Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

EFMD EQUIS ACCREDITED

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

# Глобальное исследование предпринимательского духа студентов

## Национальный отчет
## Россия 2016

Г.В. Широкова К.А. Богатырева Т.В. Беляева
Т.В. Цуканова А.К. Ласковая

Россия
Санкт-Петербург
2016

Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

# Глобальное исследование предпринимательского духа студентов

## Национальный отчет
## Россия 2016

Г.В. Широкова
К.А. Богатырева
Т.В. Беляева
Т.В. Цуканова
А.К. Ласковая

Санкт-Петербург
Россия
2016

## Благодарности

Национальный отчет GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов) в России в 2013/2014 гг. выполнен исследователями д.э.н. Г.В. Широковой, к.э.н. К.А. Богатыревой, Т.В. Беляевой, к.э.н. Т.В. Цукановой, А.К. Ласковой (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)

– 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 А.И. Демиденко (Брянский государственный технический университет) С.А. Алексеев (Казанский национальный исследовательский технологический университет), Е.Б. Гаффорова и Е.А. Тюрина (Дальневосточный федеральный университет), С.С. Сериков (Ставропольский государственный аграрный университет), Д.Г. Шишкин (Пермский национальный исследовательский политехнический университет), Н.А. Димитриади (Ростовский государственный экономический университет), Л.В. Мургулец и А.Г. Причисленко (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики), и многие другие.

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

# Содержание

**Список рисунков** ..... **4**

**Список таблиц** ..... **4**

**Краткий обзор** ..... **5**

**Введение** ..... **6**

**1. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ** ..... **7**
**1.1. Основные цели исследования** ..... **7**
**1.2. Теоретическая модель исследования** ..... **8**
**1.3. Координация проекта** ..... **9**

**2. НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ** ..... **11**

**3. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ** ..... **12**
**3.1. Сбор данных** ..... **12**
**3.2. Университеты — участники проекта в России** ..... **13**
**3.3. Описание выборки** ..... **13**

**4. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ** ..... **16**
**4.1. Выбор карьеры** ..... **16**
**4.2. Факторы формирования предпринимательских намерений** ..... **21**
4.2.1. Предпринимательские намерения ..... 21
4.2.2. Университетская среда ..... 23
4.2.3. Семья ..... 27
4.2.4. Социально-культурный контекст ..... 28
4.2.5. Отношение к предпринимательству ..... 30
4.2.6. Локус контроля ..... 32
4.2.7. Предпринимательская самоэффективность ..... 33
**4.3. Предпринимательство среди студентов** ..... **34**
4.3.1. Потенциальные предприниматели ..... 34
4.3.2. Активные предприниматели ..... 40
4.3.3. Потенциальные преемники ..... 43

**Выводы** ..... **45**

**Заключение** ..... **47**

**Литература** ..... **48**

# Список рисунков

Рис. 1. Теоретическая модель исследования GUESSS ..... 9
Рис. 2. Организационная структура проекта GUESSS 2016 г. ..... 10
Рис. 3. Уровень обучения студентов ..... 14
Рис. 4. Возраст студентов ..... 14
Рис. 5. Направления специализации российских студентов ..... 15
Рис. 6. Гендерный состав и специализация российских студентов ..... 16
Рис. 7. Изменения в карьерных предпочтениях российских студентов ..... 18
Рис. 8. Карьерные предпочтения российских студентов ..... 19
Рис. 9. Карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы и их специализация ..... 19
Рис. 10. Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация 19
Рис. 11. Карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы и гендерный состав ..... 20
Рис. 12. Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и гендерный состав 20
Рис. 13. Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран ..... 22
Рис. 14. Предпринимательские намерения и специализация российских студентов ..... 23
Рис. 15. Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов ..... 23
Рис. 16. Наличие курсов по предпринимательству в вузе ..... 24
Рис. 17. Предпринимательская среда вуза и специализация российских студентов ..... 25
Рис. 18. Предпринимательская среда вуза и карьерные предпочтения российских студентов ..... 25
Рис. 19. Роль обучения в вузе и специализация российских студентов ..... 26
Рис. 20. Роль обучения в вузе и карьерные предпочтения российских студентов ..... 27
Рис. 21. Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов ..... 28
Рис. 22. Родители-предприниматели и карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы ..... 28
Рис. 23. Субъективная оценка студентами культурного контекста окружающего общества ..... 30
Рис. 24. Отношение к предпринимательству ..... 31
Рис. 25. Отношение к предпринимательству и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы ..... 31
Рис. 26. Внутренний локус контроля ..... 32
Рис. 27. Внутренний локус контроля и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы ..... 33
Рис. 28. Компетенции и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы ..... 34
Рис. 29. Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе ..... 35
Рис. 30. Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация ..... 35
Рис. 31. Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация ..... 36
Рис. 32. Срок открытия будущей фирмы российскими студентами — потенциальными предпринимателями ..... 36
Рис. 33. Наличие опыта создания бизнеса у российских студентов — потенциальных предпринимателей ..... 37
Рис. 34. Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей ..... 37
Рис. 35. Мотивация российских студентов — потенциальных предпринимателей ..... 38
Рис. 36. Источники бизнес-идей у российских студентов — потенциальных предпринимателей ..... 39
Рис. 37. Предпринятые российскими студентами шаги для начала своего бизнеса ..... 39
Рис. 38. Успешность бизнеса студентов – активных предпринимателей ..... 42
Рис. 39. Предпринимательская ориентация студенческих фирм ..... 42
Рис. 40. Сектор бизнеса семейной фирмы ..... 43
Рис. 41. Успешность семейного бизнеса ..... 44

# Список таблиц

Таблица 1. Список стран, принявших участие в проекте GUESSS в 2016 г. ..... 7
Таблица 2. Распределение респондентов по вузам России ..... 12
Таблица 3. Распределение респондентов российской и международной выборки по направлениям: 2013/2014 и 2016 гг. ..... 15
Таблица 4. Выбор карьеры: сравнение российской и международной выборки ..... 17
Таблица 5. Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки, 2013/2014 и 2016 гг. ..... 21
Таблица 6. Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения ..... 29
Таблица 7. Партнеры для будущего бизнеса ..... 37
Таблица 8. Индекс предпринимательской активности ..... 40
Таблица 9. Характеристики существующего бизнеса ..... 41
Таблица 10. Отношение к карьере преемника в семейном бизнесе ..... 44

# Краткий обзор

К чему стремятся российские студенты сегодня? Многие ли задумываются о начале собственного бизнеса? Есть ли уже среди них настоящие предприниматели? И что именно заставляет студентов выбирать такой карьерный путь?

В представленном национальном отчете GUESSS-Россия можно найти ответы на эти и многие другие вопросы в отношении предпринимательского потенциала студентов.

Опираясь на опрос более 4000 студентов из вузов по всей России, были выявлены следующие тенденции:

- 74% студентов собираются работать по найму после окончания учебы;
- Почти 11% студентов планируют работать на себя и стать предпринимателями сразу после окончания вуза;
- 51% студентов хотят стать предпринимателями через 5 лет после получения диплома;
- В России доля нарождающихся предпринимателей (т.е. тех, кто уже пытается открыть собственный бизнес) среди студентов составляет 27%, что на 6% выше по сравнению с международной выборкой, а доля активных предпринимателей (т.е. тех, кто уже ведет собственный бизнес) достигает 8%;
- По сравнению с 2011 г. количество потенциальных предпринимателей среди российских студентов увеличилось на 5%;
- У 55% студентов не было курсов по предпринимательству вовсе;
- 19% планируют начать свой бизнес в одиночку, 32% – планируют открыть фирму вместе с партнером;
- Также есть и гендерные различия: доля желающих стать предпринимателями сразу после окончания вуза выше среди мужчин (16% против 8% женщин), но спустя 5 лет этот показатель меняется, и доля потенциальных предпринимателей среди мужчин и женщин уравнивается;
- Более 25% студентов – из предпринимательских семей, а доля студентов — будущих предпринимателей, у которых хотя бы кто-то из родителей ведет собственный бизнес, составляет 57%.

В российском отчете за 2016 г. содержатся важные результаты по различным аспектам развития студенческого предпринимательства, а также приводится сравнение с международной выборкой, что будет интересно для широкого круга читателей.

# Введение

Современные эмпирические исследования свидетельствуют о том, что, несмотря на то, молодые люди становятся все более и более образованными, уровень безработицы среди молодежи растет во всем мире [Schøtt et al., 2015]. Потенциальным решением данной проблемы может стать стимулирование предпринимательской деятельности среди молодых людей. Предпринимательская активность является основой экономического, социального и научно-технического развития страны и играет особую роль в обеспечении стабильности и внедрении инноваций. Предпринимательство является одним из источников экономического роста, повышения конкурентоспособности, создания новых рабочих мест и реализации общественных целей [Linan et al., 2005]. Следовательно, стимулирование молодежной предпринимательской активности является одним из ключевых аспектов стратегии экономического развития, поскольку это позволяет вывести наиболее активную группу населения на рынок труда и вовлечь молодых людей в деятельность, обладающую высоким потенциалом с точки зрения развития экономики и общества в целом [Kvedaraite, 2014].

Результаты соответствующих усилий в данной области, безусловно, способствуют становлению феномена раннего интереса к предпринимательству по всему миру [Åstebro et al., 2012; Bergman et al., 2016]. Динамизм предпринимательского процесса, возможность достижения большей личной свободы и яркие перспективы самореализации делают карьеру предпринимателя все более и более привлекательной для молодых людей. Это подтверждается недавними эмпирическими данными. В частности, по результатам проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» в 2012-2014, около одной трети молодых респондентов продемонстрировали наличие предпринимательских намерений; при этом, наиболее сильное желание стать предпринимателями выказали респонденты в возрасте от 18 до 24 лет [Schøtt et al., 2015]. Очевидно, что большая часть представителей этой возрастной категории являются студентами высших учебных заведений. Таким образом, можно сделать вывод о том, что формирование отношения к предпринимательству как к карьерному выбору, становление предпринимательских намерений и переход к первым действиям по созданию бизнеса зачастую происходят в студенческие годы [Shirokova et al., 2016].

Предпринимательская деятельность студентов развивается под влиянием как индивидуальных характеристик и обстоятельств, так и условий внешнего окружения, связанных, в первую очередь, с предпринимательской средой университета и общества в целом. Следовательно, понимание особенностей студенческого предпринимательского процесса, мотивов вовлечения студентов в предпринимательскую деятельность, а также факторов формирования их предпринимательских намерений является ключом к созданию высокоразвитой предпринимательской инфраструктуры на уровне отдельных университетов, регионов и стран.

Для того чтобы получить представление об основных источниках предпринимательства среди студентов, был организован проект «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). В фокусе проекта не только процесс создания новых предприятий студентами, но и более широкий предпринимательский контекст, и другие карьерные планы студентов. В частности, анализируются намерения студентов стать преемниками семейного бизнеса или выбрать карьеру наемного работника в рамках существующей компании.

Основная цель данного отчета — представить результаты проекта по России и провести сравнение национальных данных с международной выборкой, которая включает в себя более 120 тыс. респондентов из 50 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 семь международных опросов: в 2003, 2004, 2006, 2008, 2011, 2013/2014 и 2016 г. В 2011 году, когда Россия впервые присоединилась к команде GUESSS, удалось привлечь к участию 2882 студента из 23 вузов России. В 2016 г. российская команда GUESSS приняла участие в этом проекте в третий раз. Сбор данных проходил в период с апреля по июнь 2016 г., и в исследовании приняли участие студенты из 31 высшего учебного заведения. Из 21700 студентов, которым было разослано приглашение принять участие в исследовании, на вопросы анкеты ответили 4152 человека, что составляет 19,13% респондентов. Кроме того, Россия заняла 11 место из 50 стран по количеству ответивших студентов (табл. 1).

*Таблица 1*

Список стран, принявших участие в проекте GUESSS в 2016 г.

| № | Страна | Количество ответов | № | Страна | Количество ответов |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Австралия | 2359 | **26** | Мексика | 1207 |
| **2** | Австрия | 3755 | **27** | Норвегия | 41 |
| **3** | Албания | 70 | **28** | Пакистан | 580 |
| **4** | Англия | 1074 | **29** | Панама | 3273 |
| **5** | Аргентина | 2625 | **30** | Перу | 1297 |
| **6** | Белоруссия | 716 | **31** | Польша | 6388 |
| **7** | Бельгия | 771 | **32** | Португалия | 4685 |
| **8** | Бразилия | 7417 | **33** | Республика Корея | 2603 |
| **9** | Венгрия | 5182 | **34** | **Россия** | **4152** |
| **10** | Германия | 15984 | **35** | Сальвадор | 4653 |
| **11** | Греция | 649 | **36** | Словакия | 3266 |
| **12** | Индия | 37 | **37** | Словения | 575 |
| **13** | Ирландия | 807 | **38** | США | 353 |
| **14** | Испания | 7373 | **39** | Украина | 73 |
| **15** | Италия | 4446 | **40** | Уругвай | 1396 |
| **16** | Казахстан | 253 | **41** | Финляндия | 532 |
| **17** | Канада | 297 | **42** | Франция | 714 |
| **18** | Китай | 3274 | **43** | Хорватия | 1555 |

| № | Страна | Количество ответов | № | Страна | Количество ответов |
|---|---|---|---|---|---|
| **19** | Колумбия | 3832 | **44** | Чехия | 1135 |
| **20** | Литва | 426 | **45** | Чили | 6077 |
| **21** | Лихтенштейн | 159 | **46** | Швейцария | 2943 |
| **22** | Люксембург | 82 | **47** | Швеция | 606 |
| **23** | Македония | 124 | **48** | Эквадор | 8211 |
| **24** | Малайзия | 137 | **49** | Эстония | 811 |
| **25** | Марокко | 2044 | **50** | Япония | 1490 |

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 предпринимательству 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 изучению предпринимательства, который нацелен на привлечение вузов из всех стран мира, что позволит ему играть важнейшую роль в исследованиях и практике предпринимательства.

## 1.2. Теоретическая модель исследования

Теоретической основной 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 проекта GUESSS была несколько расширена, так как в ней предполагается, что на формирование предпринимательский намерений студентов, помимо этих трех групп факторов, оказывают влияние и другие: личные мотивы, университетская среда, семья и социально-культурный контекст [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014]. Схема теоретической модели исследования представлена на рис.1.

**Рис. 1.** Теоретическая модель исследования GUESSS

Проект GUESSS 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 предприятий планируемых к созданию, что может послужить основой для формирования новых исследовательских моделей в изучении предпринимательства;

2) исследование *университетов* с точки зрения обеспеченности инфраструктурой, которая 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.

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 GUESSS 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 сравнительный 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 GUESSS 2016 г.

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 путем онлайн-опроса.

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

В конце 2014 г. российская экономика вступила в новый этап своего развития, характеризующийся структурными изменениями и снижением основных экономических показателей. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в 2015 г. темпы экономического роста в России снизились на 3,7% по сравнению с предыдущим годом, национальная валюта обесценилась в два раза вслед за падением мировых цен на нефть, уровень инфляции увеличился до 12,9%, уровень безработицы – до 5,6%, что привело к заметному спаду инвестиций, сокращению доходов населения и изменению потребительских настроений [Федеральная служба государственной статистики, 2016]. Кризисная ситуация в экономике происходит одновременно с усилением политических санкций в отношении России, что приводит к росту неопределенности, ухудшению деловой активности в стране и негативным последствиям для деятельности российских компаний. Согласно результатам исследования экономического кризиса в России, проведенного компанией PricewaterhouseCoopers в 2015 г., 61% опрошенных компаний испытали отрицательные последствия кризиса. Среди них у 92% компаний выросли производственные затраты, 89% компаний сократили объемы продаж, и у 80% компаний уже нет возможности финансировать новые проекты. Положительные последствия экономического кризиса испытали лишь 13% опрошенных [Экономический спад в России, 2015]. Стоит отметить, что одним из элементов комплекса антикризисного плана, утвержденного Правительством РФ в 2015 г. является содействие развитию малого и среднего предпринимательства с целью обеспечения устойчивого развития страны в условиях неблагоприятной экономической конъюнктуры [Доклад об экономике России, Всемирный банк, 2015].

Согласно данным отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства —2014» (Global Entrepreneurship Monitor 2014), количество ранних предпринимателей в России составило 4,69% от взрослого трудоспособного населения страны, что уменьшилось на 18% по сравнению с докризисным 2013 г. Среди опрошенных лишь 26,5% видят во внешней среде предпринимательские возможности для создания собственного дела, в то время как 39,5% респондентов отмечают, что боязнь провала останавливает их от открытия своего бизнеса, что значительно выше прошлогоднего показателя. Кроме того, в России остается высокой доля вынужденных предпринимателей: около 39% респондентов открыли свой бизнес в силу необходимости, потому что им не удалось найти альтернативных источников заработка.

Помимо внешнеэкономической и внешнеполитической нестабильности, условия внутри страны могут также служить одним из объяснений низкой предпринимательской активности среди населения. Согласно отчету «Ведение бизнеса — 2016» (Doing Business 2016), Россия занимает 51 место (из 189 стран) по степени благоприятности условий для предпринимательской деятельности, поднявшись на 11 позиций по сравнению с 2015 г. По уровню институционального развития Россия находится на 100 месте (из 140 стран) согласно «Отчету о глобальной конкурентоспособности — 2015/2016» Всемирного Экономического Форума (Global Competitiveness Report 2015/2016). Наибольшие сложности в процессе открытия бизнеса и налаживания его функционирования связаны с получением разрешения на строительство, осуществлением международных операций, защитой прав инвесторов, коррупцией, налогообложением и доступом к финансированию. Последний фактор имеет решающее значение для молодых предпринимательских фирм, ориентированных на рост, создание инноваций, диверсификацию направлений деятельности и развитие конкурентных преимуществ. Развитие инновационных фирм является одним из приоритетных направлений, однако, оно пока еще не получило должного развития в России. В «Отчете о глобальной конкурентоспособности — 2015/2016» отмечается, что Россия занимает 68 место по показателю инновационности. Инвестиции в инфраструктуру для осуществления инноваций, взаимодействие университетов и предприятий в области исследований и разработок, правовая защита интеллектуальной собственности, 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. Так, большинство (68%) руководителей бизнеса считают, что некоторого улучшения экономической

ситуации можно ожидать уже в ближайшей перспективе [Экономический спад в России, 2015], что положительно отразится на предпринимательской деятельности. Помимо этого, можно отметить наличие предпринимательского потенциала российского населения. По данным «Глобального отчета по предпринимательству — 2015» (Global Entrepreneurship Report — 2015) компании Amway, 71% опрошенных в России положительно относится к предпринимательству, что близко к среднему показателю (75%) по всем 44 странам, участвующим в опросе. Открытие собственного бизнеса как желаемое карьерное намерение отметили 43% респондентов. Стоит также отметить, что, по мнению большинства респондентов (56%), общество, в котором они живут, дружественно настроено по отношению к предпринимательской деятельности, что отражается и в средствах массовой информации, и во мнениях окружающих людей.

Важная роль в развитии предпринимательства отводится образованию в области предпринимательства. Разработка и внедрение специальных программ обучения предпринимательству являются одним из важных факторов развития предпринимательской деятельности в России. Обучение предпринимательству в российском контексте обычно построено на проведении семинаров, круглых столов, дискуссионных клубов и курсов повышения квалификации. В настоящее время во многих российских университетах разрабатываются и внедряются курсы по предпринимательству и образовательные программы, связанные с предпринимательством. Несмотря на положительную тенденцию, данное направление требует дальнейшего развития в системе российского образования.

# 3. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ

## 3.1. Сбор данных

Как уже было отмечено, в рамках проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS) в 2016 г. сбор данных проходил в 50 странах. 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 апреля по июнь 2016 г.

В сборе данных и при привлечении университетов-участников использовались официальные контакты ВШМ СПбГУ и Центра предпринимательства ВШМ СПбГУ, а также личные контакты исследователей. В течение указанного периода 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 | Количество студентов, ответивших на вопросы анкеты | % ответивших от общей выборки по России |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Брянский государственный технический университет | Брянск | 383 | 9,2 |
| 2 | Дальневосточный федеральный университет | Владивосток | 535 | 12,9 |
| 3 | Казанский национальный исследовательский технологический университет | Казань | 346 | 8,3 |
| 4 | Национальный Исследовательский Университет «Высшая Школа Экономики», Пермский кампус | Пермь | 156 | 3,8 |
| 5 | Нижегородский филиал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» | Нижний Новгород | 169 | 4,1 |

| № | Список университетов-партнеров | Город | Количество студентов, ответивших на вопросы анкеты | % ответивших от общей выборки по России |
|---|---|---|---|---|
| **6** | Пермский национальный исследовательский политехнический университет | Пермь | 308 | 7,4 |
| **7** | Пятигорский государственный лингвистический университет | Пятигорск | 177 | 4,3 |
| **8** | Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации | Москва | 161 | 3,8 |
| **9** | Ростовский государственный экономический университет | Ростов-на-Дону | 227 | 5,5 |
| **10** | Самарский государственный экономический университет | Самара | 136 | 3,3 |
| **11** | Санкт-Петербургский государственный университет | Санкт-Петербург | 147 | 3,5 |
| **12** | Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики | Санкт-Петербург | 170 | 4,1 |
| **13** | Северо-Восточный федеральный университет | Якутск | 136 | 3,3 |
| **14** | Северо-Кавказский федеральный университет | Ставрополь | 159 | 3,8 |
| **15** | Ставропольский государственный аграрный университет | Ставрополь | 242 | 5,8 |
| **16** | Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина | Екатеринбург | 121 | 2,9 |
| **17** | Остальные вузы (+15)* | | 579 | 14,0 |
| | **Итого** | | 4152 | 100 |

*Примечание: *сумма по 15 вузам, набравшим менее 2% от общего числа ответивших, и анкетам, где вуз не был указан (178 ответов).*

## 3.2. Университеты — участники проекта в России

В выборку исследования вошли студенты из 31 высшего учебного заведения России. Из 21700 студентов, которым было разослано приглашение принять участие в исследовании, на вопросы анкеты ответили 4152 человека, что составляет 19,13% респондентов. Общая выборка исследования по всем странам составила 122509 человек. Распределение респондентов по высшим учебным заведениям России приведено в табл. 2.

## 3.3. Описание выборки

Основная часть респондентов в России — студенты бакалавриата (87,36%), 7,71% участников обучаются в магистратуре, и 4,77% — студенты других программ обучения. В международной выборке несколько выше число студентов-магистров и ниже число студентов-бакалавров, что наглядно представлено на рис. 3.

В российской выборке 75 человек (1,81%) являются студентами по обмену, из них: 65,33% — студенты бакалавриата, 29,33% — студенты магистратуры и 5,33% — студенты других программ обучения.

Средний возраст респондентов в России составляет 21 год, и это на три года ниже среднего возраста студентов из международной выборки. Следует отметить, что доля респондентов моложе 24 лет в международной выборке составляет около 67%, а в России — порядка 95%, т.е., подавляющее большинство (рис. 4).

**Рис. 3.** Уровень обучения студентов
*Примечание: * В категорию «другое» входят студенты программ MBA, аспирантуры и пр.*

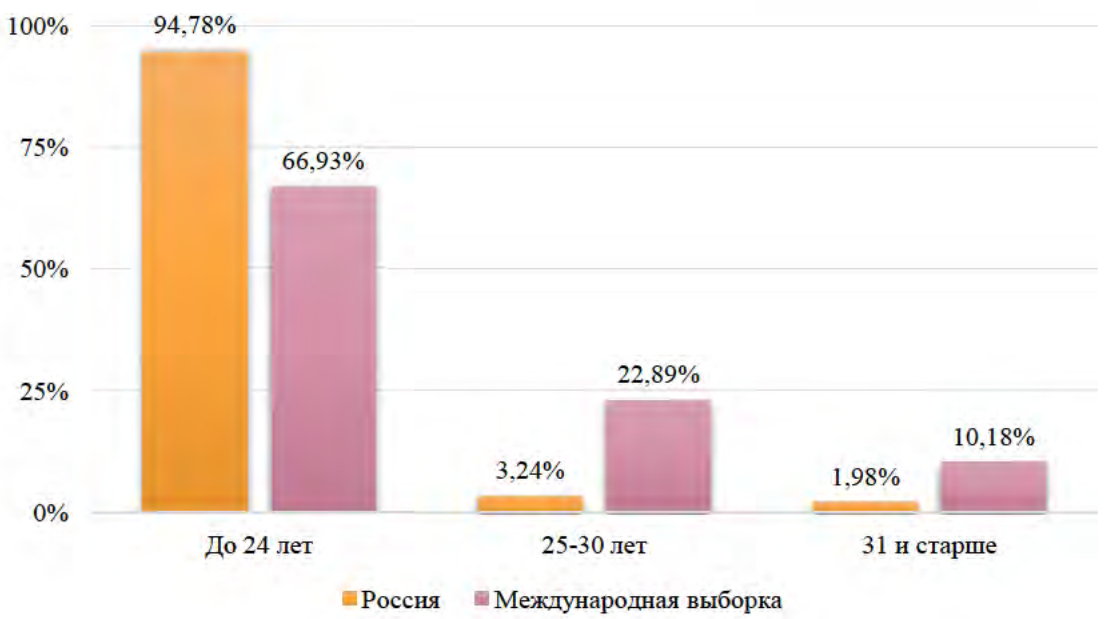


**Рис. 4.** Возраст студентов

Гендерный состав среди российских студентов представлен в следующем соотношении: 66,8% женщин и 32,6% мужчин. В международной выборке доля женщин также преобладает, достигая 57,9%. 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 российских респондентов по различным специализациям.

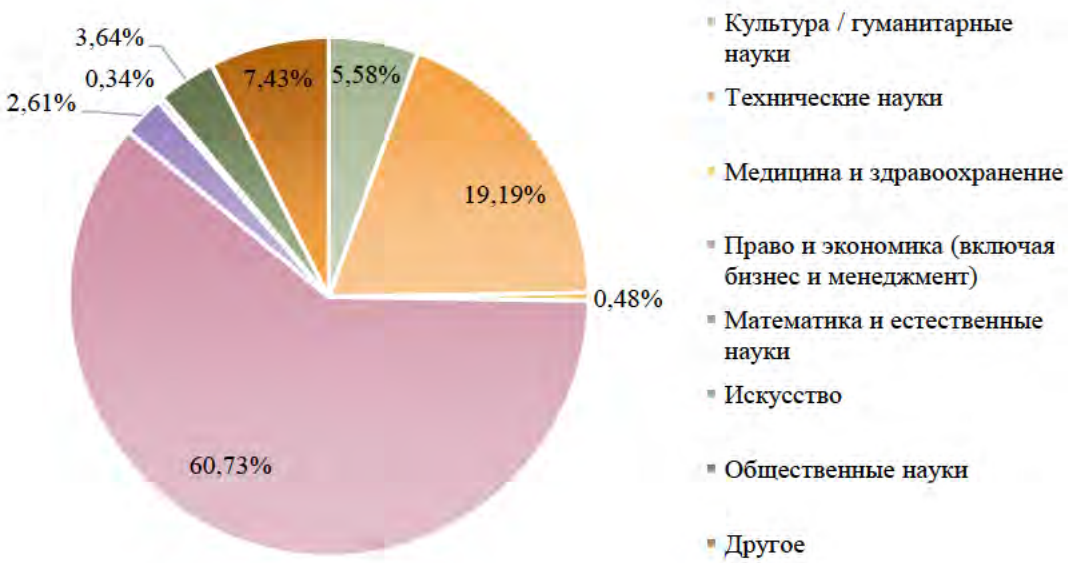


**Рис. 5.** Направления специализации российских студентов

Все направления специализации были условно разделены на 4 группы: экономика и менеджмент, естественные науки, общественные науки и другие науки (табл. 3). Среди российских студентов, принявших участие в опросе, большая часть (60,7%) изучает экономику и менеджмент, 22,3% — естественные науки, 9,2% — общественные науки, а 7,8% выбрали ответ «другие науки».

Для сравнения, в международной выборке в области экономики и менеджмента учатся 31,8% студентов, в области естественных наук — 39,2%, общественных наук — 16,7%, а категорию «другие науки» выбрали 12,3% респондентов. Стоит отметить, что как в 2013/2014 гг., так и в 2016 г. 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.

*Таблица 3*

Распределение респондентов российской и международной выборки по направлениям: 2013/2014 и 2016 гг.

| Специализация | Включенные дисциплины | 2013/2014 | | 2016 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | *Россия, %* | *Международная выборка, %* | *Россия, %* | *Международная выборка, %* |
| **Экономика и менеджмент** | Право и экономика (включая бизнес и менеджмент) | 61,5 | 34,6 | 60,7 | 31,8 |
| **Естественные науки** | Технические науки (включая информатику и архитектуру), медицина и здравоохранение, математика и естественные науки | 14,2 | 35,1 | 22,3 | 39,2 |

| Специализация | Включенные дисциплины | 2013/2014 | | 2016 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | *Россия, %* | *Международная выборка, %* | *Россия, %* | *Международная выборка, %* |
| **Общественные науки** | Культура, гуманитарные науки (лингвистика, культурология, философия и др.), общественные науки (психология, политология) | 6,5 | 13,1 | 9,2 | 16,7 |
| **Другие науки** | Искусство и другие науки | 17,8 | 17,2 | 7,8 | 12,3 |

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.

Наконец, порядка 70% российских респондентов начали свое обучение в 2014 г. или ранее. Соответственно, 30% участников исследования поступили в вуз в 2015/2016 гг. и являлись первокурсниками на момент проведения опроса.

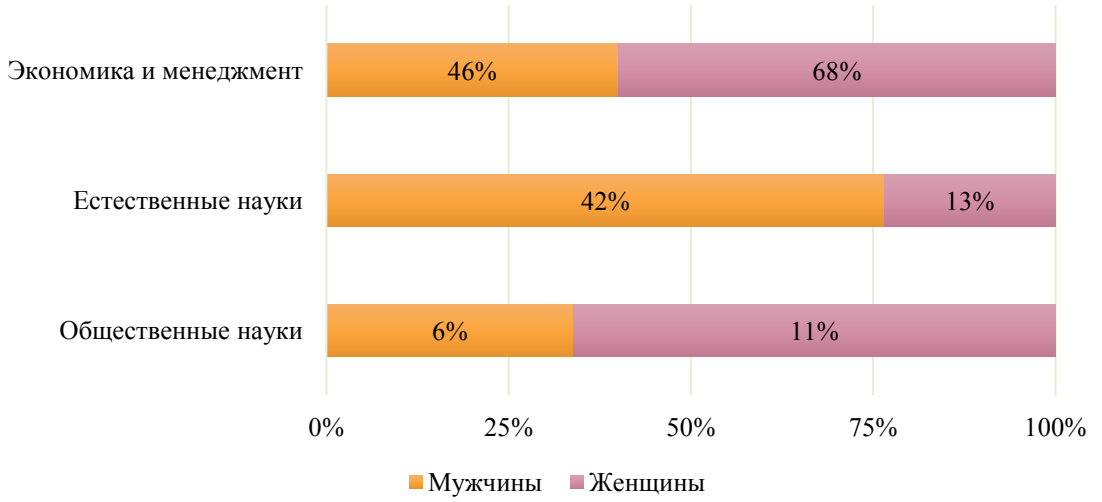


**Рис. 6.** Гендерный состав и специализация российских студентов

# 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 (74,02%), что также соответствует полученным ответам по международной выборке (80,56%).

Многие предпочли бы работать в крупных компаниях или компаниях среднего размера. Лишь около 13% российских респондентов готовы пойти работать в небольшие фирмы с численностью сотрудников до 50 человек. Создать свой бизнес с нуля после вуза хотят 10,73% студентов, что несколько превышает аналогичный показатель в мире (8,77%). Карьеру преемника существующего семейного бизнеса определили для себя 4,27% респондентов в России, а в международной выборке процент еще меньше — 2,60%. Неопределившихся с карьерными планами в России 10,97%, что чуть выше международного показателя.

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 (51,28%) хотят открыть собственную фирму, т.е. стать предпринимателями, а в международной выборке данный показатель составляет 37,77%. Более чем в два раза сокращается количество желающих работать по найму в России — до 32,08%, в то время как во всем мире этот показатель снижается лишь до 47,16%. Процент студентов, желающих стать преемниками, практически одинаковый и составляет чуть более 4%. Примерно сопоставимым оказывается и число неопределившихся: около 12% в России и 10% в международной выборке (рис. 7).

*Таблица 4*

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 учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* | *Сразу после учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* |
| **Наемный работник** | | **74,02** | **32,08** | **80,56** | **47,16** |
| **1** | …в малой компании (1-49 сотрудников) | 12,76 | 1,42 | 15,00 | 3,51 |
| **2** | …в компании среднего размера (50-249 сотрудников) | 24,60 | 4,10 | 20,13 | 7,13 |
| **3** | …в большой компании (250 и более сотрудников) | 27,74 | 20,19 | 23,69 | 17,54 |
| **4** | …в некоммерческом секторе | 2,46 | 1,74 | 3,51 | 3,01 |
| **5** | …в Академии (вузе, университетской среде) | 4,46 | 2,97 | 7,02 | 6,17 |
| **6** | …в общественном секторе | 2,00 | 1,66 | 11,20 | 9,81 |
| **Учредитель (предприниматель)** | | **10,73** | **51,28** | **8,77** | **37,77** |
| **7** | …и работать в собственной фирме | 10,73 | 51,28 | 8,77 | 37,77 |
| **Преемник** | | **4,27** | **4,51** | **2,60** | **4,84** |
| **8** | …в фирме родителей/семейной фирме | 3,09 | 2,34 | 1,88 | 2,35 |
| **9** | …в фирме, которая в данный момент не находится под контролем моей семьи | 1,18 | 2,17 | 0,72 | 2,49 |
| **Другое / Пока еще не знаю** | | **10,97** | **12,13** | **8,07** | **10,23** |

На рис. 8 представлено наглядное сравнение по четырем карьерным группам. Процент желающих работать по найму в компаниях малого и среднего бизнеса спустя 5 лет после окончания учебы сокращается почти в 10 раз, а доля потенциальных предпринимателей возрастает с 10,73% до 51,28%, 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 экономических, общественных и естественных наук примерно одинаковое: большая часть (более 67%) видит себя работниками по найму (рис. 9).

Спустя 5 лет после окончания учебы наибольшая доля желающих работать по найму приходится на студентов, обучающихся естественным и общественным специальностям (39% и 38%), и значительно меньшая — экономике и менеджменту (30%), так как именно в этой среде 55% из них видят себя предпринимателями (рис. 10).

В последние годы наблюдается рост интереса среди исследователей к гендерным вопросам предпринимательства. На рис. 11 видно, что при равном соотношении желающих стать преемниками и неопределившихся с выбором сразу после окончания вуза процент желающих стать предпринимателями выше среди мужчин (16% против 8%), в то время как среди женщин выше число тех, кто настроен на карьеру наемного работника (77% против 68%).

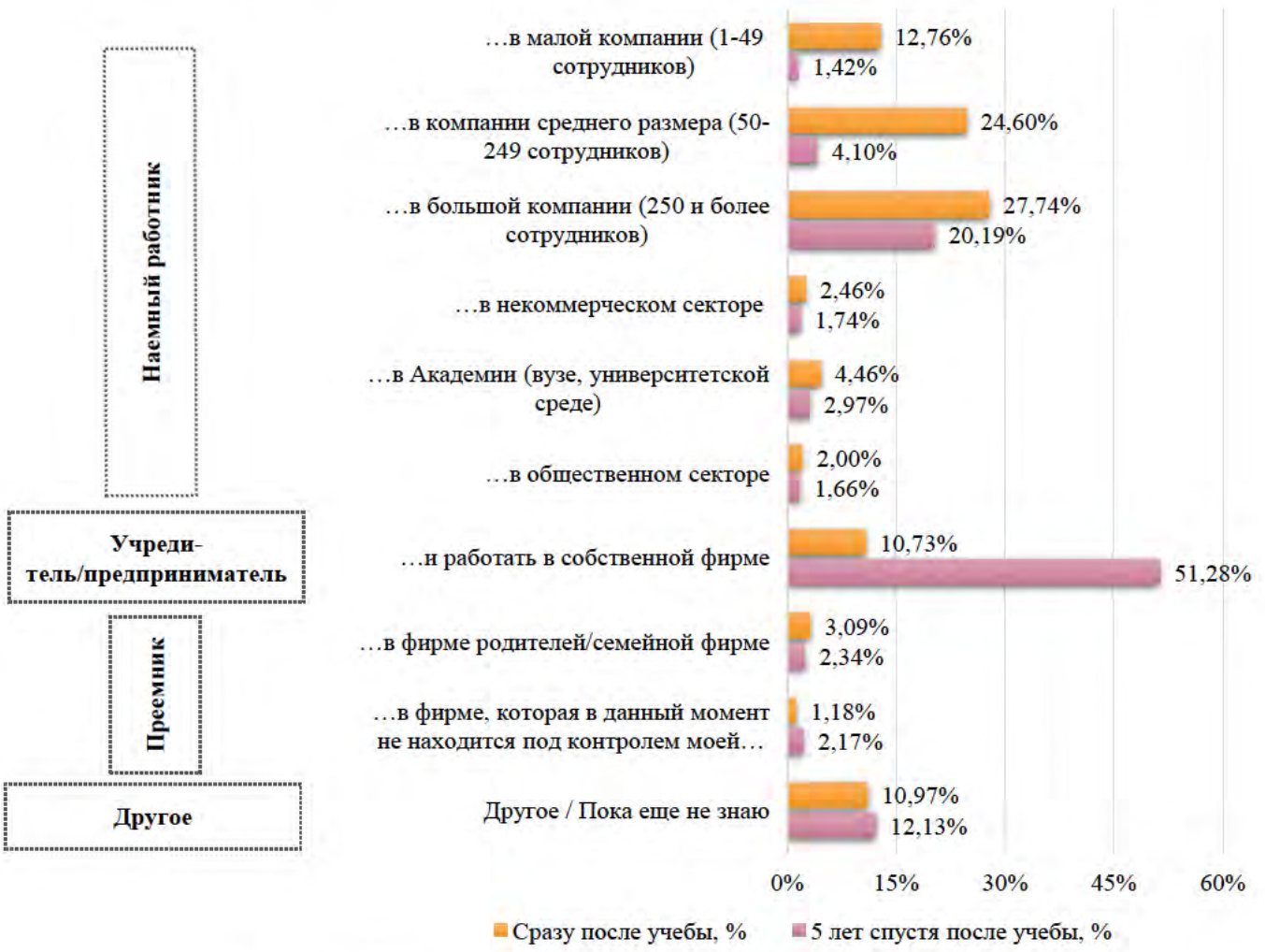


**Рис. 7.** Изменения в карьерных предпочтениях российских студентов

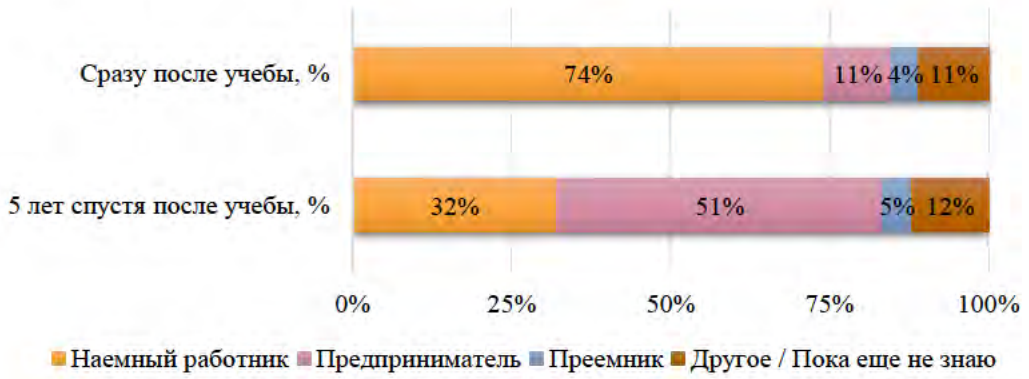


**Рис. 8.** Карьерные предпочтения российских студентов

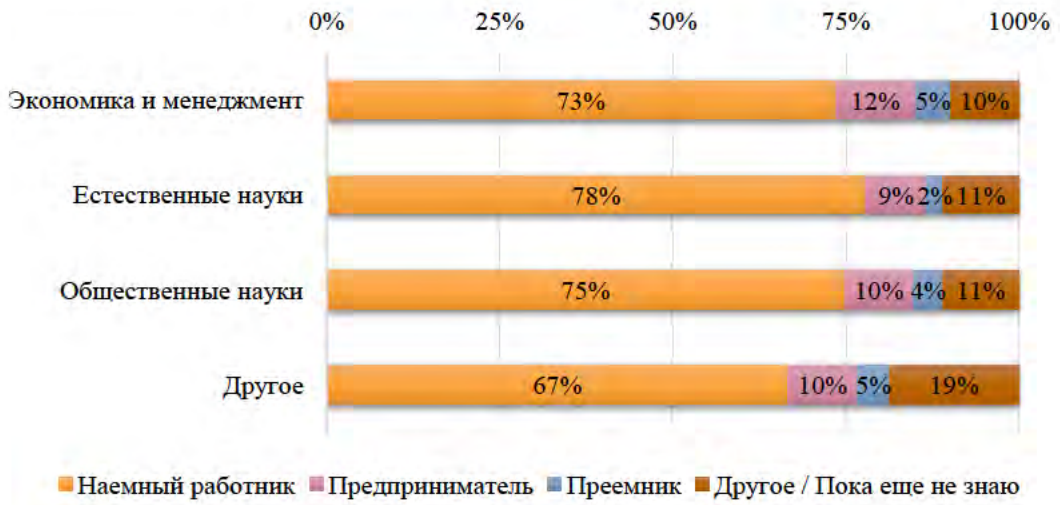


**Рис. 9.** Карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы и их специализация

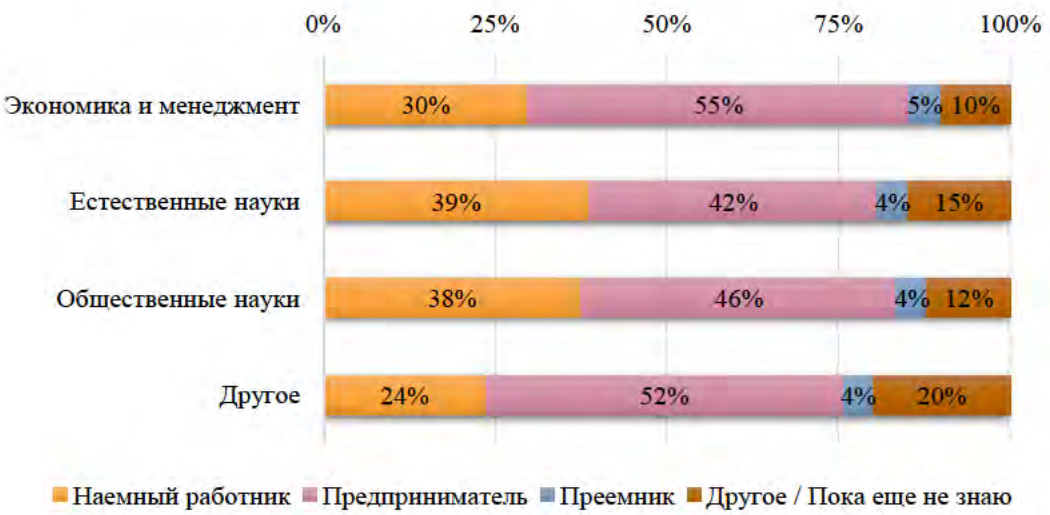


**Рис. 10.** Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация

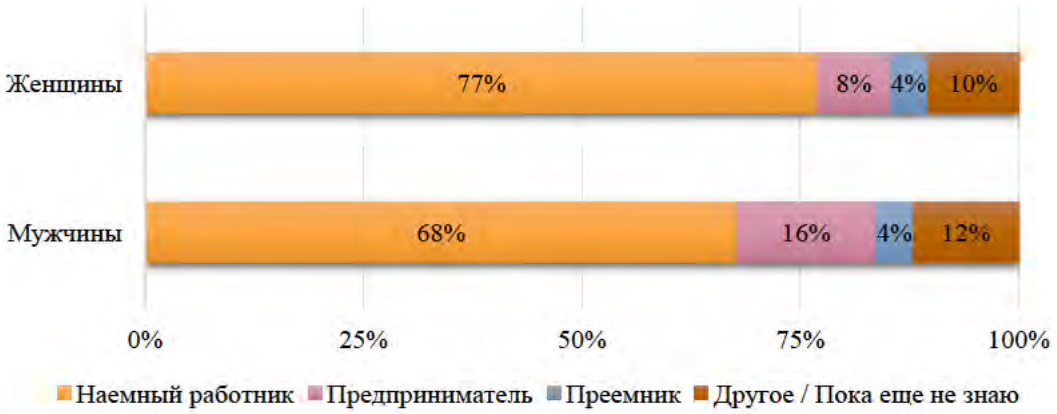


**Рис. 11.** Карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы и гендерный состав

Спустя 5 лет после окончания учебы карьерные планы студентов меняются (рис. 12). Независимо от гендерной принадлежности, лишь около 30% респондентов видят себя в качестве работников по найму, а процент потенциальных предпринимателей среди мужчин и женщин практически выравнивается.

В связи с тем, что Россия участвовала в предыдущих проектах GUESSS, важно понять, насколько изменились устремления студентов со времени проведения последнего опроса. В табл. 5 представлены сравнительные данные за 2013/2014 и 2016 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 незначительно сократилась (на 1,3%), в то время как в международной выборке увеличилась (на 7,1%).

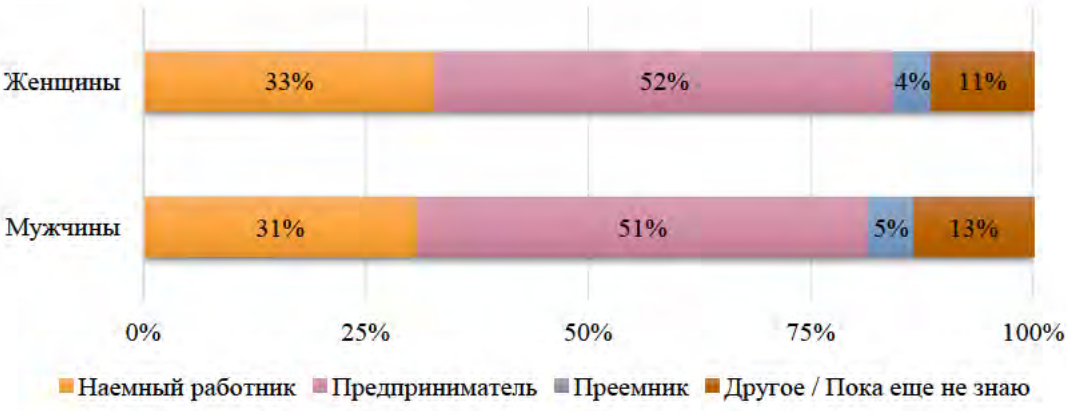


**Рис. 12.** Карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и гендерный состав

*Таблица 5*

Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки, 2013/2014 и 2016 гг.

| Карьерные планы | Россия | | | | Международная выборка | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2013/2014 | 2013/2014 | 2016 | 2016 | 2013/2014 | 2013/2014 | 2016 | 2016 |
| | *Сразу после учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* | *Сразу после учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* | *Сразу после учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* | *Сразу после учебы, %* | *Спустя 5 лет, %* |
| Наемный работник | 75,3 | 28,3 | 74 | 32,1 | 79,6 | 50,6 | 80,5 | 47,2 |
| Предприниматель | 9,4 | 52,6 | 10,7 | 51,3 | 6,6 | 30,7 | 8,8 | 37,8 |
| Преемник | 4 | 4,9 | 4,3 | 4,5 | 1,8 | 4,3 | 2,6 | 4,8 |
| Другое / Пока еще не знаю | 11,3 | 14,2 | 11 | 12,1 | 12 | 14,4 | 8,1 | 10,2 |

## 4.2. Факторы формирования предпринимательских намерений

### 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 предпринимательских 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 были подсчитаны индексы предпринимательских намерений как среднее арифметическое всех ответов. Как показано на рис. 13, наибольший индекс характерен для стран с развивающейся (Эквадор, Сальвадор, Панама, Перу, Мексика), а наименьший — для стран с развитой экономикой (Япония, Швеция, Норвегия, Германия, Австрия). Россия находится на 22 месте (из 50 стран) по индексу предпринимательских намерений студентов. Данный индекс в России составляет 4,45, что выше среднего показателя по всей выборке (4,33), однако несколько ниже индекса в 2013 г. (4,59). Наибольший индекс предпринимательских намерений характерен для студентов, изучающих экономику и менеджмент — он составляет 4,61, а наименьший (4,18) — для общественных наук (рис. 14).

Рассматривая гендерные различия, можно отметить общую тенденцию: индекс предпринимательских намерений в среднем ниже среди студентов женского пола (рис. 15).

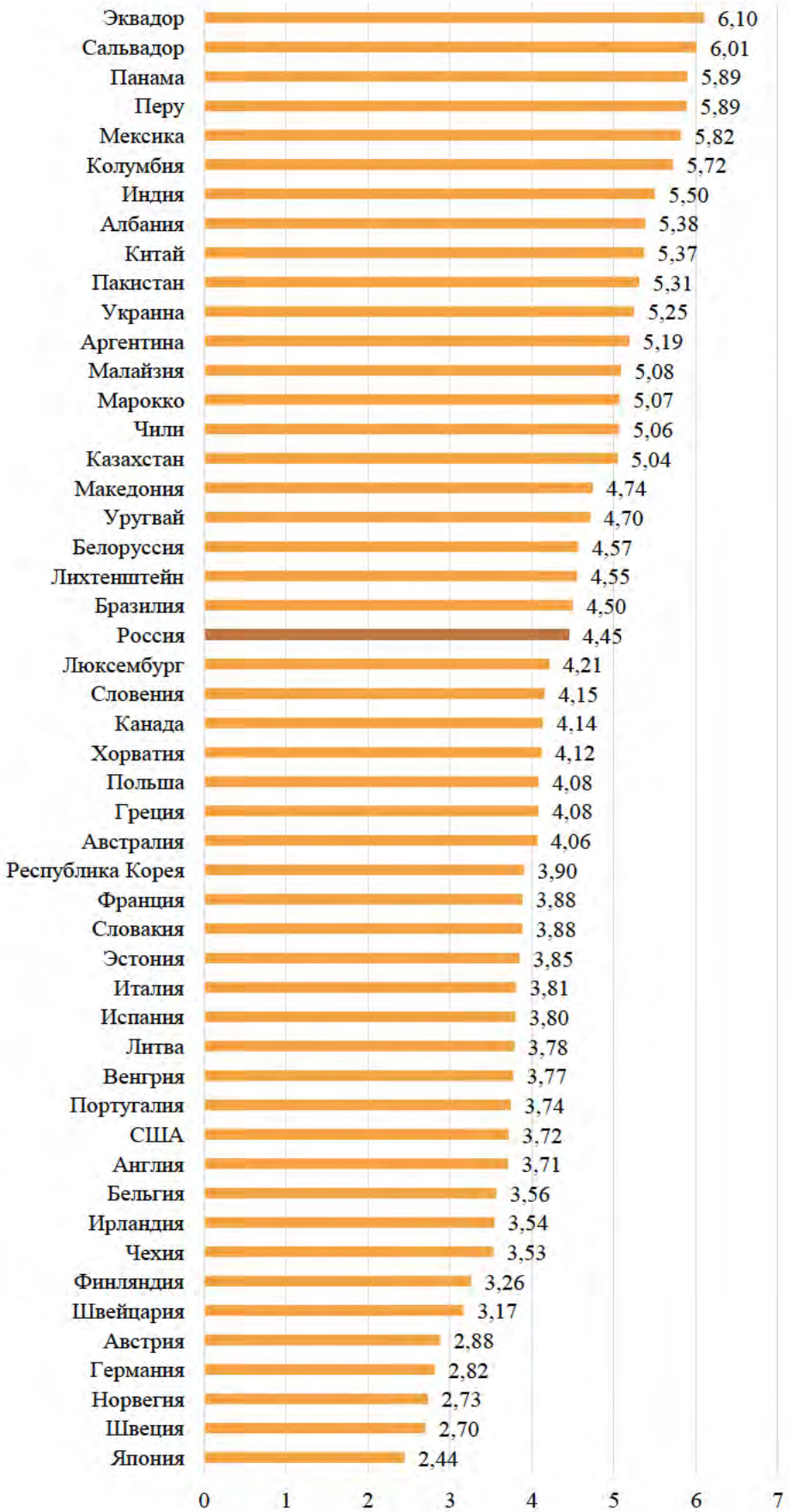


**Рис. 13.** Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран

**Рис. 14.** Предпринимательские намерения и специализация российских студентов

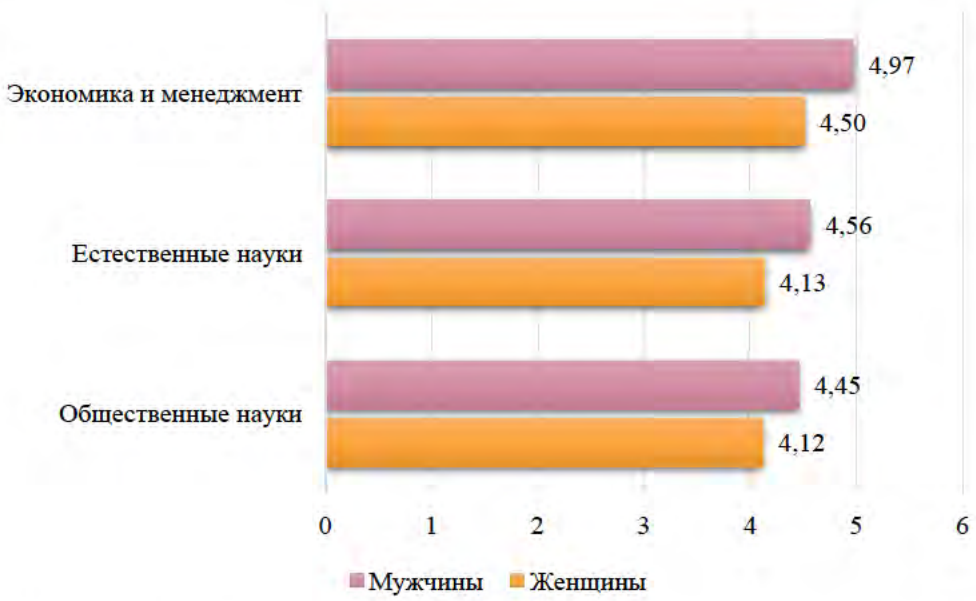


**Рис. 15.** Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов

### 4.2.2. 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 10,73% студентов 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 молодежи 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 необхо-

димость развития предпринимательских навыков. В связи с этим, в рамках проекта GUESSS уделяется внимание изучению роли вуза, так как среда обучения может отчасти обусловливать предпринимательские намерения и способствовать формированию предпринимательских способностей.

Обучение предпринимательству — один из важнейших элементов построения предпринимательской экосистемы, однако в существующих образовательных программах это часто упускается. Как видно на рис. 16, у 55% студентов не было курсов по предпринимательству вовсе, хотя у остальных был как минимум один курс по выбору. На специальной программе по предпринимательству обучается около 7% студентов. Стоит также отметить, что данные, полученные по России, согласуются с данными по международной выборке. Результаты опроса свидетельствуют о достаточно невысокой интенсивности изучения дисциплин, связанных с предпринимательством. Студентов также спрашивали о том, насколько важной для них 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, наличие у вуза сильной предпринимательской ориентации оказалось важным для 11% опрошенных в России и 12% в международной выборке.

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 — полностью 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. 17). Общий показатель в международной выборке составил 4,21, что несколько ниже индекса оценки предпринимательской среды вуза в России, который составил 4,48.

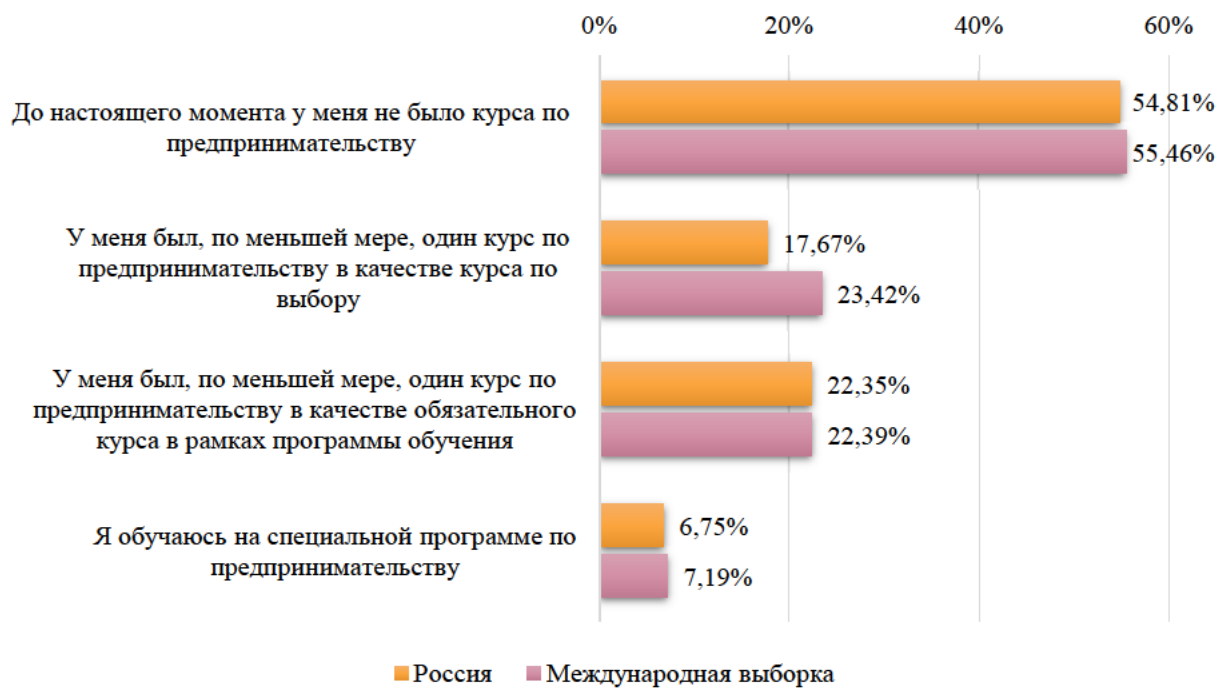


**Рис. 16.** Наличие курсов по предпринимательству в вузе

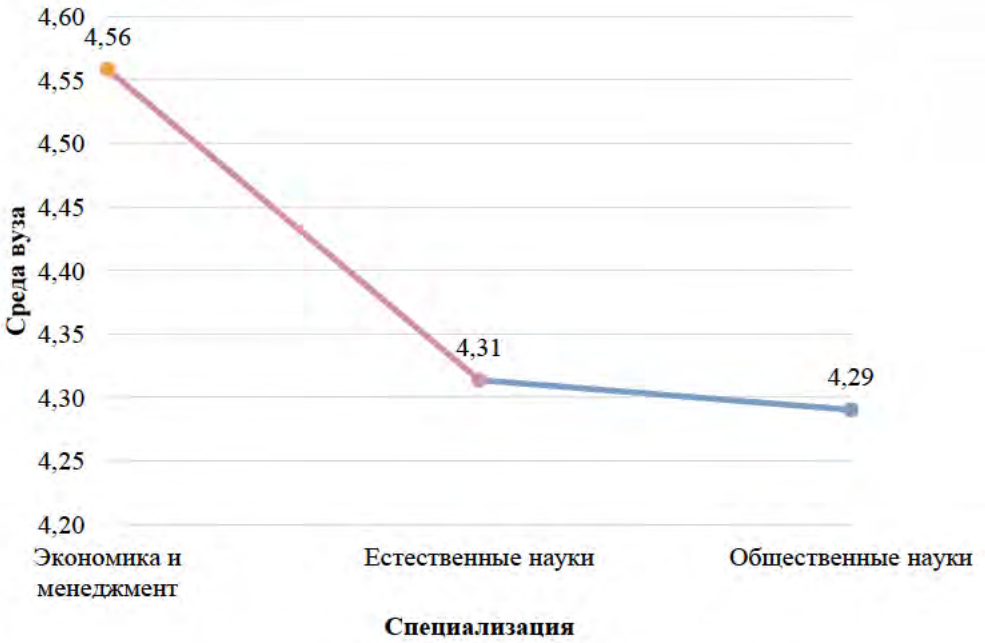


**Рис. 17.** Предпринимательская среда вуза и специализация российских студентов

На рис. 18 представлено сравнение показателей предпринимательской среды вуза между российскими студентами по четырем группам карьерных предпочтений. Индекс предпринимательской среды вуза оценивается почти одинаково потенциальными предпринимателями, которые собираются открыть свое дело сразу после окончания учебы, и теми, кто планирует работать по найму. Однако среди студентов, которые хотят стать предпринимателями через 5 лет, средний показатель оценки среды оказался значительно выше, что выявляет довольно противоречивые тенденции.

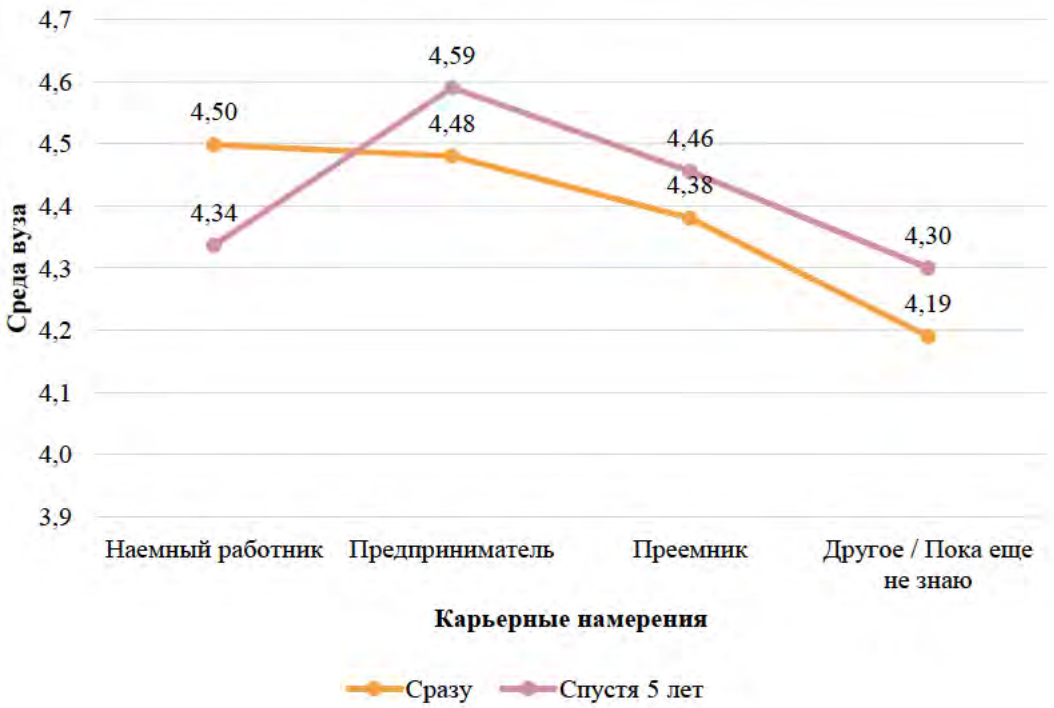


**Рис. 18.** Предпринимательская среда вуза и карьерные предпочтения российских студентов

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 агрегированный 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» [Souitaris et al., 2007]. Показатель мог принимать значения от 1 до 7. В среднем по международной выборке он составил 4,23, а по России — 4,47. Наибольшим показатель оказался среди студентов, обучающихся по направлению «экономика и менеджмент», тогда как наименьшим – среди тех, кто изучает естественные науки (рис. 19).

При сравнении показателей и карьерных планов можно отметить, что выше всего роль обучения оценивают те студенты, которые планируют стать предпринимателями сразу или через пять лет 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. 20). Однако в целом данный показатель по всем категориям находится в диапазоне от 4,13 до 4,62, 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, также отмечают, что занятия улучшили их способность выявлять возможности для бизнеса и усовершенствовали практические управленческие навыки, необходимые для создания своего бизнеса.

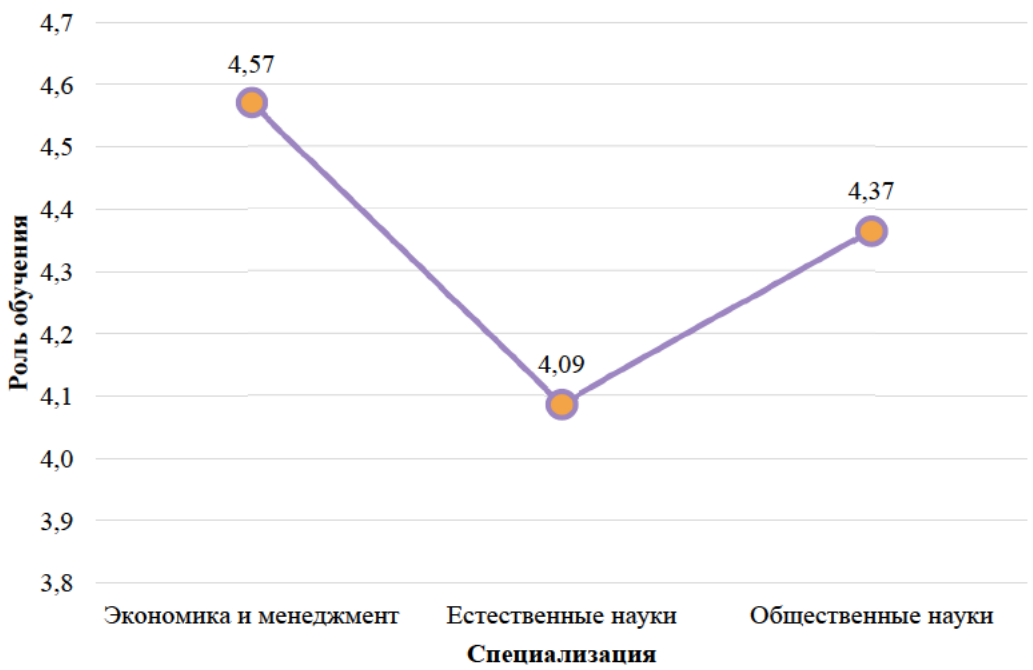


**Рис. 19.** Роль обучения в вузе и специализация российских студентов

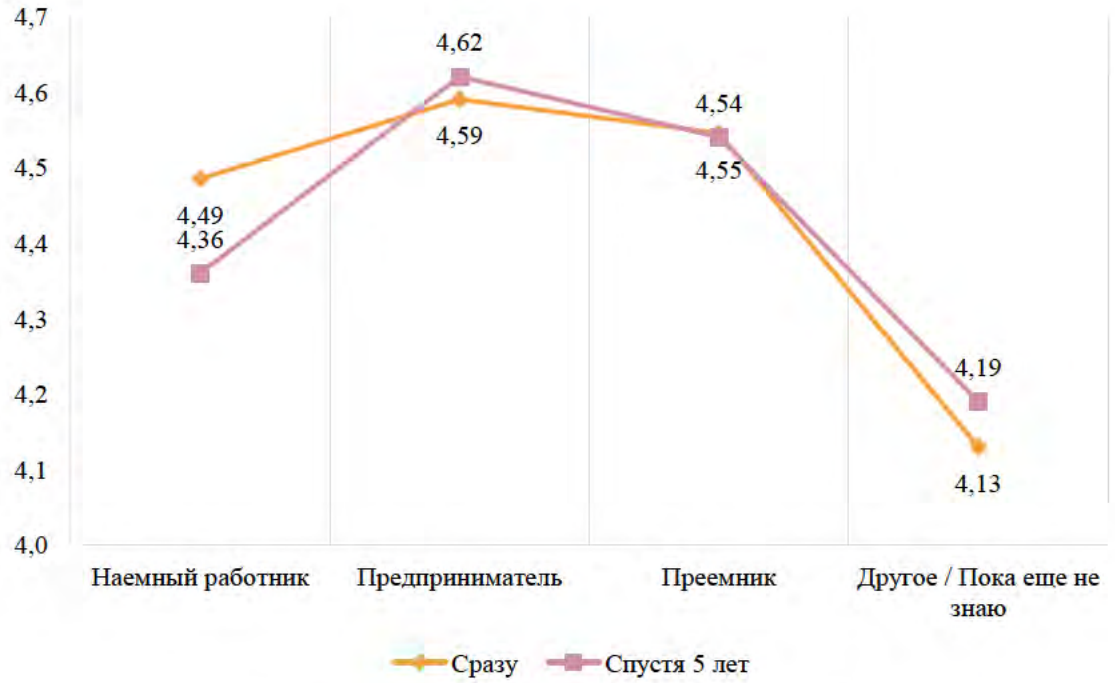


**Рис. 20.** Роль обучения в вузе и карьерные предпочтения российских студентов

### 4.2.3. 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. 21). У большинства из них (74,2%) — деятельность родителей не связана с предпринимательством, что повторяет тенденции международной выборки (63,3%). В России у 5,5% студентов оба родителя являются предпринимателями, что вдвое ниже общего показателя по всем участникам, который составил 12,5%.

На рис. 22 представлено сравнение карьерных предпочтений студентов спустя пять лет после окончания вуза по двум частям выборки: тех, у кого родители — предприниматели, и тех, у кого они не являются предпринимателями. Как и следовало ожидать, процент студентов, которые собираются стать предпринимателями, выше, если их родители также предприниматели (57%), в отличие от не предпринимателей (49%). Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в случае карьеры преемника. В международной выборке картина несколько иная: среди предпринимательских семей 44% студентов видят себя основателями собственного бизнеса, а в непредпринимательских семьях процент желающих снижается до 34%.

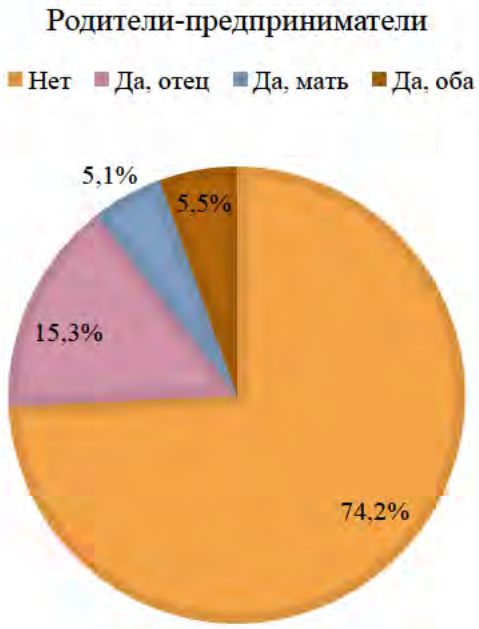


**Рис. 21.** Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов

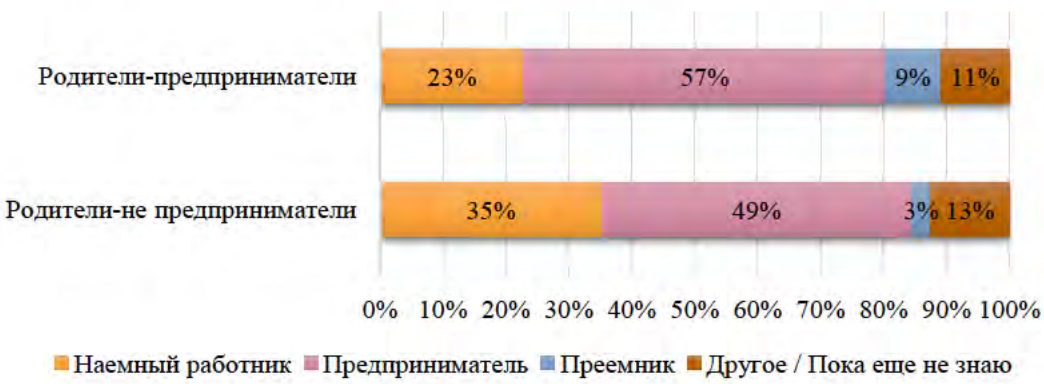


**Рис. 22.** Родители-предприниматели и карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы

### 4.2.4. 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 предпринимательских намерений студентов. В рамках GUESSS внимание уделяется двум аспектам: роли непосредственного социального окружения и национальной культуры. 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 про-

сили 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 5,77, (по сравнению с 5,60 по международной выборке) (табл. 6).

*Таблица 6*

Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения

| **Отношение окружения к предпринимательской карьере** | **Россия** | **Международная выборка** |
|---|---|---|
| Семья | 5,89 | 5,64 |
| Друзья | 5,9 | 5,7 |
| Сокурсники | 5,53 | 5,46 |
| *Индекс** | 5,77 | 5,60 |

*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.*

Второй аспект изучения социально-культурного аспекта — национальная культура окружающего общества. Национальная культура может играть заметную роль в формировании предпринимательских намерений студентов, поскольку разделяемые в обществе нормы и ценности могут косвенно воздействовать на восприятие студентами тех или иных карьерных перспектив. В GUESSS национальная культура изучалась по четырем основным характеристикам: внутригрупповой коллективизм, избегание неопределенности, дистанция власти и ориентация на результат [House et al., 2004]. Внутригрупповой коллективизм отражает степень, в которой индивиды выражают чувство гордости к своему близкому окружению и связанность с ним. Избегание неопределенности описывает степень стремления индивидов к избеганию незнакомых ситуаций путем установления социальных норм и правил поведения. Дистанция власти характеризует степень толерантности индивидов к неравномерному распределению власти в обществе. Ориентация на результат отражает степень, в которой общество поощряет и вознаграждает инновации, высокие стандарты, превосходство и нацеленность на результат.

Для измерения внутригруппового коллективизма студентов просили оценить степень их согласия по 7-балльной шкале (1 – полностью не согласен, 7 – полностью согласен) со следующими утверждениями: «В нашем обществе дети гордятся достижениями своих родителей», «В нашем обществе родители гордятся достижениями своих детей», «В нашем обществе пожилые родители обычно живут вместе со своими детьми», «В нашем обществе дети обычно живут со своими родителями до самой свадьбы». Для измерения избегания неопределенности был предложен ряд высказываний, характеризующих отношение общества к непредвиденным событиям: «В нашем обществе ценится дисциплина и последовательность, даже в ущерб экспериментированию и инновациям», «В нашем обществе большинство людей ведут размеренный образ жизни, где неожиданные события – крайне редкое явление», «В нашем обществе общественные требования и инструкции разъяснены в деталях, поэтому люди знают, что от них ожидается». Дистанция власти анализировалась на основе степени согласия с рядом утверждений о власти и лидерстве: «В нашем обществе влияние отдельного человека основывается по большей части на власти, которая дается ему в силу занимаемого им положения», «В нашем обществе ожидается, что последователи будут подчиняться лидеру без лишних вопросов», «В нашем обществе власть концентрируется “наверху”». Для измерения ориентации на результат студентам было предложено оценить следующие высказывая: «В нашем обществе людей постоянно мотивируют на борьбу за постоянное достижение более высоких результатов», «В нашем обществе награды в основном выдаются с учетом только фактической результативности», «В нашем обществе инновационность как средство повышения результатов деятельности обычно очень ценится». Затем на основе сред-

него арифметического по ответам для каждой характеристики национальной культуры были посчитаны агрегированные показатели, характеризующие культурный контекст окружающего общества. На рис. 23 представлены показатели по России в сравнении с международной выборкой.

Представленные результаты демонстрируют, что национальная культура оценивается российскими студентами в большей степени как коллективистская (5,13) и с высокой дистанцией власти (5,02), что в среднем незначительно выше, чем в международной выборке. Российское общество также достаточно высоко ориентировано на результат (4,51) и поощряет инновационность и повышение результативности деятельности. Наименьшее значение принимает показатель избегания неопределенности (4,25). Стоит отметить, что данный показатель ниже, чем в международной выборке, что может быть связано с возросшей неопределенностью кризисной ситуации в экономике, а также недостаточным развитием институциональной среды и правовых норм для регулирования общественных отношений.

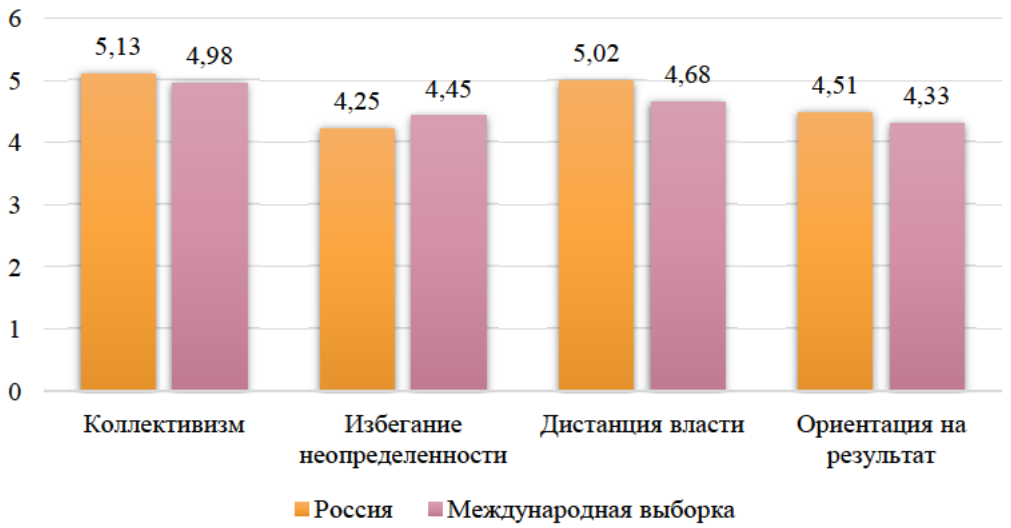


**Рис. 23.** Субъективная оценка студентами культурного контекста окружающего общества

### 4.2.5. 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].

Работа в качестве предпринимателя предполагает постоянное движение вперед, совершенствование, развитие, умение строить планы, ставить амбициозные цели, организовывать работу, 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. 24, 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.

**Рис. 24.** Отношение к предпринимательству

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

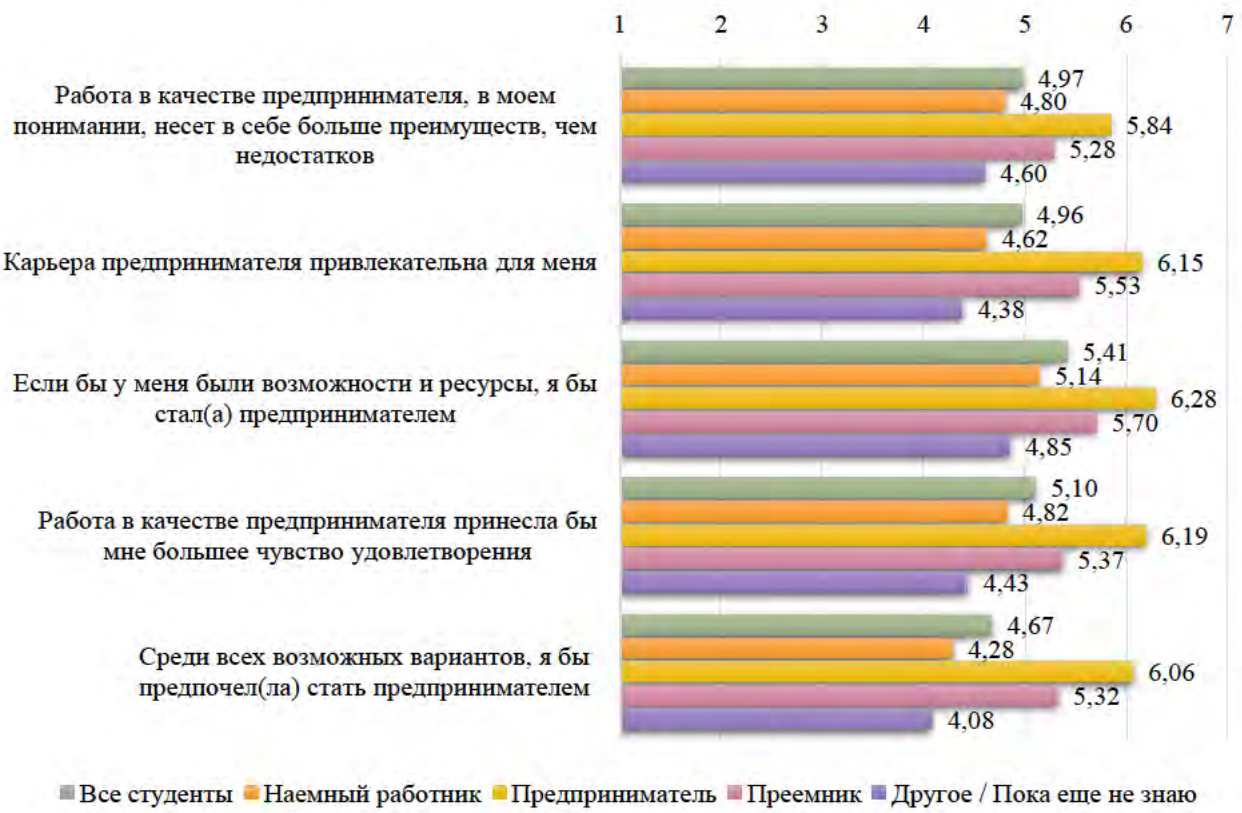


**Рис. 25.** Отношение к предпринимательству и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы

*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 более 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 удовлетворения, что свидетельствует не только о положительном отношении к предпринимательству, но и о наличии у студентов скрытого предпринимательского потенциала.

### 4.2.6. Локус контроля

Не только отношение к предпринимательству, но и восприятие того, насколько человек оценивает свою способность контролировать ситуацию, оказывает влияние на карьерные предпочтения. Внутренний локус контроля описывает склонность индивидов считать, что они сами контролируют события, происходящие в их жизни, а не приписывать их внешним обстоятельствам. В анкете студентов спрашивали, насколько они согласны с утверждениями (по шкале от 1 — полностью не согласен, до 7 — полностью согласен): «Обычно я способен(на) защитить свои личные интересы», «Когда я строю планы, я практически уверен(а), что смогу их реализовать», «Я могу довольно точно определить, что случится в моей жизни» [Levenson, 1973]. На рис. 26 представлено распределение средних значений ответов на каждое утверждение среди российских студентов по сравнению с международной выборкой.

По представленным ответам был также подсчитан индекс локуса контроля как среднее арифметическое по всем трем утверждениям. Динамика индексов по карьерным группам приведена на рис. 27. Как следует из полученных результатов, локус контроля выше среди будущих предпринимателей и преемников и ниже — среди наемных работников. В наименьшей степени локус контроля характерен для тех, кто еще не определился с выбором карьеры. Стоит также отметить, что уверенность в своей способности контролировать ситуацию оказалась ниже среди российских студентов, чем в среднем по международной выборке, что может быть вызвано влиянием внешних факторов, слабо поддающихся прогнозированию и контролю.

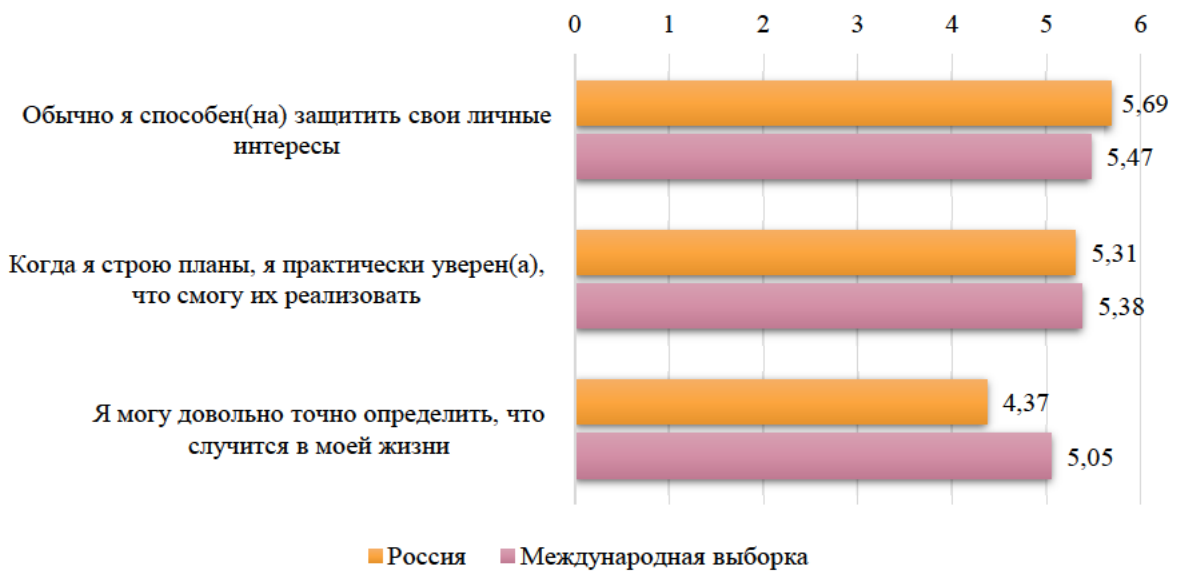


**Рис. 26.** Внутренний локус контроля

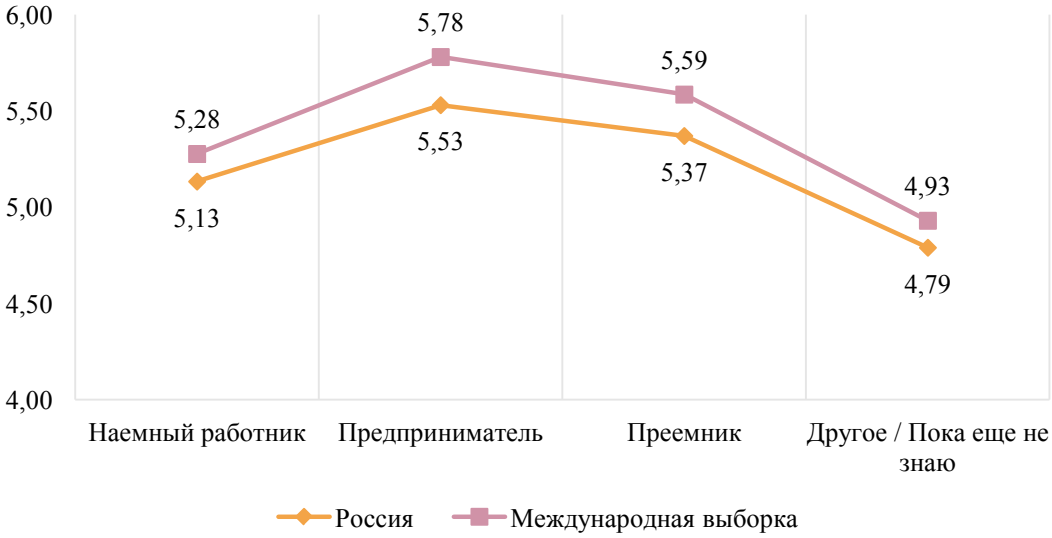


**Рис. 27.** Внутренний локус контроля и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы

### 4.2.7. Предпринимательская самоэффективность

Формирование предпринимательских намерений во многом обусловлено наличием определенных компетенций, необходимых для создания и ведения бизнеса. Понятие предпринимательской самоэффективности описывает представления людей о своих способностях выполнять предпринимательские задачи и достигать желаемых результатов. При планировании карьеры, студенты оценивают и соотносят свои способности с требованиями различных профессий. Таким образом, высокий уровень самоэффективности по отношению к задачам, важным для предпринимательства, может повысить шансы выбора студентом предпринимательской карьеры.

Для оценки уровня предпринимательской самоэффективности студентов просили указать свой уровень компетенций при выполнении следующих предпринимательских задач: «Выявлять новые возможности для бизнеса», «Создавать новые продукты и услуги», «Управлять инновациями внутри фирмы», «Быть лидером, “мастером общения”», «Выстраивать профессиональную сеть», «Коммерциализировать новую идею или разработку», «Успешно управлять бизнесом». Студенты давали оценку своим компетенциям по 7-балльной шкале (1– компетенции слабо развиты, 7 – компетенции развиты отлично). На рис. 28 представлено распределение средней оценки уровня развития компетенций у российских студентов в соответствии с их карьерными предпочтений. Согласно ожиданиям, будущие предприниматели и преемники имеют более высокий уровень развития всех компетенций при выполнении задач, важных для предпринимательской деятельности, по сравнению с наемными работниками.

На основе ответов по каждой задаче, был рассчитан агрегированный показатель, характеризующий предпринимательскую самоэффективность. Анализ данных показал, что в России общий уровень предпринимательской самоэффективности студентов (4,58) более низкий, чем в международной выборке (4,62). Полученные результаты подчеркивают необходимость развития у студентов компетенций и навыков предпринимательской деятельности, что во многом может быть реализовано путем обучения предпринимательству в университете.

**Рис. 28.** Компетенции и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы

## 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. 29) и составляет 27%. Однако процент активных предпринимателей достаточно низок, как в России, так и в международной выборке: только 8% студентов в России основали свой бизнес в период учебы в вузе (8,87% — 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 25683 человек, что эквивалентно 21,70% всей выборки, а в российской — 1124 человек, или 27,07%.

Средний возраст потенциальных предпринимателей по всем странам составляет 25 лет, а в России — 21 год. Наиболее существенная разница заметна в проценте студентов в возрасте до 24 лет: если в России в эту категорию попадают 93% респондентов, то в международной выборке

данный показатель достигает 60%. При этом у большинства студентов (около 66%) 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. 30).

Чтобы изучить более детально данную категорию студентов, обратимся к гендерным различиям (рис. 31). Среди обучающихся экономике и менеджменту и общественным наукам, большую часть составляют женщины (57% и 65%), а в естественных науках больший интерес к предпринимательству проявляют мужчины (73%).

В России более 50% студентов полагают, что смогут открыть свою фирму через 1,5 – 2 года, и около 27% — в ближайшие 1 – 1,5 года, но в среднем по всей выборке открытие собственного бизнеса планировалось не ранее чем через 1 год.

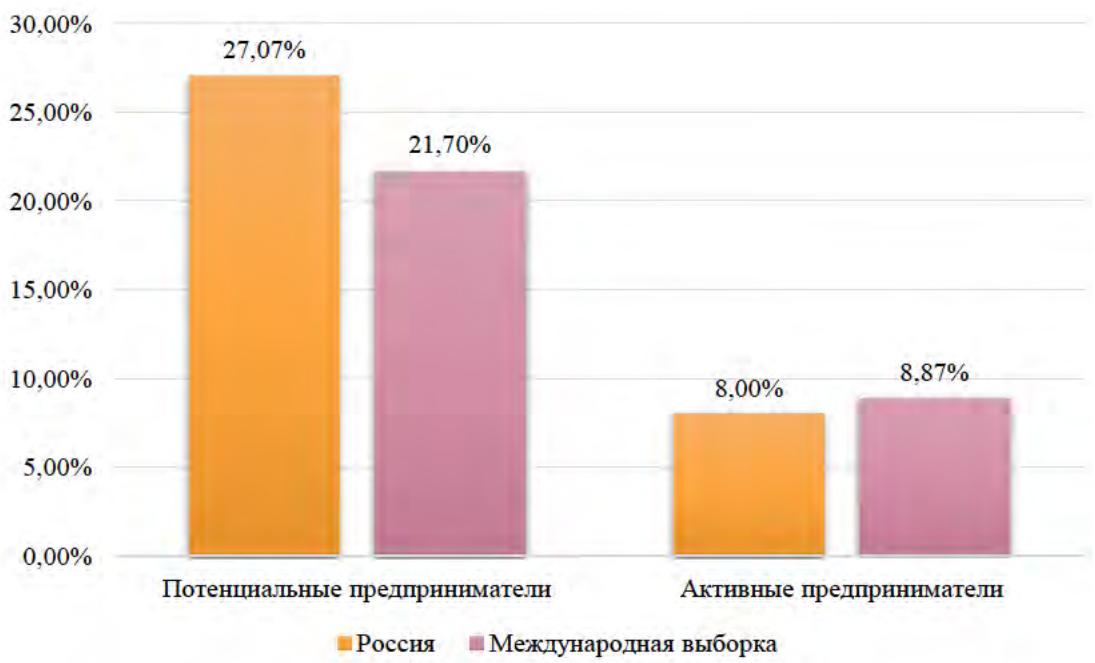


**Рис. 29.** Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе

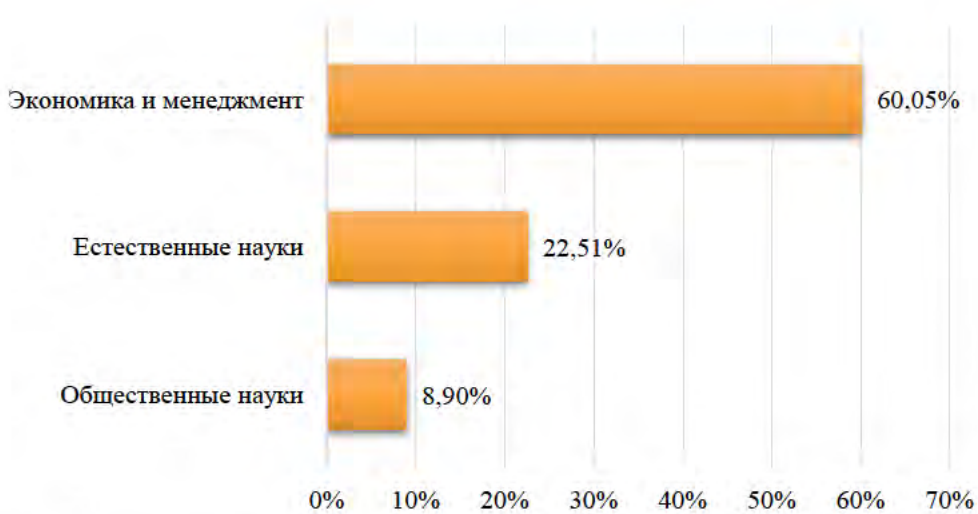


**Рис. 30.** Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация

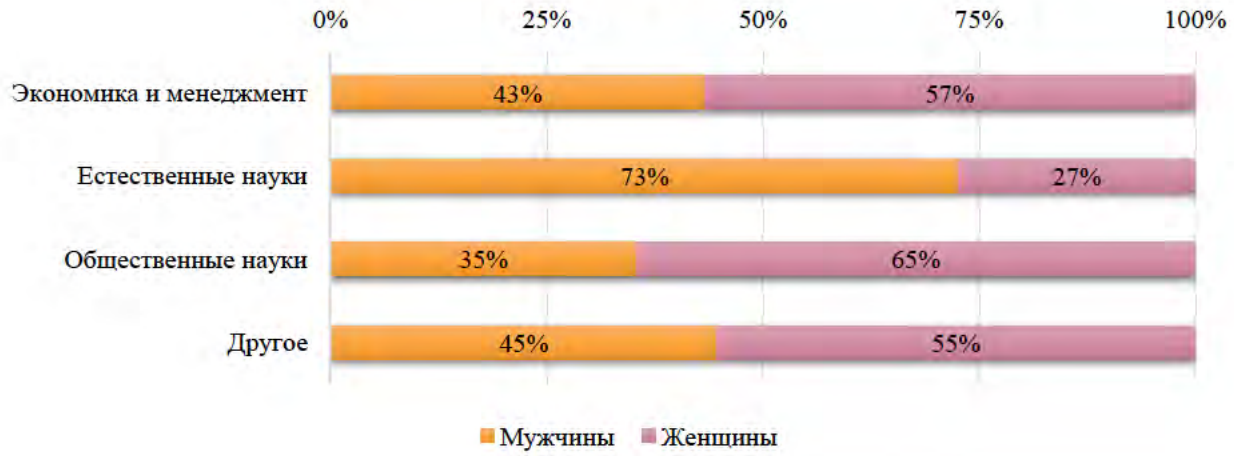


**Рис. 31.** Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация

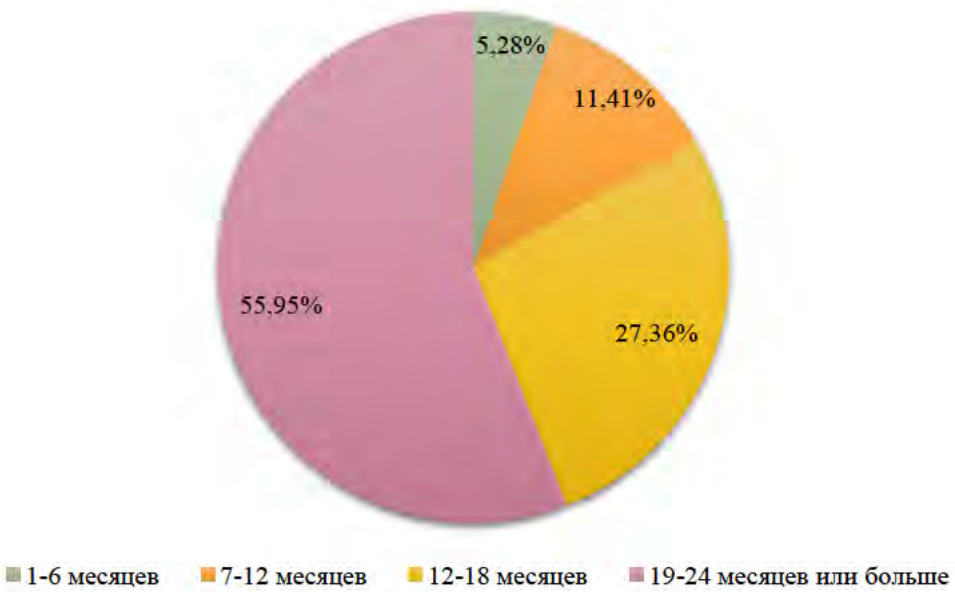


**Рис. 32.** Срок открытия будущей фирмы российскими студентами — потенциальными предпринимателями

У подавляющего большинства российских студентов — потенциальных предпринимателей отсутствует предыдущий опыт создания бизнеса (рис. 33). На рис. 34 представлена классификация будущих фирм в России по секторам. Около 22% потенциальных предпринимателей нацелены на открытие бизнеса в сфере оптовой или розничной торговли (что превышает данный показатель по международной выборке — 13,7%). На втором месте по популярности стоят реклама/маркетинг/дизайн, на третьем — производство.

Среди тех, кто получает образование в сфере экономики и юриспруденции, помимо торговли, многие нацелены на деятельность в сфере рекламы/маркетинга/дизайна и производства. Студенты, обучающиеся по направлению «математика и естественные науки» или «инженерное дело», в основном нацелены на открытие бизнеса в сфере информационных технологий и коммуникаций. Студенты, изучающие культуру и гуманитарные науки, стремятся создать свою компанию в области рекламы/маркетинга/дизайна.

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 32% потенциальных предпринимателей полагают открывать свою фирму вместе с 1 партнером, к полностью самостоятельной деятельности готовы 19% респондентов, что совпадает с соответствующим показателем в международной выборке (табл. 7).

*Таблица 7*

Партнеры для будущего бизнеса

| Количество партнеров | Россия, % | Международная выборка, % |
|---|---|---|
| *Нет* | 19% | 19% |
| *Один партнер* | 32% | 28% |
| *Два партнера* | 30% | 28% |
| *Три партнера* | 13% | 16% |
| *Четыре партнера и больше* | 6% | 10% |

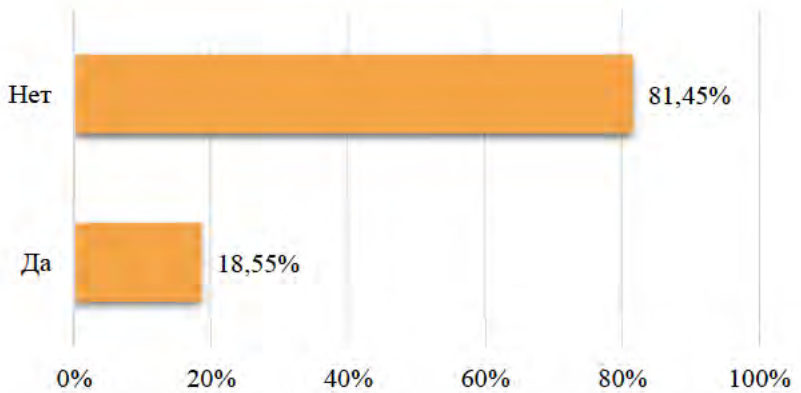


**Рис. 33.** Наличие опыта создания бизнеса у российских студентов — потенциальных предпринимателей

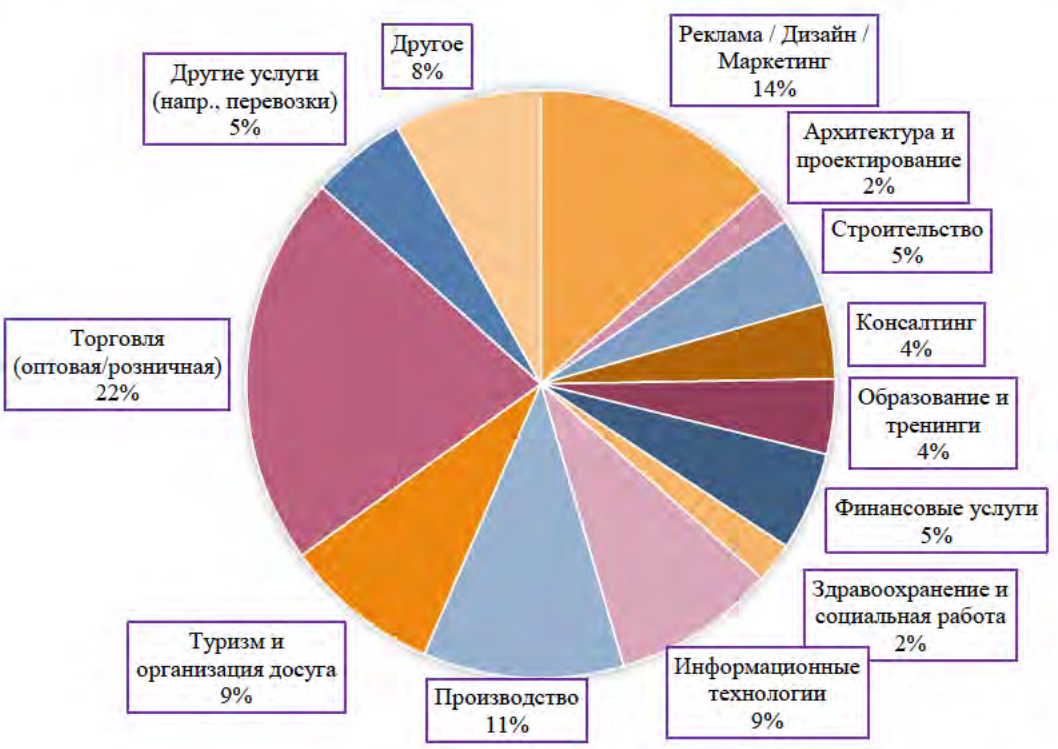


**Рис. 34.** Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей

Думая о том, чтобы организовать свой бизнес, российские студенты стремятся воплотить в жизнь ключевые для них ценности, а вторым мотивом выступает стремление достичь финансовых успехов. Оказалось, что в наименьшей степени студенты заинтересованы в том, чтобы решить существующую социальную проблему при помощи создания собственного бизнеса (рис. 35). При этом большинство студентов отмечают, что основным источником их бизнес-идеи стали хобби или отдых; на втором месте по популярности находится обучение в вузе, на третьем — работа за пределами вуза (рис. 36).

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. 37). 29% студентов обсудили бизнес-идею с потенциальными клиентами. 43% собрали информацию о рынке и конкурентах, а около четверти — написали бизнес-план или 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. 37. В результате, на основании сделанных вычислений, были получены следующие результаты: наивысший индекс предпринимательской активности характерен для Лихтенштейна, Франции, и Индии, а наименьший — для Японии, Украины и Литвы. Для России индекс составляет 1,6 (табл. 8).

**Рис. 35.** Мотивация российских студентов — потенциальных предпринимателей *(шкала Лайкерта, 1 — абсолютно не согласен; 7 — полностью согласен)*

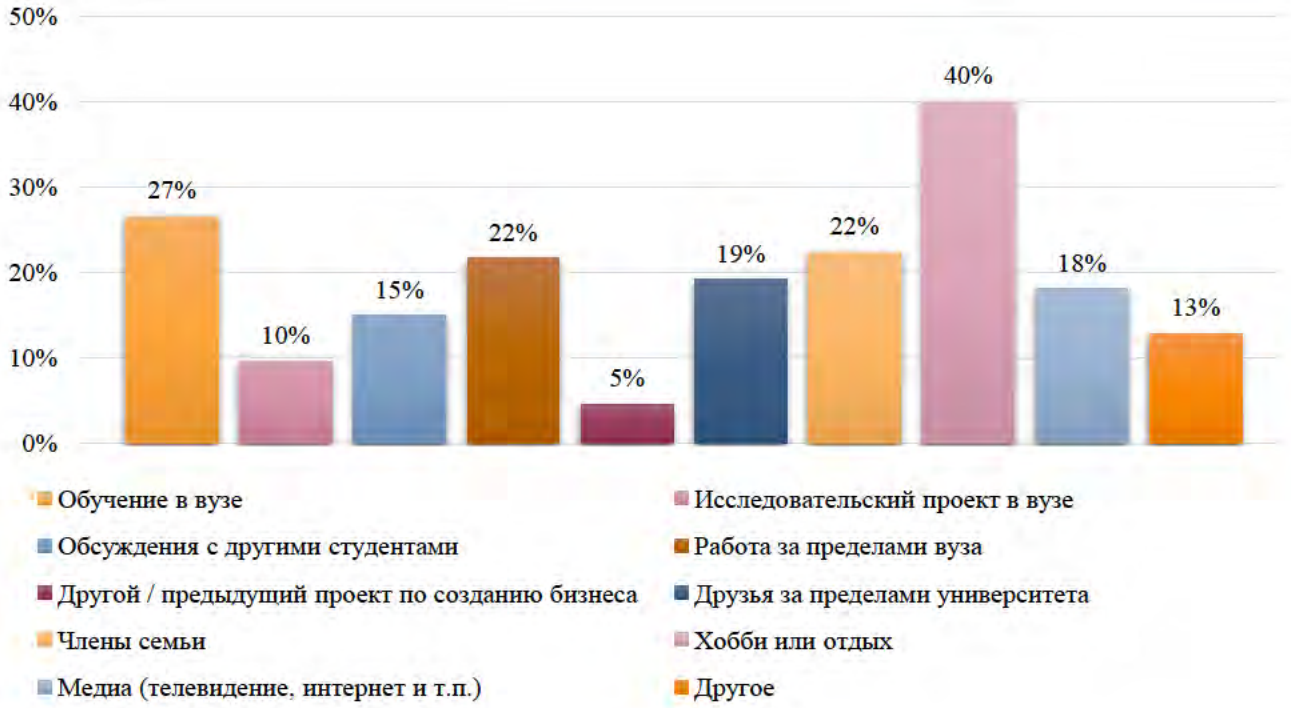


**Рис. 36.** Источники бизнес-идей у российских студентов — потенциальных предпринимателей

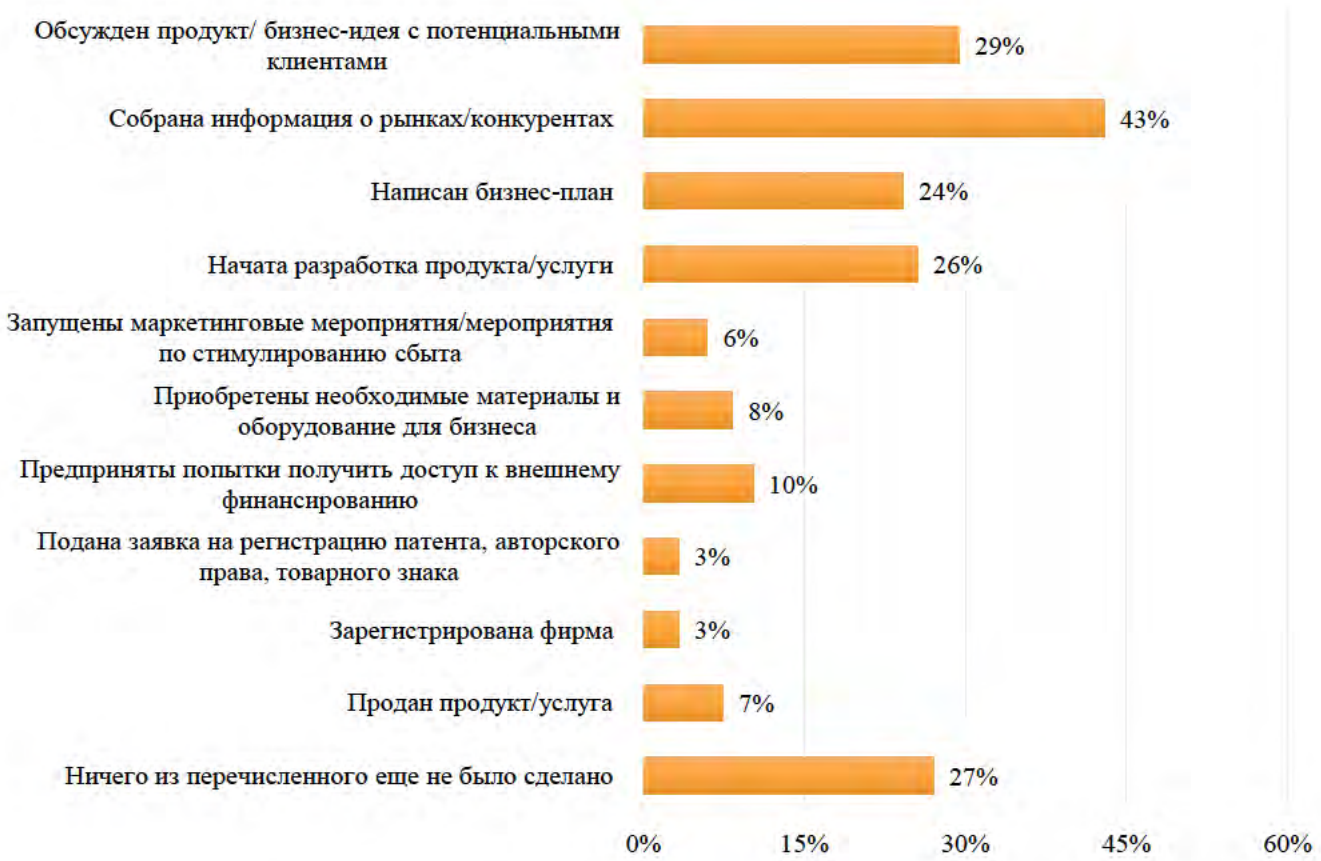


**Рис. 37.** Предпринятые российскими студентами шаги для начала своего бизнеса

*Таблица 8*

Индекс предпринимательской активности

| № | Страна | Индекс | № | Страна | Индекс |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Лихтенштейн | 3,55 | **25** | Перу | 2,23 |
| **2** | Франция | 3,5 | **26** | Италия | 2,21 |
| **3** | Индия | 3,16 | **27** | Марокко | 2,21 |
| **4** | Ирландия | 2,88 | **28** | Китай | 2,17 |
| **5** | Португалия | 2,8 | **29** | Эквадор | 2,13 |
| **6** | Швейцария | 2,79 | **30** | Панама | 2,11 |
| **7** | Австрия | 2,72 | **31** | США | 2,07 |
| **8** | Словения | 2,71 | **32** | Бельгия | 2,05 |
| **9** | Люксембург | 2,61 | **33** | Бразилия | 2,04 |
| **10** | Чехия | 2,6 | **34** | Уругвай | 2,04 |
| **11** | Швеция | 2,56 | **35** | Сальвадор | 2,01 |
| **12** | Эстония | 2,55 | **36** | Белоруссия | 1,97 |
| **13** | Македония | 2,52 | **37** | Пакистан | 1,97 |
| **14** | Австралия | 2,46 | **38** | Хорватия | 1,88 |
| **15** | Словакия | 2,42 | **39** | Греция | 1,77 |
| **16** | Канада | 2,36 | **40** | Республика Корея | 1,68 |
| **17** | Финляндия | 2,36 | **41** | Венгрия | 1,6 |
| **18** | Англия | 2,34 | **42** | Польша | 1,6 |
| **19** | Германия | 2,29 | **43** | **Россия** | 1,6 |
| **20** | Испания | 2,29 | **44** | Албания | 1,42 |
| **21** | Аргентина | 2,25 | **45** | Казахстан | 1,35 |
| **22** | Колумбия | 2,25 | **46** | Литва | 1,31 |
| **23** | Малайзия | 2,24 | **47** | Украина | 1,16 |
| **24** | Чили | 2,24 | **48** | Япония | 0,83 |

*Примечание: по Норвегии и Мексике индекс не рассчитывался в силу малого количества наблюдений (0 и 2 соответственно)*

### 4.3.2. Активные предприниматели

Лишь 8% студентов в российской и 8,8% в международной выборке уже ведут свой собственный бизнес (в абсолютных показателях — 332 и 10820 человек соответственно). В России доля активных предпринимателей в возрасте до 24 лет составляет более 87%, в то время как во всей выборке она значительно ниже — 48%. Другими словами, в большинстве стран студенты более старшего возраста становятся предпринимателями. Основная часть российских студентов-предпринимателей обучается по направлению «право и экономика» (около 56%), в то время как в международной выборке доминируют два направления: около 36% также изучают экономику и менеджмент, а 25% — технические науки. Примерно у 42% студентов родители — предприниматели, причем у 22% — 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: 29% в 2016 г. и 46% — в 2014–2015 гг. Раньше начали свой бизнес 24% респондентов (табл. 9). В международной выборке 25% студентов организовали фирму в 2016 г., 37% — в 2014–2015 гг., остальные — в 2013 г. или еще раньше. В России в фирме в среднем работает 14 человек, а в среднем по всей международной выборке — 6 человека. Большая доля собственности сосредоточена в руках самих предпринимателей. Среди активных предпринимателей многие ведут бизнес вместе с партнерами.

Мотивы «воплотить в жизнь ключевые ценности», также как «достичь финансовых успехов» при организации своего дела остаются доминирующими и у активных предпринимателей в России (средний показатель равен 5,40 и 5,27 из 7). Отметим, что в международной выборке на первом месте также стоит желание воплотить в жизнь ключевые ценности (5,29), а на втором — стремление продвинуться по карьере в мире бизнеса (5,24).

Так как многими активными предпринимателями с самого начала движет мотив заработать деньги, закономерным является интерес к тому, насколько им это удается. Успешность своего бизнеса все оценили довольно умеренно, при этом, взглянув на данные, представленные на рис. 38, стоит обратить внимание на то, что среди российских студентов оценка успешности бизнеса, включая рост продаж, увеличение доли рынка, прибыли и создание рабочих мест, несколько ниже, чем по международной выборке. Тем не менее, общий уровень удовлетворенности собственным бизнесом находится среди российских студентов на уровне выше среднего (4,63 из 7 баллов).

Важной характеристикой бизнеса является его предпринимательская ориентация. Фирма, обладающая высоким уровнем предпринимательской ориентации, будет активно осуществлять инновации, участвовать в рисковых проектах и вести себя проактивно по отношению к конкурентам [Miller, 1983]. В исследовании GUESSS предпринимательская ориентация была измерена по шкале Ковина и Слевина [Covin, Slevin, 1989]. Как показано на рис. 39, предпринимательская ориентация российских студенческих фирм в среднем ниже, чем в международной выборке. При этом готовность к риску, в среднем, можно считать наиболее ярко выраженной составляющей предпринимательской ориентации среди российских фирм, тогда как в международной выборке доминирующей является проактивность.

*Таблица 9*

Характеристики существующего бизнеса

| | **Россия** | **Международная выборка** |
|---|---|---|
| **В каком году вы основали фирму?** | | |
| *2016* | 29% | 25% |
| *2015* | 29% | 23% |
| *2014* | 17% | 14% |
| *2013* | 8% | 8% |
| *2012* | 5% | 6% |
| *2011 и ранее* | 12% | 24% |
| **Количество сотрудников** | 14,8 | 6 |
| **Какова ваша доля собственности?** | | |
| *0-25%* | 14% | 21% |
| *26-50%* | 18% | 20% |
| *51-75%* | 15% | 13% |
| *76-99%* | 9% | 6% |
| *100%* | 44% | 40% |

| | Россия | Международная выборка |
|---|---|---|
| **Количество партнеров** | | |
| *Нет* | 44% | 28% |
| *Один партнер* | 27% | 24% |
| *Два партнера* | 18% | 25% |
| *Три партнера* | 6% | 13% |
| *Четыре партнера и больше* | 5% | 9% |

**Рис. 38.** Успешность бизнеса студентов – активных предпринимателей

**Рис. 39.** Предпринимательская ориентация студенческих фирм

### 4.3.3. Потенциальные преемники

Карьерные планы студентов могут формироваться под влиянием предпринимательской среды в их семье, ведь когда родители имеют свой собственный бизнес, то у детей раньше складывается представление, как можно организовать свое дело. Около 25% 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: примерно в 50% фирм родители респондентов являются единственными владельцами бизнеса, в 80-90% случаев родители активно вовлечены в управление предприятием, приблизительно 65% респондентов не имеют личной доли собственности в семейном бизнесе. Как в России, так и по всем странам, порядка 45% участников опроса имеют опыт работы на семейном предприятии. Основные различия между российской и международной выборками — время владения фирмой и количество сотрудников. В России, как правило, родители ведут свой бизнес около 13 лет, а среднее значение по всей выборке составляет 20 лет. В среднем в российской фирме работают порядка 280 сотрудников, а в международной число работников существенно ниже — 136 человек.

Распределение семейного бизнеса по отраслям представлено на рис. 40. Отметим, что 34% студентов в России относят семейный бизнес к сектору торговли, на втором и третьем месте стоят строительство и производство (16 и 13%, соответственно). В международной выборке доминируют те же самые отрасли.

Оценки успешности семейного бизнеса, в целом, сравнимы, хотя можно отметить несколько более низкий уровень среди российских студентов (рис. 41). Самый близкий показатель между двумя группами — создание рабочих мест, получившее оценку чуть выше среднего в обеих группах.

Но насколько сами студенты готовы стать преемниками семейного бизнеса? В российской выборке лишь около 8% опрошенных отметили, что управление семейным бизнесом является их профессиональной целью. Данный показатель находится на сравнимом уровне и в других странах.

Студенты в России довольно нейтрально оценили привлекательность карьеры преемника семейного бизнеса, хотя этот показатель по международной выборке оказался еще ниже. В среднем, общий индекс «готовности» к преемственности по международной выборке находится на уровне 3 (максимум — 7), а по российской составляет 3,25.

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 3,13 из 7, а в мире — 2,93.

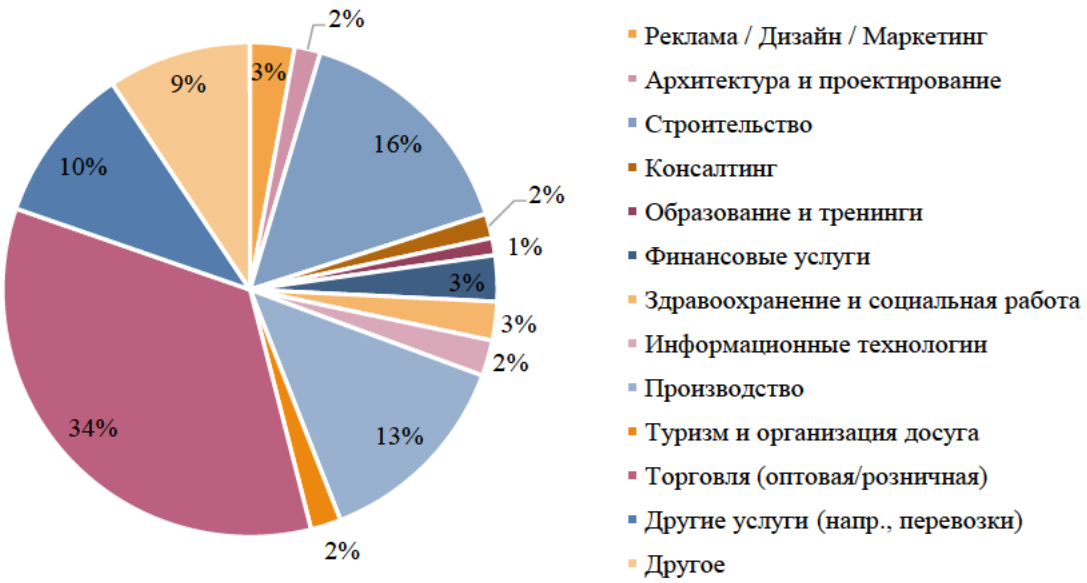


**Рис. 40.** Сектор бизнеса семейной фирмы

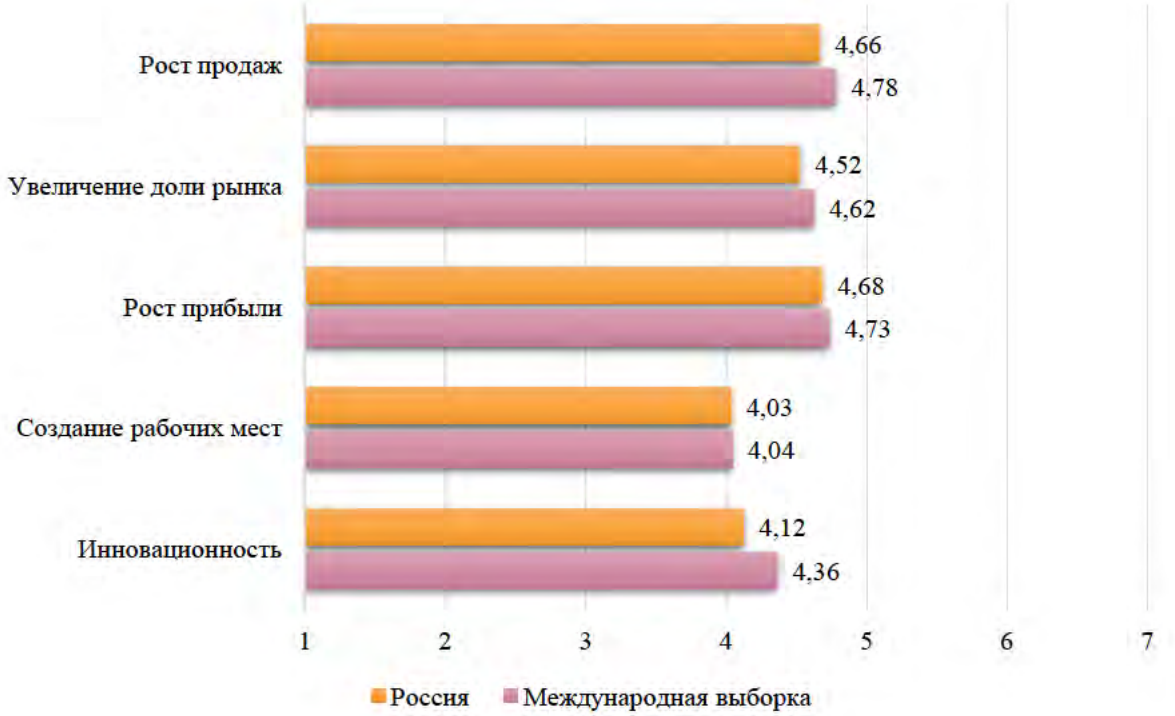


**Рис. 41.** Успешность семейного бизнеса

*Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — хуже, чем конкуренты, 7 — лучше, чем конкуренты*

*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 | 4,07 | 3,57 |
| Карьера в качестве преемника семейного бизнеса привлекательна для меня | 3,45 | 3,19 |
| Если бы у меня были возможности и ресурсы, я бы стал(а) преемником фирмы моих родителей | 3,49 | 3,17 |
| Возможность стать преемником принесла бы мне большее чувство удовлетворения | 3,31 | 3,23 |
| Среди всех возможных вариантов, я бы предпочел(ла) стать преемником фирмы моих родителей | 3,13 | 2,93 |

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

## Выводы

В рамках национального отчета были рассмотрены основные результаты исследования GUESSS 2016 г., 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 — более 80% — учатся на программах бакалавриата и около 8% — в магистратуре, тогда как в международной выборке доля магистрантов достигает почти 17%. При этом средний возраст студентов в России составил 21 год, а в международной выборке он достигает 24, 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» (61,5%) и данный показатель практически в два раза превышает международный (34,6%). 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 (около 74%), а создать свой бизнес с нуля в России готовы почти 11% студентов, что выше международного показателя практически на 2%. Однако спустя 5 лет после окончания вуза разница в планах становится более заметной: число желающих стать предпринимателями среди российских студентов возрастает с 11 до 51%, а в международной выборке — с 9 до 38%. Данная тенденция повторяет результаты исследований GUESSS 2011 г. и 2013/2014 гг. 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 22 место по индексу предпринимательских намерений (4,45) из 50 стран. Первые позиции в рейтинге заняли Эквадор, Сальвадор, Панама, Перу и Мексика. В конце списка стоят Австрия, Германия, Норвегия, Швеция и Япония. 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. 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 порядка 55% студентов вовсе не было курсов по предпринимательству. Кроме того, роль среды обучения и соответствующих курсов в развитии предпринимательства среди студентов была оценена последними на достаточно невысоком уровне.

- Наличие в семье родителей-предпринимателей зачастую рассматривается как фактор, способствующий становлению их детей как будущих предпринимателей. В России было выявлено, что процент студентов, которые собираются стать предпринимателями, выше, если их родители также предприниматели (57%), в отличие от не предпринимателей (49%). В международной выборке процент желающих стать предпринимателями в семьях, где родители занимаются своим бизнесом, также несколько выше.

- Так как в теоретической модели GUESSS выделяется социально-культурный аспект, он также был детально проанализирован. Оказалось, что российские студенты несколько больше уверены в положительной реакции близкого окружения на их предполагаемое решение стать предпринимателем. Кроме того, в рамках исследования было оценено восприятие студентами культурных особенностей общества, в котором они живут. Было выявлено, что студенты отмечают в России более высокий уровень коллективизма, дистанции власти и ориентации на результат, а также более низкий уровень избегания неопределенности по сравнению с респондентами из международной выборки.

• 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 ниже степень воспринимаемого контроля над своим поведением. Помимо этого, российские студенты отмечают у себя более низкий уровень предпринимательской самоэффективности, что подчеркивает необходимость развития их компетенций и навыков предпринимательской деятельности.

• Респонденты были также разделены на категории потенциальных и активных предпринимателей; каждая из этих групп была проанализирована в отдельности. В России процент потенциальных предпринимателей чуть выше, чем в глобальной выборке, и составляет 27% (по всей выборке — 21%). Большинство (порядка 65%) изучают экономику и менеджмент и планируют фактическое открытие фирмы примерно через 1,5-2 года. 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. Анализируя предпринятые действия по созданию свой 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 на 43 месте с индексом, равным 1,6. Однако отметим, что данный показатель среди всех стран не превышает 3,55.

• Доля активных предпринимателей в России составила 8%, что несколько ниже, чем в международной выборке. Основной мотив, которым руководствуется большинство студентов — воплотить в жизнь ключевые ценности и достичь финансовых успехов. Однако на основе полученных данных можно сказать, что российские студенты несколько ниже оценивают успешность своей деятельности, чем студенты в целом по всем странам.

• Важной характеристикой бизнеса является его предпринимательская ориентация. Было установлено, что ее уровень в российских студенческих фирмах в среднем ниже, чем в международной выборке. При этом, готовность к риску, в среднем, можно считать наиболее ярко выраженной составляющей предпринимательской ориентации среди российских фирм, тогда как в международной выборке доминирующей является проактивность.

• Анализ семейного бизнеса показал, что доля студентов из семей предпринимателей составляет около 25%. Исследование показало, что около 8% студентов в России и за рубежом думают о карьере преемника. Примечательно, что отношение к перспективе стать преемником довольно сдержанное среди студентов, имеющих такую возможность. В российской выборке эта оценка несколько выше и составляет 3,25 (максимум — 7).

## Заключение

В заключении, необходимо отметить, что предпринимательские намерения российских студентов, выше, чем в среднем по международной выборке. Однако для того, чтобы стимулировать студентов к переходу от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса, необходима всесторонняя поддержка со стороны институциональной среды. Особенно важными видятся инициативы, которые могут быть внедрены на уровне университета. Развитие университетской предпринимательской инфраструктуры может служить важным фактором, способным повлиять на возникновение предпринимательских намерений у студентов и их дальнейшую реализацию в рамках запуска и развития нового предприятия. Так, внедрение в учебные программы курсов по предпринимательству, либо развитие отдельных образовательных программ в этой области поможет обеспечить студентам доступ к такому предпринимательскому ресурсу как человеческий капитал, т.е. набору знаний, умений и навыков, необходимых в процессе создания и развития бизнеса, а также повысить предпринимательскую самоэффективность, т.е. веру в собственные силы и возможности. Указанные аспекты являются крайне важными для развития студенческого предпринимательства, поскольку в определенной степени, они могут заменить столь необходимый бизнес-опыт, которого у молодых студентов может не быть. Курсы по предпринимательству могут затрагивать такие аспекты как основы предпринимательства, финансирование предпринимательских фирм, инновационное предпринимательство, социальное предпринимательство, предпринимательский маркетинг, бизнес-планирование.

Помимо этого, немаловажным является развитие общей институциональной среды вуза в области поддержки предпринимательства. В частности, этому может способствовать внедрение таких инициатив, как конкурсы бизнес-планов, в рамках которых студенты могли бы получить конструктивную обратную связь от опытных предпринимателей, организация бизнес-инкубаторов на платформе вузов, а также предоставление стартового финансирования. Развитие программ менторства и наставничества, которые могут реализовывать приглашенные предприниматели в виде встреч, семинаров, «клуба практиков», позволит сформировать позитивный имидж предпринимателя в глазах студентов, а также будет способствовать формированию социального капитала. Проведение образовательных курсов, круглых столов, деловых игр, организация семинаров с предпринимателями и венчурными инвесторами также помогают укрепить предпринимательский дух студентов.

Мы убеждены, что 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 сложно переоценить. Национальные условия могут быть разными, но полученные результаты дают возможность оценить ситуацию и принять меры, направленные на создание более благоприятной среды обучения для развития предпринимательских намерений студентов.

# Литература


1. *Ведение Бизнеса.* 2016. Всемирный Банк. http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016
2. Доклад об экономике России. 2015. Всемирный банк. №33. http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/russia/rer33-rus.pdf
3. Федеральная служба государственной статистики. 2016. http://www.gks.ru/
4. Экономический спад в России: взгляд под углом 360°. PwC. 2015. http://www.pwc.ru/en/publications/assets/e-crisis-survey_rus.pdf
5. Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 50 (2), 179–211.
6. 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.
7. *Amway Global Entrepreneurship Report*. 2015. Amway. http://globalnewsassets.amway.com/501484/ager_2015_report.pdf?r=1366
8. Åstebro, T., Bazzazian, N., Braguinsky, S. 2012. Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy. *Research Policy*, 41(4), 663–677.
9. Bergman, H., Hundt, K., Sternberg, R. 2016. What makes student entrepreneurs? – On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*. 47 (1), 53–76.
10. Covin J.G., Slevin D.P. 1989. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10 (1), 75–87.
11. Fishbein M., Ajzen I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research.* Reading, MA: Addison-Wesley.
12. *Global Competitiveness Report.* 2015-2016. World Economic Forum. http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/
13. *Global Entrepreneurship Monitor.*2014. Global Report. http://www.gemconsortium.org/report
14. House, R.J., Hanges P.J., Javidan M., Dorfman P.W., Gupta V. 2004. *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
15. Kvedaraite N. 2014. Reasons and obstacles to starting a business: Experience of students of Lithuanian higher education institutions. *Management*, 19 (1), 1-16
16. Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., Patzelt, H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing,* 27 (4), 414-435.
17. Levenson H. 1973. Multidimensional locus of control in psychiatric patients. *Journal of consulting and clinical psychology,* 41 (3), 397-404.
18. 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.
19. 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.
20. 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.
21. Miller D. 1983. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770–791.
22. Schøtt T., Kew P., Cheraghi M. (2015). Future Potential: A GEM Perspective on Youth Entrepreneurship, 42 p.
23. 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).
24. 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.
25. Shirokova G., Osiyevskyy O., Bogatyreva K. 2016. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34, 386-399.
26. 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.