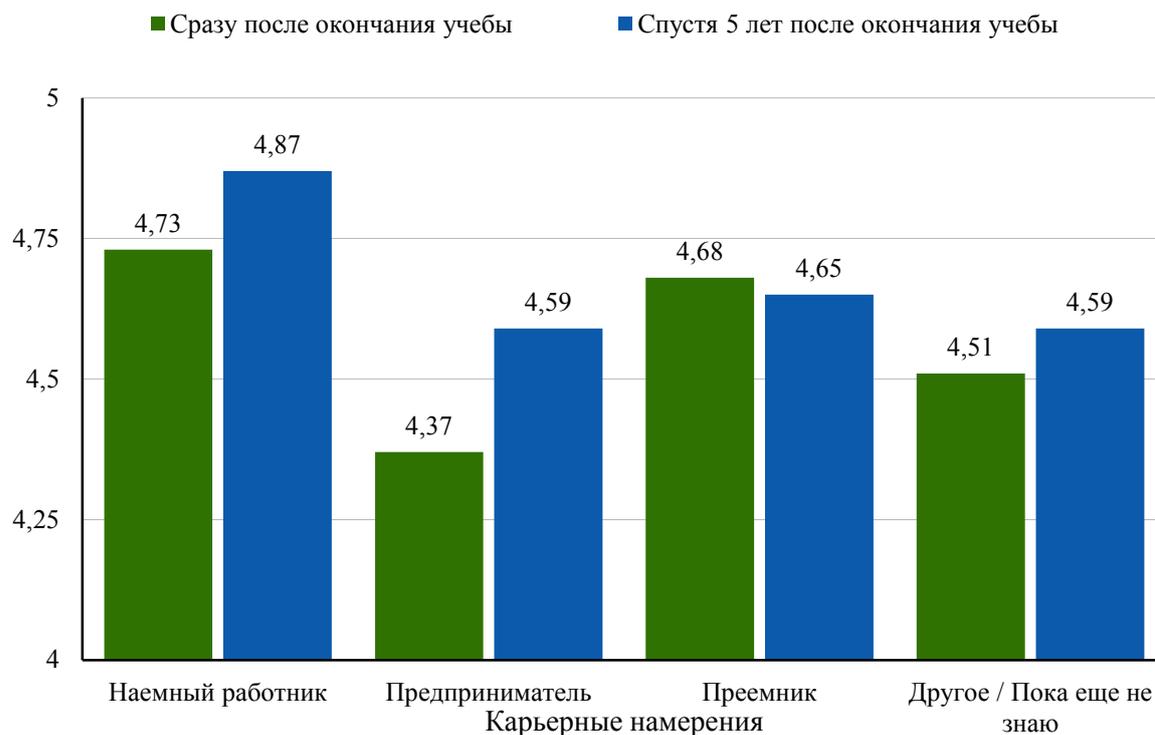


Рис. 27. Отношение к риску и карьерные намерения российских студентов

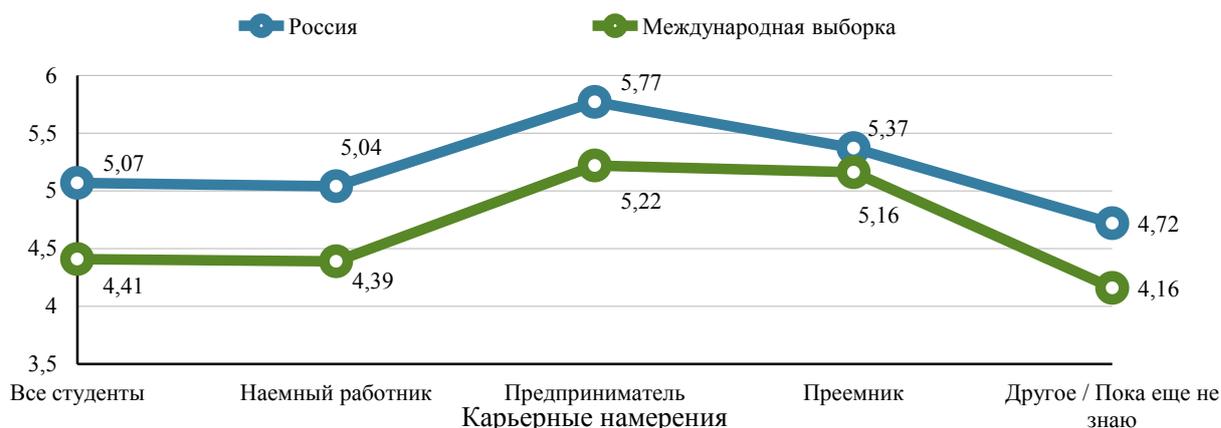


Рис. 28. Готовность брать на себя риск и карьерные намерения студентов сразу после окончания вуза

4.2.6. Отношение к предпринимательству

Согласно теоретической модели исследования (рис.1), среди основных факторов, которые могут оказывать влияние на формирование предпринимательских намерений студентов и укрепление их «предпринимательского духа», выступают отношение к поведению [Linan, Chen, 2009] и ощущаемый контроль над поведением [Souitaris et al., 2007].

Работа в качестве предпринимателя предполагает постоянное движение вперед, совершенствование, развитие, умение строить планы, ставить амбициозные цели, организовывать ра-

боту, находить необходимые ресурсы и достигать все новых высот. Не каждый готов к такой ответственности и самостоятельному принятию решений, некоторые люди чувствуют себя комфортнее в качестве наемных работников, что подтверждается данными исследования. Как видно на рис. 29, среди российских студентов сильнее выражено положительное отношение к предпринимательству в целом. Заметим, что многие респонденты в России в большей степени оказались согласны с тем, что для реализации своего предпринимательского потенциала им не хватает ресурсов.

своего предпринимательского потенциала им не хватает ресурсов.



Рис. 29. Отношение к предпринимательству

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — полностью не согласен, 7 — полностью согласен.

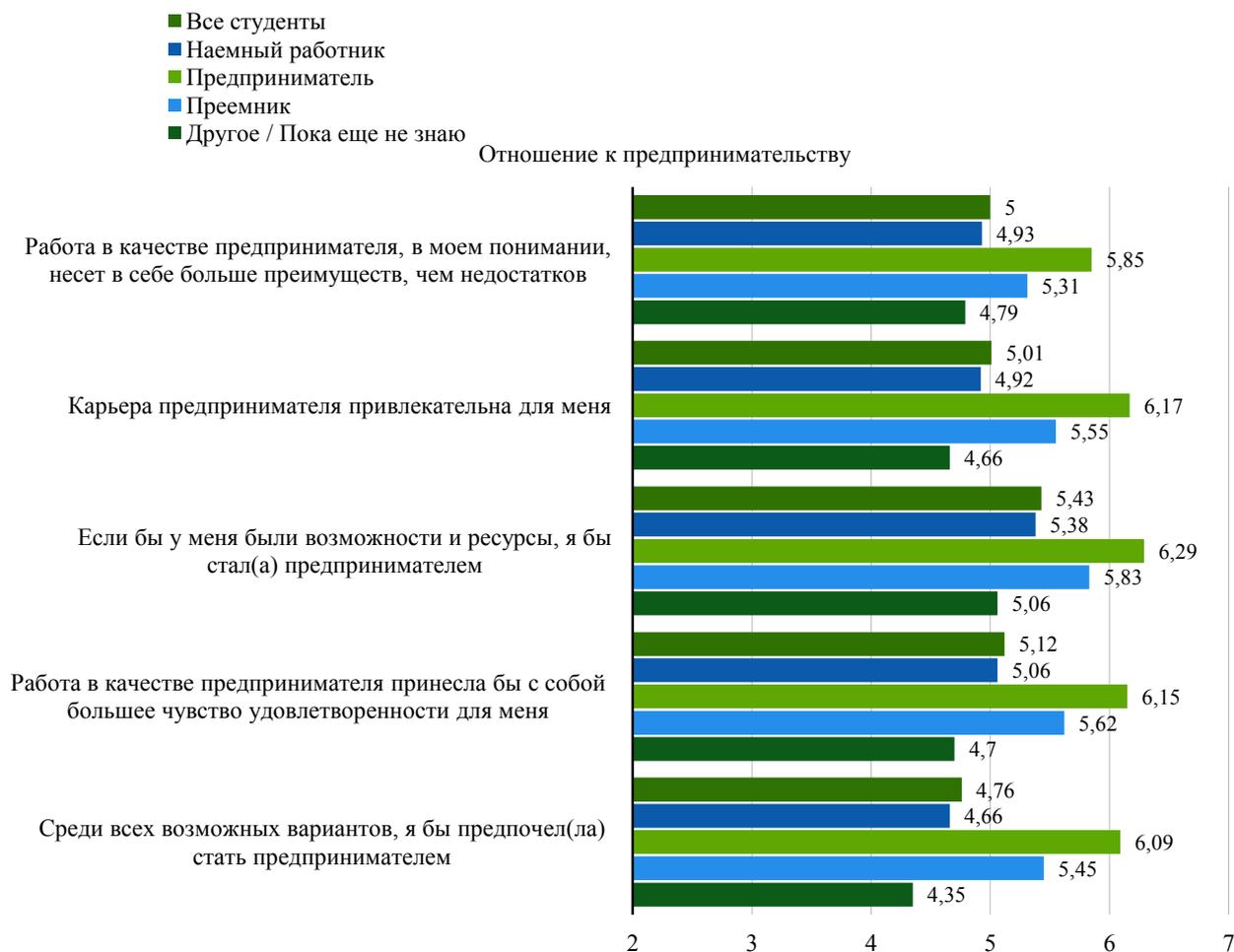


Рис. 30. Отношение к предпринимательству и карьерные намерения российских студентов сразу после окончания вуза

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — полностью не согласен, 7 — полностью согласен

Будущие предприниматели и преемники в большей степени согласны с тем, что работа в качестве предпринимателя несет в себе больше преимуществ, чем недостатков, и считают карьеру предпринимателя привлекательной для себя. В российской выборке среди студентов, собирающихся стать наемными работниками, наблюдается положительное отношение к карьере предпринимателя по сравнению с международной выборкой, но они полагают, что не обладают достаточными ресурсами для начала своего дела. Этот фактор можно рассматривать как одно из

препятствий на пути построения предпринимательской карьеры, что признают и будущие предприниматели и преемники, однако, их это не останавливает в реализации намеченных карьерных планов. Стоит добавить, что российские студенты согласны с тем, что работа на себя принесла бы им большее чувство удовлетворенности, что свидетельствует не только о положительном отношении к предпринимательству, но и о наличии у студентов скрытого предпринимательского потенциала.

4.2.7. Ощущаемый контроль над поведением

Не только отношение к предпринимательству, но и восприятие того, насколько человек оценивает свою способность в любой момент начать собственный бизнес, оказывает влияние на карьерные предпочтения. В анкете студентов спрашивали, насколько они согласны с утверждениями (по шкале от 1 — полностью не согласен, до 7 — полностью согласен): «Для меня было бы легко стать предпринимателем», «Если бы я захотел(а), я бы мог(ла) с легкостью начать карьеру предпринимателя», «Будучи предпринимателем, я бы имел(а) полный контроль над ситуацией», «Если бы я стал(а) предпринимателем, шансы на успех были бы высокими». По представленным ответам был также подсчитан индекс как среднее арифметическое по всем четырем

утверждениям. Динамика индексов по карьерным группам приведена на рис.31.

Как следует из полученных результатов, индекс воспринимаемого контроля выше среди предпринимателей и ниже — среди наемных работников. Уверенность в своей способности контролировать ситуацию оказалась выше среди российских студентов, чем в среднем по международной выборке. На рис. 32 представлено распределение средних значений ответов по различным карьерным группам среди российских студентов.

Согласно результатам, воспринимаемый контроль над поведением в наименьшей степени характерен для тех, кто еще не определился с выбором, а в наибольшей — для будущих предпринимателей.

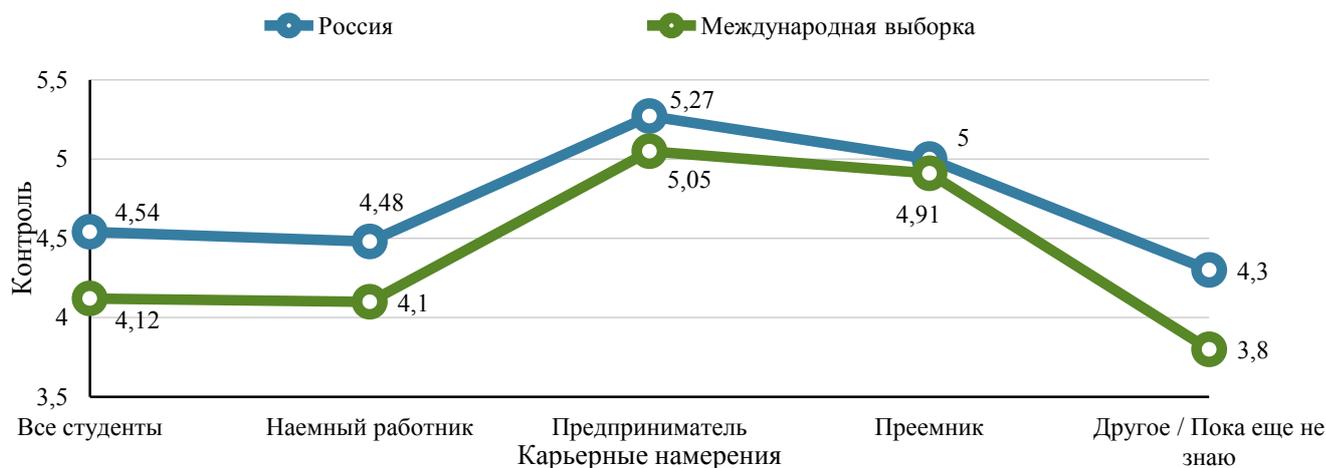


Рис. 31. Уверенность в способности контролировать ситуацию

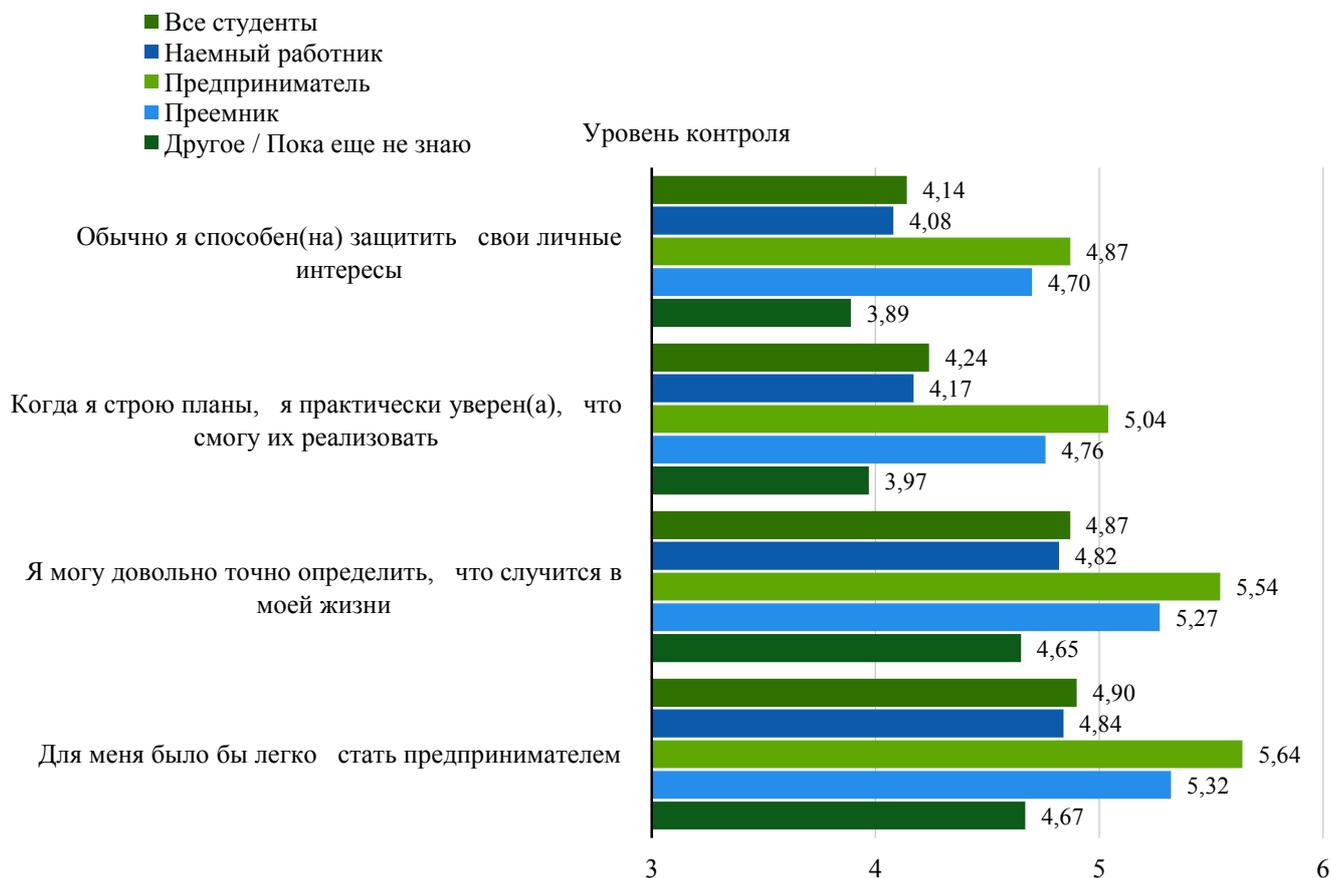


Рис. 32. Воспринимаемый уровень контроля над поведением и карьерные намерения российских студентов сразу после окончания вуза

4.3. Предпринимательство среди студентов

Ряд дополнительных вопросов в исследовании позволяет изучить карьерные планы студентов, опираясь не только на четыре группы, представленные в табл. 5, но и на другую типологию. На основании вопросов анкеты среди всех респондентов можно выделить активных и потенциальных предпринимателей. К активным предпринимателям относятся студенты, которые уже ведут свой собственный бизнес, к потенциальным предпринимателям — те, кто в момент проведения исследования пытался начать свое дело. Стоит отметить, что процент потенциальных предпринимателей среди студентов в России выше, чем в международной выборке (рис. 33) и составляет 22%. Однако процент активных пред-

принимателей достаточно низок, как в России, так и в международной выборке: только 6% студентов в России основали свой бизнес в период учебы в вузе (5,5% — в международной выборке).

С целью более глубокого изучения предпринимательских намерений студентов в исследовании GUESSS уделяется особое внимание не только потенциальным и активным предпринимателям, но и тем, у кого есть семейный бизнес, — в данную категорию входят студенты, у которых родители (или один из них) являются предпринимателями и/или основными владельцами бизнеса. Ниже приводится более детальное описание этих трех категорий.

4.3.1. Потенциальные предприниматели

В этой части отчета в анализ включены студенты, которые уже собираются начать собственный бизнес. В общей выборке их число достигает 16429 человек, что эквивалентно 15,07% всей выборки, а в российской — 1025 человек, или 22,39%.

Средний возраст потенциальных предпринимателей по всем странам составляет 23 года, а в России — 20 лет. Наиболее существенная разница заметна в проценте студентов в возрасте до 24 лет: если в России в эту категорию попадают более 93% респондентов, то в международной

выборке данный показатель едва доходит до 70%. При этом у большинства студентов (около 65%) родители не являются предпринимателями, поэтому наличие или отсутствие предпринимателей в семье оказывается не самым решающим фактором при выборе карьеры. Большая часть потенциальных предпринимателей обучаются экономике и менеджменту (рис. 34).

Чтобы изучить более детально данную категорию студентов, обратимся к гендерным различиям (рис. 35). Среди обучающихся экономике и менеджменту и общественным наукам, большую часть составляют женщины (более 53%), а в естественных науках больший интерес к предпринимательству проявляют мужчины (74%).

В России более 50% студентов полагают, что смогут открыть свою фирму через год, и

около 30% — в ближайшие полгода, но в среднем по всей выборке открытие собственного бизнеса планировалось не ранее чем через 1 год.

Так как инновационность выступает неотъемлемой характеристикой предпринимательской деятельности, то студентов просили дать оценку тому, насколько новой является их идея на рынке. Более 35% российских респондентов полагают, что их продукт (услуга) будет новой для большинства клиентов (рис. 36). С тем, что он будет новым для всех клиентов, согласны чуть более 15% студентов. Остальные участники (22 и 27%) уверены, что продукт окажется новым лишь для небольшой части клиентов или вовсе не будет чем-то новым. Очень близкие тенденции характерны и для международной выборки.

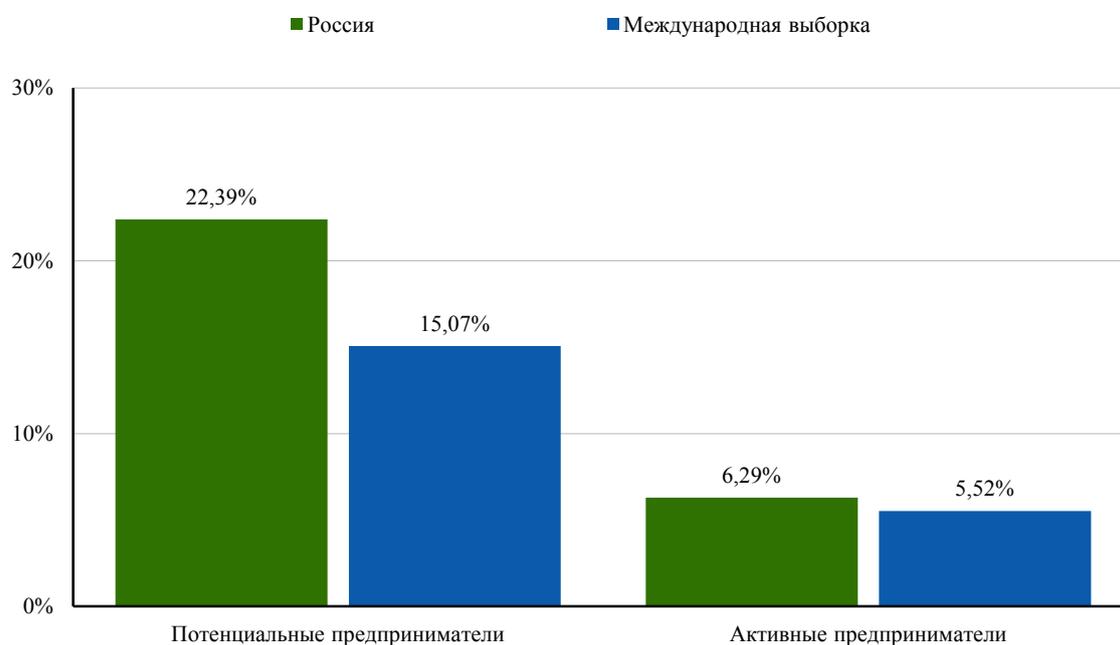


Рис. 33. Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе

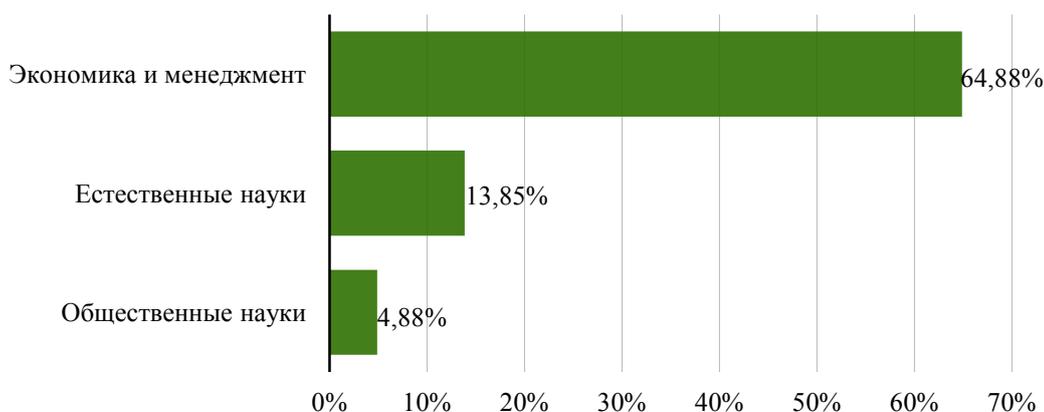


Рис. 34. Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация

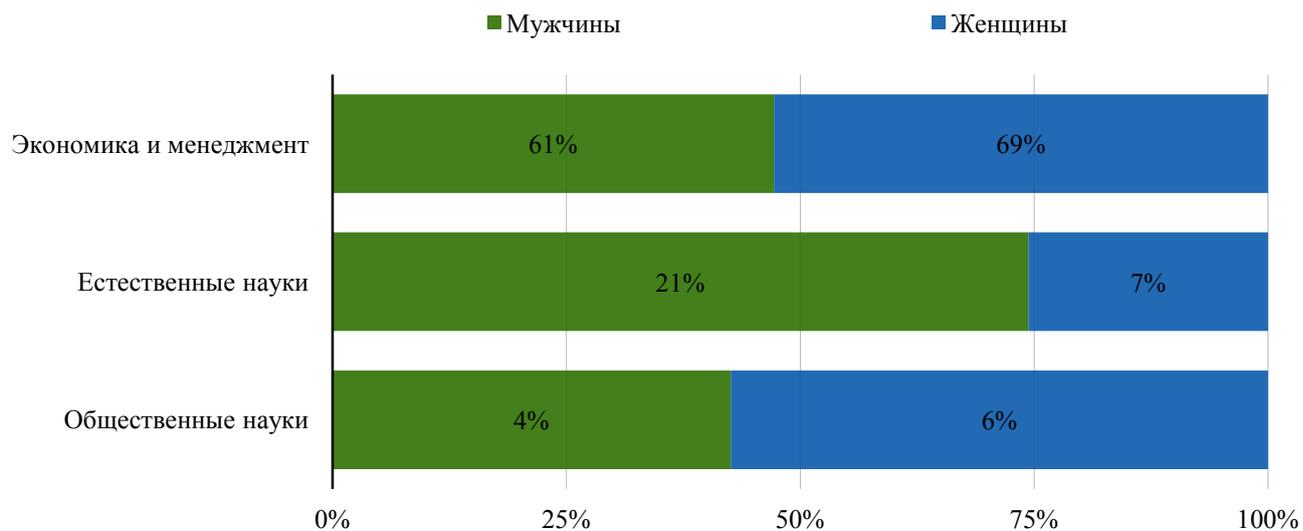


Рис. 35. Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация

- Это будет новым для всех клиентов
- Это будет новым для большинства клиентов
- Это будет новым для небольшой доли клиентов
- Это вовсе не является чем-то новым

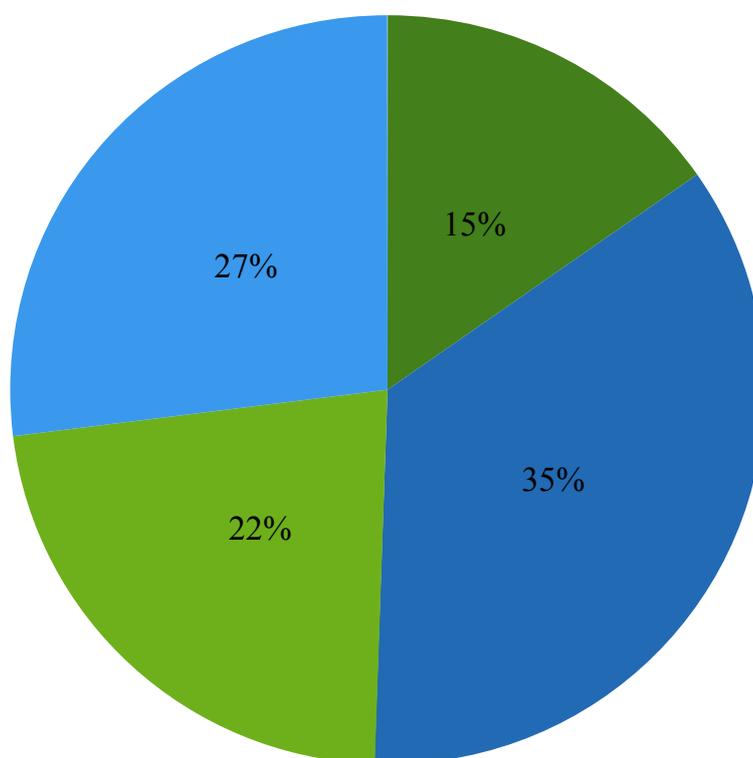


Рис. 36. Новизна продукта/услуги будущей фирмы среди российских студентов — потенциальных предпринимателей

На рис. 37 представлена классификация будущих фирм в России по секторам. Около 32% потенциальных предпринимателей нацелены на открытие бизнеса в сфере оптовой или розничной торговли (что практически в два раза превышает данный показатель по международной выборке). На втором месте по популярности стоят реклама/маркетинг/дизайн, на третьем — информационные технологии и коммуникации.

Среди тех, кто получает образование в сфере бизнеса, помимо торговли, многие нацелены на деятельность в сфере рекламы/маркетинга/дизайна и туризма/кулинарии. Студенты, собирающиеся открывать бизнес в сфере информационных технологий и коммуникаций, обучаются, в большинстве случаев, по направлению «естественные науки». Сферы образования/тренинги, а также рекла-

ма/маркетинг/дизайн интересна тем, что специализируются на «общественных науках».

Так как открытие своей фирмы сопряжено с высокой долей риска, а многие хотели бы его снизить, то один из выходов — разделить риски с партнером (или партнерами). В России 39% потенциальных предпринимателей полагают открывать свою фирму вместе с 1 партнером, к полностью самостоятельной деятельности готовы 19% респондентов, в то время как в международной выборке эта цифра достигает 27% (табл. 7).

Кроме того, российские студенты несколько в большей степени рассчитывают и на поддержку со стороны родителей: не только на их знания и советы, но и на помощь в разработке идеи и предоставлении финансовых ресурсов (рис. 38).

Таблица 7

Партнеры для будущего бизнеса

| Количество партнеров | Россия, % | Международная выборка, % |
|--------------------------|-----------|--------------------------|
| Нет | 19 | 27 |
| Один партнер | 39 | 36 |
| Два партнера | 28 | 24 |
| Три партнера | 10 | 8 |
| Четыре партнера и больше | 4 | 5 |

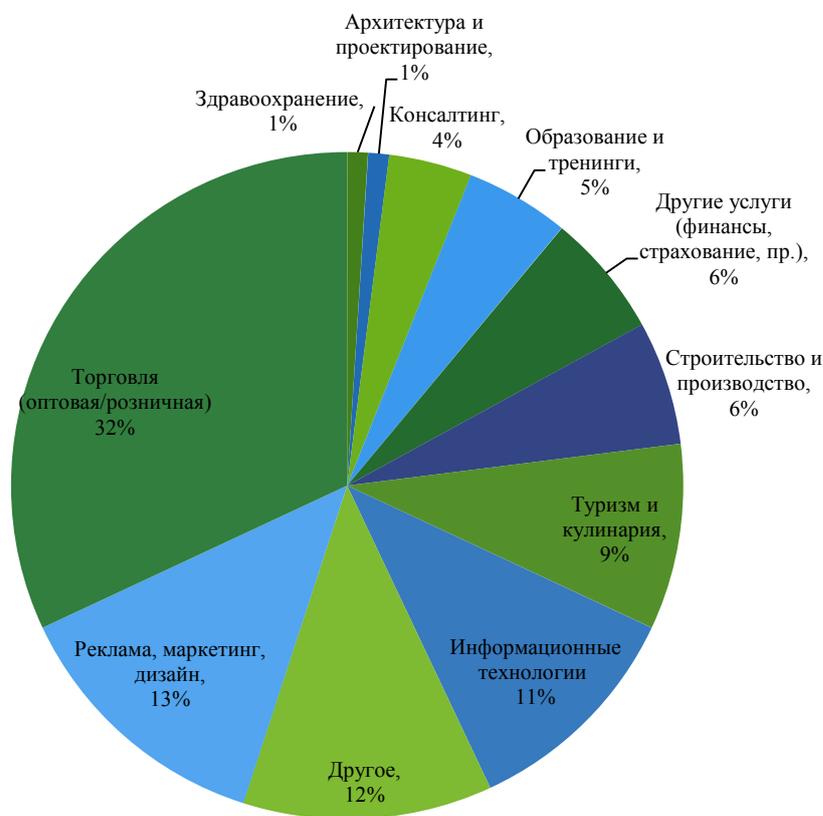


Рис. 37. Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей



Рис. 38. Ожидаемая потенциальными предпринимателями поддержка со стороны семьи

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — вовсе нет, 7 — в большой степени.

Думая о том, чтобы организовать свой бизнес, студенты по всему миру рассчитывают на то, что они смогут таким образом заработать деньги и разбогатеть, а вторым мотивом выступает стремление посредством создания своей фирмы продвинуться по карьере в мире бизнеса. Оказалось, что в наименьшей степени студенты заинтересованы в том, что решить существующую социальную проблему при помощи создания собственного бизнеса.

Так как студенты в категории потенциальных предпринимателей отмечали тот факт, что они уже пытаются начать свой бизнес, то возникает закономерный вопрос: на каком этапе они находятся, какие шаги уже предприняли? Примерно одна пятая часть потенциальных предпринимателей среди российских студентов еще не приступила к активным действиям (рис. 39). 42% студентов обсудили бизнес-идею с потенциальными клиентами.

Половина из них собрали информацию о рынке и конкурентах, а около трети — написали бизнес-план и начали разработку продукта/услуги.

Количество предпринятых шагов для начала бизнеса позволяет создать еще один индекс, который отражает степень предпринимательской активности среди тех студентов, которые нацелены на открытие своей фирмы. Индекс вычисляется как сумма сделанных шагов от 0 («ничего из перечисленного не было сделано») до 10, где 10 — максимально возможное количество предпринятых действий, представленных на рис. 39. В результате, на основе сделанных вычислений, были получены следующие результаты: наивысший индекс предпринимательской активности характерен для Аргентины, Словении, Малайзии и Люксембурга, а наименьший — для Румынии, Венгрии, Польши и Японии. Для России индекс составляет 2,3 (табл. 8).

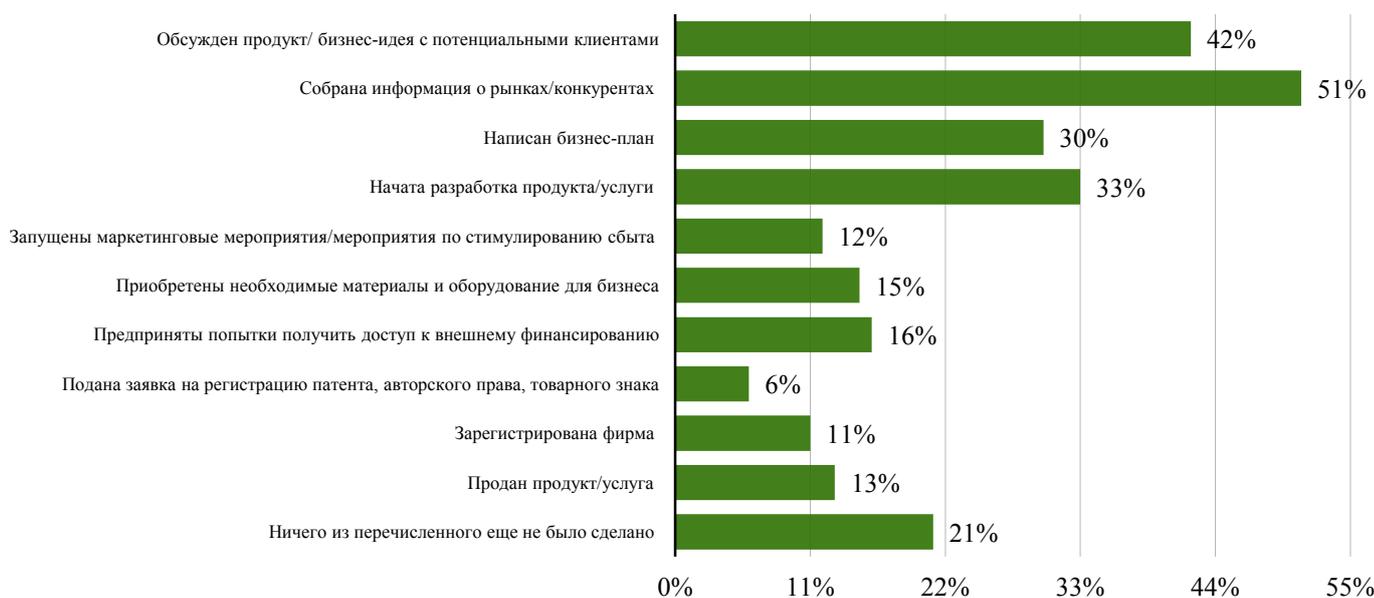


Рис. 39. Предпринятые шаги для начала своего бизнеса среди российских студентов

Индекс предпринимательской активности

| № | Страна | Индекс | № | Страна | Индекс |
|----|-------------|--------|----|---------------|-------------|
| 1 | Аргентина | 4,28 | 18 | Германия | 2,86 |
| 2 | Словения | 3,94 | 19 | США | 2,85 |
| 3 | Малайзия | 3,82 | 20 | Англия | 2,79 |
| 4 | Люксембург | 3,62 | 21 | Канада | 2,77 |
| 5 | Лихтенштейн | 3,61 | 22 | Шотландия | 2,74 |
| 6 | Австралия | 3,46 | 23 | Италия | 2,72 |
| 7 | Мексика | 3,44 | 24 | Франция | 2,71 |
| 8 | Финляндия | 3,30 | 25 | Греция | 2,56 |
| 9 | Португалия | 3,23 | 26 | Израиль | 2,50 |
| 10 | Бразилия | 3,12 | 27 | Бельгия | 2,47 |
| 11 | Колумбия | 3,05 | 28 | Россия | 2,30 |
| 12 | Эстония | 3,04 | 29 | Сингапур | 2,24 |
| 13 | Нидерланды | 3,00 | 30 | Нигерия* | 2,20 |
| 14 | Дания | 2,96 | 31 | Румыния | 2,19 |
| 15 | Швейцария | 2,91 | 32 | Венгрия | 2,14 |
| 16 | Австрия | 2,90 | 33 | Польша | 1,88 |
| 17 | Испания | 2,90 | 34 | Япония | 1,30 |

Примечание: для Нигерии показатель рассчитан по полученным 7 анкетам, что не может считаться надежной выборкой.

4.3.2. Активные предприниматели

Лишь 6,29% студентов в российской и 5,52% в международной выборке уже ведут свой собственный бизнес (в абсолютных показателях — 288 и 6016 человек соответственно). В России доля активных предпринимателей в возрасте до 24 лет составляет более 86%, в то время как во всей выборке она значительно ниже — 52,5%. Другими словами, в большинстве стран студенты более старшего возраста становятся предпринимателями. Основная часть российских студентов-предпринимателей обучается по направлению «экономика и менеджмент» (около 70%), в то время как в международной выборке доминируют два направления: около 40% также изучают экономику и менеджмент, а чуть более 30% — естественные науки. Примерно у 35–40% студентов родители — предприниматели, причем у 20% — предпринимателем является отец. Распределение по секторам бизнеса у активных и

потенциальных предпринимателей примерно одинаковое и большая часть принадлежит к сфере торговли.

Большинство студентов в российской выборке основало свою фирму недавно: 58% в 2013 г. и 28% — в 2011–2012 гг. Раньше начали свой бизнес лишь 8% респондентов (табл. 9). В международной выборке 34% студентов организовали фирму в 2013 г., 30% — в 2011–2012 гг., остальные 36% — в 2010 г. или еще раньше. В России в фирме в среднем работает 5 человек, а в среднем по всей международной выборке — 3 человека. Кроме того, планы российских студентов через 5 лет довольно амбициозные: если в среднем по странам респонденты планируют иметь 56 сотрудников в компании, то в России активные предприниматели считают, что число их сотрудников в ближайшем будущем превысит 200 человек. Несмотря на различия в планах по

расширению, активные предприниматели в обеих группах прилагают примерно одинаковые усилия: чуть более 33 часов в неделю работают российские предприниматели-студенты и 30,5 часов — активные предприниматели по всей выборке. Большая доля собственности сосредоточена в руках самих предпринимателей. Среди активных предпринимателей многие ведут бизнес вместе с партнерами. Интересно, что оценка поддержки семьи среди активных предпринимателей практически повторяет тенденции ожиданий среди потенциальных предпринимателей, представленные на рис. 38, и большую ценность представляют знания и советы, которые могут дать родители.

Мотивы «заработать деньги и разбогатеть», также как «продвинуться по карьере в мире бизнеса» при организации своего дела остаются доминирующими и у активных предпринимателей в России (средний показатель равен 5,47 из 7). Отметим, что в международной выборке на

первом месте стоит желание продвинуться по карьере (4,89), а на втором — стремление заработать денег (4,57), в то время как в российской выборке — наоборот (средний показатель для мотива «продвинуться по карьере в мире бизнеса» равен 5,3 в России). Среди российских студентов довольно высокую роль играет также желание сыграть проактивную роль и изменить то, как функционирует наш мир (среднее значение равно 5,01, а по всей выборке — 4,24).

Так как многими активными предпринимателями с самого начала движет мотив заработать деньги, закономерным является интерес к тому, насколько им это удастся. Успешность своего бизнеса все оценили довольно умеренно, однако, взглянув на данные, представленные на рис. 40, стоит обратить внимание на то, что среди российских студентов оценка успешности бизнеса, включая рост продаж, увеличение доли рынка, прибыли и создание рабочих мест, несколько выше, чем по международной выборке.

Таблица 9

Характеристики существующего бизнеса

| | Россия | Международная выборка |
|---|--------|-----------------------|
| Когда Вы основали фирму? | | |
| <i>2010 г. и раньше</i> | 8% | 36% |
| <i>2011-2012 гг.</i> | 28% | 30% |
| <i>2013 г.</i> | 58% | 34% |
| Количество сотрудников | 5,82 | 3,37 |
| Предполагаемое количество сотрудников через 5 лет | 202,83 | 56,16 |
| Сколько часов в неделю Вы работаете в фирме (в среднем)? | 33,42 | 30,5 |
| Доля собственности (%) | 63,38 | 68,66 |
| Количество партнеров | | |
| <i>Нет</i> | 34% | 49% |
| <i>Один партнер</i> | 31% | 27% |
| <i>Два партнера</i> | 22% | 14% |
| <i>Три партнера</i> | 11% | 6% |
| <i>Четыре партнера и больше</i> | 2% | 4% |

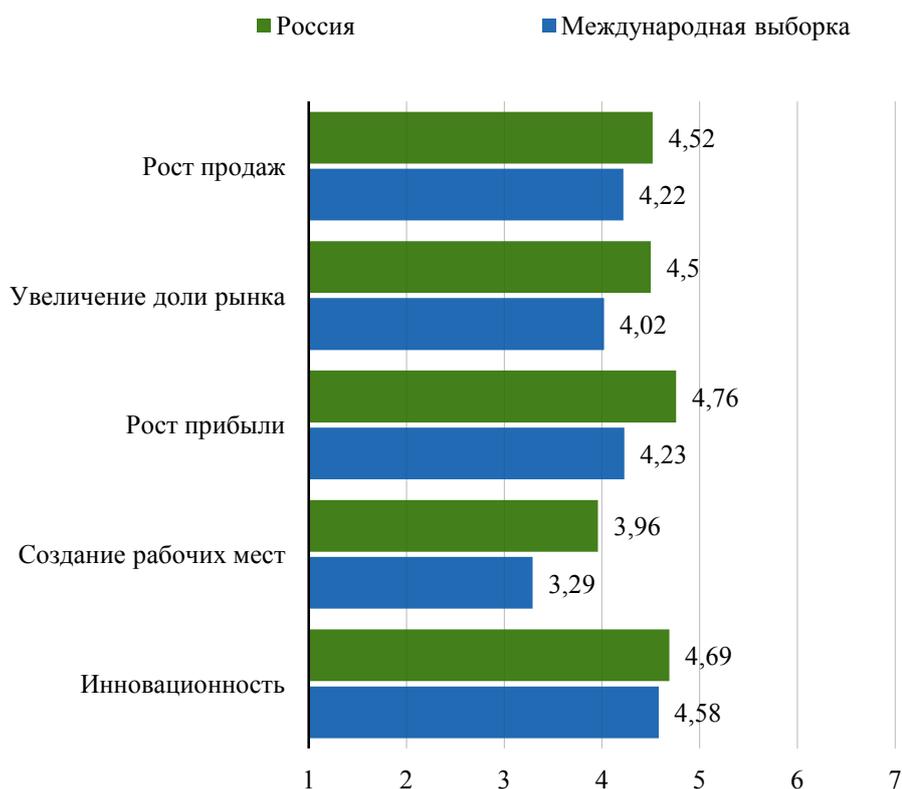


Рис. 40. Успешность бизнеса среди активных предпринимателей

4.3.3. Потенциальные преемники

Карьерные планы студентов могут быть следствием предпринимательской среды в их семье, когда родители имеют свой собственный бизнес и у детей складывается представление, как можно организовать свое дело. Около 30% участников исследования отметили, что хотя бы один из их родителей — предприниматель, а в большинстве случаев — и основной владелец бизнеса. Основные характеристики семейного бизнеса в российской и международной выборках близки: в более чем 85% случаев фирма была основана родителями, в 90% — они работают в ней в настоящий момент и в 80% — родители являются генеральными директорами. Примерно 40% студентов уже имеют опыт работы в семейной фирме. Основные различия между российской и международной выборками — время владения фирмой и количество сотрудников. В России, как правило, родители ведут свой бизнес чуть более 10 лет, а среднее значение по всей выборке составляет 16 лет. В среднем в российской фирме работают более 88 сотрудников, а в международной число работников в два раза ниже — 38 человек.

Распределение семейного бизнеса по отраслям представлено на рис. 41. Отметим, что 48% студентов в России и 24% по международной выборке относят семейный бизнес к сектору торговли, на втором месте стоят строительство и производство (16 и 15%, соответственно).

Оценки успешности семейного бизнеса также оказались несколько выше у российских студентов (рис. 42). Самый близкий показатель между двумя группами — инновационность, которая получила оценку чуть выше среднего в обеих группах.

Но насколько сами студенты готовы стать преемниками семейного бизнеса? Несмотря на то, что, в целом, многие студенты связывают с фирмой родителей положительные чувства, лишь 4% из них готовы посвятить себя развитию семейного бизнеса. Отметим также, что в международной выборке несколько выше показатель эмоциональной привязанности студентов к фирме родителей, а в российской — более выражено стремление удерживать фирму в руках семьи.

Несмотря на существование семейного бизнеса и понимание специфики предпринима-

Несмотря на существование семейного бизнеса и понимание специфики предпринимательства, далеко не каждый студент стремится стать преемниками в фирме родителей, причем сила намерений в международной выборке еще менее выражена, чем в российской. Студенты в России довольно нейтрально оценили свою готовность вкладывать силы, чтобы стать преемником, хотя эти показатели по международной выборке оказались еще ниже. В среднем, индекс «готовности» к преемственности среди студентов, у которых родители — предприниматели, по международной выборке находится на уровне 2,5, а по российской составляет 3,2.

Тем не менее, существование самой возможности стать преемником придает студентам

большее чувство уверенности. Многие в России согласны с тем, что такая перспектива несет в себе больше преимуществ, чем недостатков, но в международной выборке оценка абсолютно нейтральная, а самый низкий уровень согласия проявился по отношению к высказыванию: «Среди всех возможных вариантов я бы предпочел(ла) стать преемником нашего семейного бизнеса». Средний показатель по России составил 3,41 из 7, а в мире — 2,67. Общий средний показатель отношения к перспективе стать преемником находится на уровне 3,03 по всем студентам, и составляет 3,7 среди российских студентов (табл. 10).



Рис. 41. Сектор бизнеса семейной фирмы

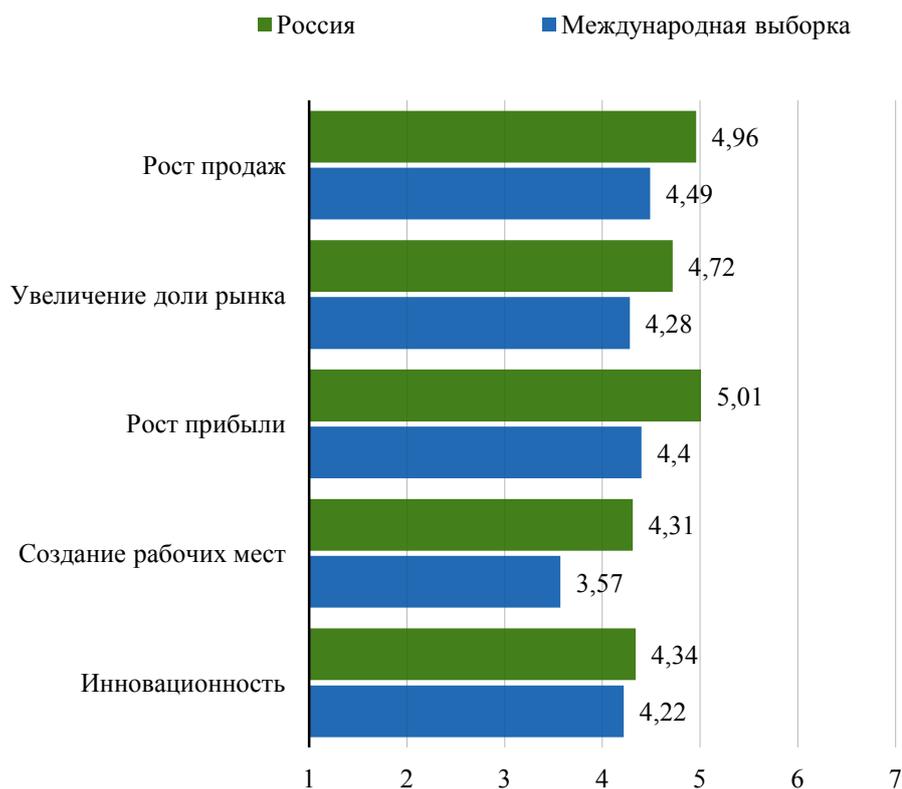


Рис. 42. Успешность семейного бизнеса

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — хуже, 7 — лучше.

Таблица 10

Отношение к карьере преемника в семейном бизнесе

| | Россия | Международная выборка |
|---|--------|-----------------------|
| Возможность стать преемником семейного бизнеса, на мой взгляд, несет в себе больше преимуществ, чем недостатков | 4,19 | 3,43 |
| Карьера в качестве преемника семейного бизнеса привлекательна для меня | 3,62 | 3,03 |
| Если бы у меня были возможности и ресурсы, я бы стал(а) преемником нашей семейной фирмы | 3,72 | 2,99 |
| Возможность стать преемником привнесла бы с собой большее чувство удовлетворенности для меня | 3,61 | 3,06 |
| Среди всех возможных вариантов, я бы предпочел(ла) стать преемником нашего семейного бизнеса | 3,41 | 2,67 |

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — полностью не согласен, 7 — полностью согласен.

Выводы

В рамках национального отчета были рассмотрены основные результаты исследования GUESSS 2013/2014 гг., и по целому ряду характеристик было приведено сравнение российской и международной выборки. Многие тенденции оказались близкими, но можно выделить и ряд особенностей, которые отличают российский контекст. Приведем основные наблюдения и выявленные различия.

- В российской выборке подавляющая часть респондентов — около 90% — учатся на программах бакалавриата и лишь чуть более 8% — в магистратуре. При этом средний возраст студентов составляет 20 лет, а в международной выборке он достигает 23, что может быть связано с особенностями самой системы образования в нашей стране. У нас студенты поступают в вуз в возрасте 17–18 лет, тогда как во многих странах этот порог составляет 20–22 года. Большая часть участников опроса в России обучаются по направлению «экономика и менеджмент» (62%) и данный показатель практически в два раза превышает международный (34%). Причины такого распределения могут быть связаны с тем, что координатором проекта по России выступает Центр предпринимательства Высшей школы менеджмента СПбГУ, поэтому на приглашение принять участие в исследовании откликнулись в основном вузы и факультеты экономической направленности, имеющие контакты с Центром, а также представители экономических и бизнес-специальностей в вузах, так как тематика предпринимательства представляет интерес именно для этой категории преподавателей и ученых.

- Большинство студентов — как в России, так и в других странах — планируют получить работу по найму сразу после окончания обучения (более 75%), а создать свой бизнес с нуля в России готовы чуть более 9% студентов, что выше международного показателя практически на 3%. Однако спустя 5 лет после окончания вуза разница в планах становится более заметной: число желающих стать предпринимателями среди российских студентов возрастает с 9 до 53%, а в международной выборке — с 6 до 31%. Данная тенденция повторяет результаты исследования GUESSS 2011 г. Одно из объяснений — желание студентов приобрести необходимый опыт работы в существующей компании, прежде чем перейти к организации своего дела.

- Однако карьерные планы студентов ничего не говорят о готовности студентов к предпринимательской деятельности. В связи с этим был рассчитан индекс предпринимательских

намерений по всем странам, принявшим участие в исследовании. Россия занимает 5 место по индексу предпринимательских намерений (4,59) после Мексики, Колумбии, Аргентины и Малайзии. В конце списка стоят Швейцария, Германия, Япония и Дания. Такая картина указывает на наличие определенной разницы в формировании предпринимательских устремлений студентов между странами с развитой и развивающейся экономикой.

- В рамках исследования особое внимание уделялось тем факторам, которые способны объяснить формирование карьерных намерений студентов. Одним из таких факторов является наличие личной мотивации. Однако разница в ответах между российской и международной выборкой оказалась несущественной: большинство студентов при выборе карьеры руководствуется желанием реализовать свои мечты и иметь увлекательную, многообещающую и перспективную работу.

- Университетская среда — один из ключевых элементов формирования предпринимательской экосистемы. Однако как в России, так и в среднем по международной выборке, степень внедрения предпринимательской составляющей в программу обучения очень низка: у более чем 60% студентов вовсе не было курсов по предпринимательству. Кроме того, сама среда обучения и предлагаемые курсы мало способствуют развитию предпринимательства. Тем не менее, институциональная среда в российском вузе способствует формированию положительного отношения к предпринимательству.

- Несмотря на то, что наличие в семье родителей-предпринимателей зачастую рассматривается как фактор, способствующий становлению их детей как будущих предпринимателей, в России этой закономерности выявлено не было: независимо от того, являются родители предпринимателями или нет, более 50% респондентов планируют начать свое дело через 5 лет после окончания учебы. Однако в международной выборке разница между этими группами была выявлена, и процент желающих стать предпринимателями в семьях, где родители занимаются своим бизнесом, несколько выше.

- Так как в теоретической модели GUESSS выделяется социально-культурный аспект, он также был детально проанализирован. Оказалось, что российские студенты больше уверены в положительной реакции близкого окружения на их предполагаемое решение стать предпринимателем. Кроме того, в России выяв-

лена большая терпимость к риску среди студентов и большая готовность брать на себя риск, чем в международной выборке.

- В целом, можно также отметить более положительное отношение к предпринимательству среди российских студентов, чем в международной выборке. Многие считают, что основным барьером для их предпринимательской деятельности является недостаток ресурсов, тем не менее, карьера предпринимателя является привлекательной для студентов, и они отмечают, что такая деятельность принесла бы им большее чувство удовлетворения. Кроме того, среди российских студентов выше степень воспринимаемого контроля над своим поведением, что особенно выражено у тех, кто собирается стать предпринимателем сразу после окончания обучения.

- Помимо возможности разделения студентов на 4 карьерные группы, в анкете были также вопросы, позволяющие определить, кто из студентов является в настоящий момент потенциальным или активным предпринимателем, а у кого есть семейный бизнес. В России процент потенциальных предпринимателей чуть выше, чем в глобальной выборке, и составляет 22% (по всей выборке — 15%). Большинство (порядка 65%) изучают экономику и менеджмент и планируют фактическое открытие фирмы примерно через год. Потенциальные предприниматели среди российских студентов нацелены на открытие бизнеса в сфере оптовой или розничной торговли, что практически в два раза превышает данный показатель по международной выборке. Интересно, что в России многие также рассчитывают на большую поддержку со стороны семьи при

открытии бизнеса. Анализируя предпринятые действия по созданию своей фирмы, было выявлено, что многие уже проанализировали рынок и протестировали свою идею. Опираясь на агрегированный показатель предпринятых шагов, был составлен индекс предпринимательской активности, и Россия оказалась практически в самом конце списка стран, с индексом равным 2,3. Однако отметим, что средний показатель находится на уровне 2,6, а среди всех стран он не превышает 4,28.

- Доля активных предпринимателей в России составила 6,29%, что несколько выше, чем в международной выборке. Основной мотив, которым руководствуется большинство студентов, — желание заработать деньги и продвинуться по карьере в мире бизнеса. На основе полученных данных можно сказать, что российские студенты несколько выше оценивают успешность своей деятельности, чем студенты в целом по всем странам.

- Анализ семейного бизнеса показал, что доля студентов из семей предпринимателей примерно одинакова в российской и международной выборке — около 30%. Несмотря на это, лишь около 4% студентов в России думают о карьере преемника сразу после окончания вуза (в международной выборке этот показатель еще меньше и составляет около 2%). Примечательно, что отношение к перспективе стать преемником довольно сдержанное среди студентов, имеющих такую возможность. В российской выборке эта оценка несколько выше, но не более 4 (максимум — 7).

Заключение

В заключении, характеризуя предпринимательские намерения и настроения российских студентов, можно отметить, что они выше, чем в среднем по международной выборке. Но, наряду с этим, в России существуют определенные слабые стороны, прежде всего, недостаточное развитие институтов и инфраструктуры поддержки предпринимательства среди студентов. Это отмечается во многих исследованиях, в которых подчеркивается наличие острой необходимости в создании благоприятной среды для развития предпринимательства, так как в России нет ни истории, ни культуры предпринимательства в том смысле, который придается этому на Западе [Michailova et al., 2013]. Сложно переоценить важность проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS) в деле изучения и развития предпринимательства как в мире в целом, так и в отдельно взятой стране. Национальные условия могут быть разными, но полученные результаты дают возможность оценить ситуацию и принять меры, направленные на создание среды обучения и развития предпринимательских намерений студентов.

Результаты, полученные по российской выборке, позволили определить основные тенденции в отношении предпринимательства среди студентов и выявить существующие недостатки, которые могут препятствовать развитию и распространению предпринимательских намерений

в нашей стране, которые, прежде всего, связаны с университетской средой и недостаточной институциональной поддержкой студенческого предпринимательства. Но вызовы сегодняшнего дня и необходимость активной диверсификации экономики заставляют по-новому посмотреть на роль университета в процессе создания предпринимательской экосистемы. Именно вуз может стать центром создания и применения знаний, ориентированных на социально-экономическое развитие региона, и будет способствовать становлению студентов не только как профессионалов в своих областях, но и как предпринимателей, создающих инновации и новые рабочие места. Одним из приоритетных направлений должно стать развитие системы обучения предпринимательству, раскрывающей предпринимательские намерения студентов, предоставляя им качественные образовательные услуги, а также разного рода институциональную и ресурсную поддержку. Это заставляет задуматься о необходимости модернизации существующих систем обучения с учетом современных тенденций, создания необходимой инфраструктуры, где станет возможным не только внедрение курсов по предпринимательству, но и запуск проектов поддержки предпринимательских намерений среди студентов. Другими словами, необходимость реализации масштабных изменений и формирования новой образовательной траектории — это вызовы сегодняшнего дня.

Литература

1. Барометр предпринимательской деятельности G20. 2013. Компания EY. <http://www.ey.com/RU/ru/Services/Strategic-Growth-Markets/EY-G20-country-report-2013-Russia>
2. Введение Бизнеса. 2014. Всемирный Банк. <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2014>
3. Диверсификация в России. 2012. Европейский Банк Реконструкции и Развития. <http://www.ebrd.com/russian/pages/research/publications/special/diversifying-russia.shtml>
4. Ajzen, I. 2002. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32, 665-683.
5. Amway Global Entrepreneurship Report. 2013. Amway. http://www.amwayentrepreneurshipreport.tum.de/fileadmin/w00bfs/www/2013/Amway_Global_Entrepreneurship_Report_2013.pdf
6. Baumol W.J. 1968. Entrepreneurship in Economic Theory. *The American Economic Review* 58 (2), 64-71.
7. Fishbein M., Ajzen I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
8. *Global Competitiveness Report*. 2013-2014. World Economic Forum. <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>
9. *Global Entrepreneurship Monitor*. 2013. Global Report. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>
10. Iakovleva T., Oftedal E., Foss L. 2014. Impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intentions: University context and educational program characteristics. *Working Paper*. # 1 (E)-2014, Graduate School of Management, St. Petersburg University.
11. Kolvereid L. 1996. Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 20 (3), 23-31.
12. Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., Patzelt, H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
13. Lee S., Lim S., Pathak S., Chang D., Li W.. 2006. Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi country study. *Entrepreneurship Management* 2, 351-366.
14. Linan F., Rodríguez-Cohard J.C., Rueda-Cantuche J.M.. 2005. Factors affecting entrepreneurial intention levels. 45th Congress of the European Regional Science Association, 23-27.
15. Linan, F., Chen, Y. W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
16. Luthje C. Franke N. 2003. The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management* 33 (2), 135-147.
17. Martinez D., Mora J.G., Vila L. 2007. Entrepreneurs, the self-employed and employees amongst young European higher education graduates. *European Journal of Education* 42 (1), 99-117.
18. Michailova S., McCarthy D., Puffer S. 2013. Russia: as solid as a BRIC? Guest editorial. *Critical Perspectives on International Business*, 9(1/2), 5-18.
19. Reynolds P., Miller B., Maki W.R. 1995. Explaining regional variation in business births and deaths: U.S. *Small Business Economics* 7 (5), 389-707.
20. Scott M.G., Twomey D.F. 1988. The Long-Term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* 26 (4), 5-13.
21. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. 2014. Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
22. Souitaris V., S. Zerbinati and A. Al-Laham. 2007. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing* 22 (4), 566-591.
23. Zaharia S., Gilber E. 2005. The entrepreneurial university in the knowledge society & *Higher Education in Europe*, 30(1), 31-40.
24. Zellweger T., P. Sieger and F. Halter. 2011. Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing* 26 (5), 521-536.