

Глобальное исследование
предпринимательского духа студентов

Национальный отчет, Россия 2011

Г.В. Широкова , А.В. Куликов

Благодарности

Национальный отчет GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов) в России в 2011 г. был выполнен исследователями Г.В. Широковой и А.В. Куликовым (Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета). Авторы выражают признательность Благотворительному фонду развития Высшей школы менеджмента СПбГУ, а также Центру предпринимательства США-Россия и лично В. Седову за оказание финансовой поддержки в проведении исследования.

Исследователи благодарят Швейцарский институт малых предприятий и предпринимательства Университета Св. Галлена (Швейцария) и лично Ф. Зигера за предложение принять участие в настоящем исследовании.

Кроме того, авторы выражают признательность представителям вузов — участникам проекта в России за проявленную ответственность и помощь в проведении исследования. Очень большую поддержку оказали Н. Чиряева (Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Амосова), А. Комиссаров (Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ), Э. Печерская (Самарский государственный экономический университет), Л. Никитина (Воронежский государственный университет), Д. Матвиенко (Московский финансово-промышленный университет «Синергия») и многие другие. Особая благодарность выражается Л. Мургулец и Российской ассоциации обучения предпринимательству за организационную поддержку и привлечение участников.

Отдельное спасибо Е. Лебедкиной и М. Земсковой за помощь, оказанную в процессе подготовки к публикации.

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

Г.В. Широкова
А.В. Куликов

Содержание

1. Характеристика исследования.....	6
1.1. Цели и теоретическая модель исследования.....	6
1.2. Координация проекта.....	7
2. Национальный контекст исследования.....	8
2.1. Предпринимательство в России.....	8
2.2. Высшее образование в России.....	9
2.3. Образование в области предпринимательства в России.....	10
3. Методология и выборка исследования.....	11
3.1. Университеты – участники проекта в России.....	11
3.2. Описание выборки.....	12
3.3. Сбор данных.....	12
4. Результаты исследования.....	13
4.1. Намерения студентов относительно выбора карьеры.....	13
4.2. Предпринимательские намерения студентов.....	16
4.3. Предпринимательские действия студентов.....	16
4.4. Активные предприниматели среди студентов.....	19
4.5. Семейный бизнес.....	21
4.6. Индекс предпринимательской силы.....	22
4.7. Барьеры при формировании предпринимательского духа студентов.....	23
4.8. Факторы содействия предпринимательству в вузах.....	25
5. Анализ результатов.....	28
6. Заключение.....	31
Литература.....	32
Приложение 1. Географическое распределение университетов-участников проекта GUESSS в России.....	34
Приложение 2. Методика расчета индекса предпринимательской силы.....	36
Приложение 3. Список стран-участниц исследовательского проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS), университетов и представителей проекта в стране.....	37

Список таблиц

Таблица 1. Распределение респондентов по университетам России.....	11
Таблица 2. Распределение респондентов по специальностям.....	12
Таблица 3. Карьерные ожидания студентов в России и в мире.....	13
Таблица 4. Распределение карьерных ожиданий среди студентов экономических и управленческих специальностей в России.....	14
Таблица 5. Распределение карьерных ожиданий среди студентов общественных специальностей в России.....	14
Таблица 6. Распределение карьерных ожиданий среди студентов естественнонаучных специальностей в России.....	14
Таблица 7. Мотивы при выборе карьерного пути среди студентов российских вузов.....	15
Таблица 8. Происхождение бизнес-идеи.....	18
Таблица 9. Потенциальные партнеры по бизнесу: количество и источники поиска.....	19
Таблица 10. Распределение активных предпринимателей по полу и возрасту.....	20
Таблица 11. Распределение активных предпринимателей по сферам обучения.....	20
Таблица 12. Основные показатели деятельности семейного бизнеса.....	22
Таблица 13. Наличие инфраструктуры развития предпринимательства в российских вузах.....	25

Список рисунков

Рисунок 1. Адаптированная теоретическая модель исследования.....	7
Рисунок 2. Предпринимательские намерения студентов в России и в мире.....	16
Рисунок 3. Действия потенциальных предпринимателей среди студентов в России и в мире.....	17
Рисунок 4. Число лет до основания собственной компании.....	17
Рисунок 5. Отраслевые предпочтения потенциальных предпринимателей.....	18
Рисунок 6. Источники финансирования будущего бизнеса потенциальных предпринимателей.....	19
Рисунок 7. Источники финансирования бизнеса активных предпринимателей.....	21
Рисунок 8. Наличие собственников бизнеса в семьях студентов.....	21
Рисунок 9. Уровни преемственности в бизнесе среди студентов в России и в мире.....	22
Рисунок 10. Индекс предпринимательской силы.....	23
Рисунок 11. Процентное соотношение активных предпринимателей среди студентов и количества ответивших на вопросы анкеты.....	23
Рисунок 12. Значимость барьеров в процессе основания фирм студентами.....	24
Рисунок 13. Значимость барьеров для преемников собственного бизнеса.....	24
Рисунок 14. Степень удовлетворенности предложениями вузов в области предпринимательства.....	26
Рисунок 15. Результаты опроса студентов, посещавших мероприятия по развитию предпринимательства.....	27

1. Характеристика исследования

Настоящий отчет содержит анализ результатов международного исследовательского проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS). В отчете последовательно рассказывается об исследовании, его целях и задачах, теоретической базе, методике сбора данных и особенностях выборки, полученных результатах и их анализе.

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 времени проведено четыре панельных исследования в 2003, 2004, 2006 и 2008 гг. Россия впервые приняла участие в этом исследовании весной 2011 г.

Основная цель состоит в том, чтобы изучить, насколько современные студенты готовы к карьере предпринимателя, каковы их намерения относительно выбора будущей карьеры, сильны ли предпринимательские настроения среди студентов, что дает университет для развития предпринимательского духа. Существует

предположение о том, что именно предпринимательский дух сегодняшних студентов, получающих знания и компетенции в области предпринимательства, в будущем может трансформироваться в создание и развитие успешных предпринимательских фирм. Особенно интересны предпринимательские настроения российских студентов, так как на сегодняшний день малое предпринимательство не является доминирующей экономической силой в России, что вызывает необходимость всестороннего изучения предпринимательства в России. Кроме того, высока доля безработных среди молодежи в возрасте до 25 лет: по данным Росстата, она составила 24,8% на начало 2011 г.¹

В опросе могут принимать участие студенты любых специальностей, конфиденциальность данных гарантируется. Сбор данных происходит посредством онлайн-анкетирования. С более подробной информацией о проекте (отчеты, презентации) можно ознакомиться на сайте <http://www.guesssurvey.org>.

1.1. Цели и теоретическая модель исследования

Основные цели настоящего проекта — лонгитюдное исследование и анализ предпринимательских наме-

рений студентов и их деятельности в сфере предпринимательства с проведением межстранового и временного сопоставления данных. В контексте исследования значительную роль играет университет, в котором учатся студенты. Проект GUESSS сфокусирован на трех основных измерениях, имеющих отношение к студентам и предпринимательству: 1) процессе создания нового предприятия; 2) университете; 3) индивидууме (студенте). Таким образом, можно выделить **три задачи** исследовательского проекта GUESSS:

1) изучение намерений студентов организовать новое предприятие. Студентам задаются вопросы относительно их представлений о собственной карьере. Затем анализируются их намерения в плане открытия собственного дела, ожидания от карьеры предпринимателя. Далее исследуются их приоритеты в карьере с учетом разных временных перспектив: сразу после окончания и спустя пять лет после окончания университета. Наконец, анализируются характеристики созданных студентами фирм, что может служить основой для формирования новых исследовательских моделей в изучении предпринимательства;

¹ Занятость и безработица в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. 2011. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>. — Заглавие с экрана. (14.08.2011).

2) исследование университетов с точки зрения обеспеченности инфраструктурой обучения предпринимательству: направленность обучения, наличие курсов и семинаров по предпринимательству, бизнес-инкубаторов, общий предпринимательский климат в университете. Также возможны географические и временные сопоставления;

3) анализ индивидуальных характеристик студентов и их влияния на предпринимательскую активность студентов. Возраст, пол, семейные характеристики, а также принадлежность к определенным поведенческим моделям могут влиять на развитие предпринимательских намерений и желание создать собственный бизнес.

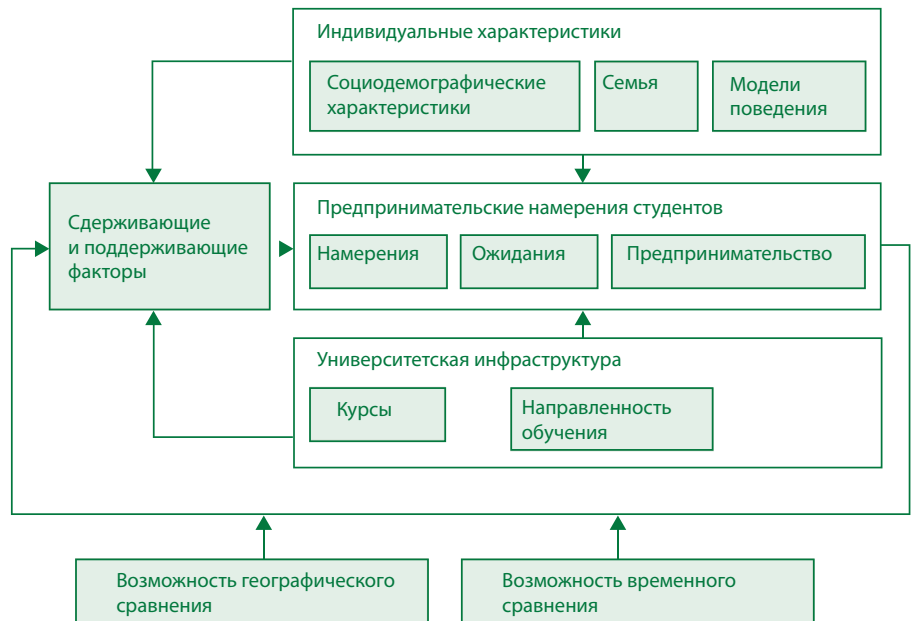


Рис. 1 Адаптированная теоретическая модель исследования

Помимо перечисленных основных целей и задач исследования, проект помогает также изучить общий предпринимательский дух молодежи страны и определить условия, способствующие становлению студентов как предпринимателей. Возможны определение и анализ факторов, которые препятствуют формированию предпринимательской активности у студентов, что позволяет выдвинуть ряд рекомендаций по развитию инфраструктуры обучения предпринимательству.

В рамках исследования задаются вопросы о результативности фирм, открываемых студентами (оборот, количество рабочих мест), что дает возможность оценить их качество. Теоретическая модель исследования представлена на рис. 1.

1.2. 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 проекта в странах-участницах, а также за создание международного отчета об исследовании. Международный отчет содержит сравнительный анализ данных, поступивших из всех стран.

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

Данные по проекту GUESSS собираются, начиная с 2003 г., причем с 2004 г. — раз в два года. Таким образом, имеется панельный массив данных, позволяющих отследить динамику по отдельным переменным 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 — сдерживают формирование предпринимательского духа студентов. С помощью периодического сбора данных, их анализа и временного сравнения удастся понять и сформулировать выводы о том, что необходимо сделать для улучшения предпринимательского климата в стране.

Россия принимает участие в проекте GUESSS впервые в сезоне 2010/2011 гг. В последующих частях отчета будут представлены результаты анализа данных о предпринимательских намерениях студентов российских вузов. Настоящий отчет является первым подобным документом и позволяет выявить особенности развития инфраструктуры обучения предпринимательству в России.

2. Национальный контекст исследования

Для того чтобы лучше понимать специфику развития предпринимательства в России, характерные особенности обучения предпринимательству, специфику высшего образования в нашей стране, необходимо рассмотреть национальный контекст исследования. Раскрытию этой специфики посвящены следующие три подраздела: в первом представлена характеристика предпринимательства, малого и среднего бизнеса в России, во втором — высшего образования, и, наконец, в третьем — кратко описана ситуация с образованием в сфере предпринимательства в нашей стране.

2.1. Предпринимательство в России

Современный этап развития экономики в России характеризуется значительными трансформационными процессами и развитием вновь созданных институтов. Россия является одной из крупнейших экономик среди разнородной группы развивающихся стран с точки зрения валового объема рынка и характеризуется относительной политической и макроэкономической стабильностью как следствием сравнительно стабильных доходов от продажи нефти [Sala-i-Martin, 2009]. В последние годы Правительство России издало целый ряд различных законов, направленных на борьбу с коррупцией, развитие экономики и поддержку защиты прав человека [Латухина, 2010]. Однако, несмотря на официальные данные, в ряде независимых исследований продемонстрирована совершенно иная картина, (см., напр.: [Russia. Economic crime in a downturn... 2009; Riaco, Hodess, Evans, 2008, 2009; Sala-i-Martin, 2009]). Отчеты международных исследований свидетельствуют об общей распространенности в России коррупции и прочих нелегальных практик бизнеса (в том числе и ухода от налогов).

Вопросы развития малого и сред-

него предпринимательства в России являются приоритетными для развития национальной экономики, что подтверждается деятельностью и государственной поддержкой различных политически-общественных объединений и постоянной законодательской деятельностью Правительства РФ. Однако в историческом ракурсе в России малое и среднее предпринимательство никогда не получало достаточной поддержки со стороны Правительства, российской бизнес-среды и культурных традиций, по сравнению с тем уровнем поддержки, который наблюдался в самых развитых экономиках мирах [Zhuplev, Shein, 2008]. На сегодняшний день, по свидетельству Росстата, на малых и средних предприятиях задействованы не более 15% экономически активного населения [Васильева, 2010]. При этом необходимо отметить, что в 2009 г. малые и средние предприятия в России создавали не более 11% ВВП (для сравнения, в США доля малых и средних предприятий в ВВП страны превышает 50%, а в Китае — 65%) [Зоидов, Моргунов, Хиджамова, 2009].

Несмотря на то, что предпринимательство является одним из наиболее бурно развивающихся направлений научных исследований в мире, наблюдается нехватка анализа малого и среднего предпринимательства в России, особенно касающегося поведения фирм, их бизнес-моделей и роста малых и средних предприятий [Djankov et al. 2005; Zhuplev, Kiesner, Zavadsky, 2004]. Некоторые авторы (см., напр.: [Williams, Round, 2009]) отмечают, что значительная часть активности малых и средних предприятий в России находится в зоне серых и ненаблюдаемых операций, что усложняет их анализ. По мнению автора работы [Williams, 2009], почти 100% частных предпринимателей в России участвуют в скрытых формах бизнеса. Однако, согласно таким лонгитюдным исследованиям малых и средних предприятий

в России, как [Zhuplev, Stykhno, 2009], в 1994–2009 гг. в российском малом и среднем предпринимательстве наблюдалась значительная тенденция роста темпов возникновения новых компаний, несмотря на враждебное состояние институциональной среды. В исследованиях [Zhuplev, Stykhno, 2009; Zhuplev, Kiesner, Zavadsky, 2004] также отмечено, что основными силами, сдерживающими активный рост предприятий, являются взяточничество, коррупция чиновников и нечестная конкуренция.

Предпринимательская активность в России находится на довольно низком уровне — Россия занимает предпоследнее место по данному показателю [Верховская Дорохина, 2011]. Причины этого — запутанность бюрократических процедур организации нового бизнеса, сложность взаимодействия с партнерами и регулирующими органами, а также общий уровень неопределенности, связанный со слабым развитием институтов, оказывающих поддержку малому бизнесу. Кроме того, можно отметить слабую инновационную составляющую бизнеса, связанную не с отсутствием идей и способностей, а с реализацией возможностей. Несмотря на это, большинство российских предпринимателей (70%, по данным отчета GEM) имеют устремление к росту, т.е. за счет разнообразных факторов надеются развивать свой бизнес и расти.

В монографии «Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве» отмечается: «В РФ в 2007 году насчитывалось 2485 организаций, осуществлявших технологические инновации, для сравнения: в 2006 г. их было 2490. В то время в США существовало 25 млн малых предприятий, 6 млн из них дают более 40% национального ВВП (4 трлн долл.), на них занято более 50% рабочей силы. МП

предоставляют 75% новых рабочих мест, обеспечивают 41% всех продаж в стране и 55% инноваций, 35% федеральных контрактов, 38% рабочих мест в секторе высоких технологий» [Зоидов, Моргунов, Хиджамова, 2009]. Считается, что в двух крупнейших российских городах, Москве и Санкт-Петербурге, сконцентрирована значительная часть российских малых предприятий (в 1998 г. в Москве их насчитывалось 20,6% от общего числа, в Санкт-Петербурге — 11,6%, в 2004 г. — 50% в целом по Москве и Санкт-Петербургу). По данным отчета национального института системных исследований проблем предпринимательства «Оценка уровня развития малого предпринимательства в регионах России в 2008 г.» по состоянию на 1 октября 2008 г. в Москве и Санкт-Петербурге наблюдались самые высокие уровни показателя количества малых и средних предприятий на 100 тыс. жителей: 275,1 компаний — в Москве и 337,1 компаний — в Санкт-Петербурге [Сайдуллаев, Шестоперов, 2009]. Также приводятся сведения о том, что в этих городах зафиксирован наиболее высокий уровень оборота малых предприятий в стране за январь — сентябрь 2008 г.: 752 905,9 млн руб. — в Москве, 745 455,9 млн руб. — в Санкт-Петербурге [Сайдуллаев, Шестоперов, 2009].

В указанных исследованиях отмечается, что в России, несмотря на формальные инициативы Правительства, широко распространены коррупция, взяточничество, рейдерство, недоверие к исполнительной власти, экономические преступления, в том числе — уход от налогов и ведомственные нарушения. Причиной этого могут служить особенности процесса формирования экономических и правовых институтов в России [Долгопятова, 2007; Тамбовцев, 2005; Полтерович, 2004].

2.2. Высшее образование в России

Принятие в 1992 г. Федерального закона «Об образовании» явилось на-

чалом реформ в отечественном высшем образовании. Данный закон ввел новые для нас понятия: «бакалавриат», «магистратура», «многоуровневая система образования».

В его рамках, помимо включения новой системы, сохранена старая, одноступенчатая система подготовки специалистов, что предоставляет вузам возможность самим определяться, по какой программе готовить выпускников.

С одной стороны, это открыло перед вузами и студентами новые возможности, с другой — внесло и некоторую сложность, связанную с необходимостью выбора образовательной системы.

Федеральный закон «О высшем профессиональном и послевузовском образовании» 1996 г. определяет три уровня (или ступени) высшего образования: первая ступень — неполное высшее со сроком обучения 2 года; вторая ступень — базовое высшее (бакалавриат) со сроком обучения 4 года; третья ступень — «дипломированный специалист» со сроком обучения 5 лет (ранее существовавшая модель) или «магистр» со сроком подготовки 6 лет (новая модель). В настоящее время Россия участвует в Болонском процессе, и в стране принята двухуровневая система: бакалавриат, призванный удовлетворять базовый спрос на образование, и магистратура, формирующая профессиональную элиту и научно-образовательные кадры высшего уровня. Двухуровневая система высшего образования более всего отвечает потребностям рыночной экономики, в которой рынок труда предъявляет особые требования к гибкости и мобильности рабочей силы. Вместе с тем введение двухуровневой системы не отменяет классических традиций российской (советской) высшей школы. По ряду специальностей сохранена многоуровневая подготовка, ведущая к присвоению степени «дипломированный специалист».

Аналитическая служба ВЦИОМ утверждает, что в последние годы осо-

бенно сильно возрос интерес россиян к высшему образованию. Причем, необходимость его наличия признают не только взрослые люди, но и школьники и студенты: 44% студентов высших учебных заведений придерживаются этой точки зрения; 14% студентов считают важным дальнейшее обучение в аспирантуре.

По данным всероссийского опроса ВЦИОМ, проведенного в 2005 г.², среди молодежи в возрасте от 18 до 24 лет:

- 20% респондентов были нацелены на получение второго высшего образования;

- 6% получали его на момент проведения опроса;

- среди людей с высоким уровнем дохода доля лиц, имеющих или собирающихся получить второе высшее образование, существенно выше.

По данным того же опроса, 33% выпускников российских вузов работают не по специальности. Таким образом, почти 1/3 бюджетных расходов на высшее профессиональное образование была использована неэффективно.

Численность студентов в нашей стране — самая высокая в мире: в 2010 г. она составила 5848,7 тыс. человек. На 10 тыс. человек населения в 2010 г. насчитывалось 522 студента. По данным Министерства образования и науки РФ, в стране неуклонно растет количество вузов. За период с 1990 по 2005 г. их количество увеличилось с 514 до 1 068. На конец 2010 г. в России насчитывалось 1115 высших учебных заведений, из них — 652 государственных и 463 — негосударственных. Уменьшилось число государственных и муниципальных образовательных учреждений высшего профессионального образования на две единицы.

Прием в государственные и муниципальные образовательные учреждения высшего профессионального образования в 2010 г. сократился на 134,2 тыс. человек и составил 1195,4

² Статистика высшего образования. [Электронный ресурс] // Статистический портал Статистика.ру. 2007. — Режим доступа: <http://statistika.ru>. — Заглавие с экрана. (14.08.2011).

тыс. человек, в негосударственные высшие учебные заведения — 204,0 тыс. человек. Выпуск в 2010 учебном году составил 1177,8 тыс. человек — из государственных вузов и 290,1 тыс. человек — из негосударственных³.

При этом сама система образования работает по принятому десятилетия назад шаблону: содержание учебных курсов составляют упрощенные копии зачастую устаревших экономических, социальных, естественнонаучных или технических концепций. Что касается самих студентов, то они все меньше связывают обучение в вузе с реальной конкурентоспособностью на рынке труда. Наличие высшего образования для многих из них является показателем социальной нормальности.

2.3. Образование в области предпринимательства в России

Обучение предпринимательству в России обычно носит характер программ повышения квалификации в области менеджмента и экономики для людей, имеющих другую специальность, а также краткосрочных программ, семинаров и круглых столов. Необходимо отметить, что, как и вся инфраструктура поддержки малого бизнеса и предпринимательства в России, система образования в области предпринимательства является довольно слабой и полна недостатков. К основным из них относится непонимание содержания понятия и, соответственно, содержания процесса обучения предпринимательству. Предпринимательство является практической дисциплиной, однако нельзя впадать в крайности — система должна быть завершённой с четырех сторон: обучение, обеспечение необходимыми знаниями, применение их на практике; поддержка деятельности; изучение проблематики; построение сетей, обсуждение. Большинство российских высших учебных заведений обладает лишь одним из четырех аспектов. Однако не все так печально, в настоящее время наблюдаются сдвиги в сторону интенсивного разви-

тия образования и поддерживающей инфраструктуры обучения предпринимательству, появляются учебные и исследовательские программы, проводятся конференции, что вселяет надежду на улучшение ситуации.

Для анализа сложившейся ситуации авторами настоящего отчета было предпринято собственное мини-исследование, основанное на вторичных данных о возможностях обучения и развития навыков предпринимательства в вузах-участниках проекта GUESSS. Ниже приведены основные результаты этого исследования. Анализ данных о курсах по предпринимательству, семинарах, конкурсах бизнес-планов, инфраструктуры поддержки предпринимательских инициатив показал, что условно обучение предпринимательству в современной России можно разделить на четыре уровня:

I уровень характеризуется либо полным отсутствием курсов по предпринимательству, либо наличием курсов по бизнес-планированию, управлению рисками, маркетингу и прочим управленческим дисциплинам, знания по которым необходимы предпринимателям. Часто такие дисциплины включены в перечень образовательных услуг по экономическим и управленческим специальностям. Следует отметить, что во многих университетах России есть кафедры, в названиях которых присутствует слово «предпринимательство» как синоним слова «бизнес». Никаких истинно предпринимательских курсов в таких университетах не читается. К этой категории можно отнести программы профессиональной подготовки, которые предлагаются во многих частных и государственных высших учебных заведениях, однако они включают в себя лишь общие курсы по таким экономико-управленческим дисциплинам, как финансы, экономика, логистика, маркетинг, управление персоналом. Таких высших учебных заведений в нашей выборке более 50%.

II уровень обучения отличается наличием в университетах осознанных курсов по предпринимательству, инновационному менеджменту, управлению малыми инновационными предприятиями, предпринимательству в определенных отраслях (искусство, туризм, строительство, животноводство, лесное хозяйство), управлению ресурсами и рисками в предпринимательстве. Качественный уровень подготовки на данных курсах весьма средний, однако, их наличие свидетельствует о востребованности дисциплины в целом, а также о попытках разработки программ, ставящих целью обучить студента мыслить предпринимательскими категориями. Зачастую данные курсы являются практико-ориентированными, включены в программы специализированных вузов в рамках изучения экономики и менеджмента для лучшего понимания студентами основ ведения бизнеса по выбранной специальности, управления инновациями в сфере их будущей компетенции. В нашей выборке таких университетов всего пять, что составляет 20%, и вполне может отражать общую ситуацию по стране.

III уровень. Его выделение объясняется несколькими факторами: во-первых, наличием в структуре вузов обособленных подразделений (кафедр, центров, специальных учебных программ), имеющих непосредственное отношение к предпринимательству; во-вторых, предпринимательство институционально поддерживается в данных высших учебных заведениях, существует, например, магистратура по соответствующему профилю (предпринимательство, технологии, инновации), проводятся различные мероприятия, связанные с предпринимательством и его развитием (курсы бизнес-планов, деловые игры, встречи с предпринимателями, обучающие семинары), а также программы MBA по предпринимательству. Важными характеристиками университетов данного уровня являются научное изучение предпринимательства, уча-

³Образовательные учреждения высшего профессионального образования [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. 2011. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>. — Заглавие с экрана. (14.08.2011).

стие в исследовательских проектах, разработка проблематики. Эти учебные заведения находятся на более высоком уровне развития процесса обучения студентов предпринимательству, развивают свои учебные и исследовательские программы, делая упор на предпринимательство. Таких вузов в выборке оказалось всего пять, что составляет 20% анализируемой выборки.

IV уровень возможного развития образования в области предпринимательства составляет группа высших учебных заведений, имеющих завершённую, развитую инфраструктуру поддержки предпринимательства. Данные вузы обладают всеми характеристиками предыдущего уровня, однако сумели развить их: предпринимательство и его поддержка выделяются в отдельное направление деятельности вуза. Помимо учебной, научной работы и мероприятий, направленных на создание социальных предпринимательских сетей, эти вузы имеют структуры, поддерживающие инновационные, предпринимательские начинания своих студентов финансами (иными ресурсами), либо инкорпорирующие в свою организационную структуру бизнес-инкубаторы, технопарки, фонды, конкурсные и грантовые возможности. Немаловажно, что в них осуществляется полный замкнутый цикл обучения и поддержки предпринимательства, а также предпринимаются попытки изменять институциональную среду для вновь создаваемых фирм — заключаются соглашения с государством на уровне субъектов федерации о льготах и поддержке предпринимателей. Таких университетов в выборке всего четыре, что, к сожалению, отражает практически 50% всего списка, так как в России их насчитывается не более десяти.

Таким образом, анализ нашей исследовательской выборки показывает, какова ситуация в области образования в сфере предпринимательства в России.

3. Методология и выборка исследования

3.1. Университеты — участники проекта в России

Выборка исследования состоит из студентов 23 высших учебных заведений России. Изначально анкеты рассылались в 25 университетов, однако из двух из них ответов не последовало. Из 8480 студентов, которым было разослано приглашение принять участие в исследовании, на вопросы анкеты ответили 2882 человека, что составляет 33,9% респондентов. Кроме того, Россия заняла 7-ое место из 26 стран по количеству ответивших студентов. Общая выборка исследования по всем странам составила 93265 человек. Распределение респондентов по высшим учебным заведениям приведено в таблице 1.

Таблица 1
Распределение респондентов по университетам России

	Название высшего учебного заведения	% ответивших
1	Московский финансово-промышленный университет «Синергия»	13,5
2	Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Амосова	12,7
3	Самарский государственный экономический университет	10,9
4	Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	9,2
5	Воронежский государственный университет	8,1
6	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» — Нижний Новгород	6,5
7	Казанский государственный технический университет им. А.Н.Туполева	5,6
8	Ставропольский государственный аграрный университет	5,4
9	Санкт-Петербургский государственный университет — Высшая школа менеджмента	5,3
10	Красноярский государственный аграрный университет	4,2
11	Институт управления и предпринимательства — Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина	3,0
12	Санкт-Петербургский государственный университет — факультет прикладной математики и процессов управления	2,8
13	Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина — экономический факультет	2,2
14	Санкт-Петербургский государственный политехнический университет	2,2
15	Брянский государственный технический университет	2,1
16	Остальные университеты (+8)*	6,3
	Всего	100,0

* Примечание: осталось 8 университетов, набравших менее 2% от общего числа ответивших

Географическое распределение университетов по территории России приведено в Приложении 1.

3.2. Описание выборки

Подавляющая часть опрошенных — студенты бакалавриата/специалитета (89,1%), 8,7% ответивших учатся в магистратуре, 1,6% — аспиранты, и 0,6% — студенты иных программ. 43 человека (1,5%) являются студентами по обмену, из них: 72,1% — студенты бакалавриата/специалитета, 16,3% — студенты магистратуры, 4,7% — аспиранты и 7% — учатся на других программах.

Средний возраст респондентов в России составляет 21 год (для сравнения: в международном масштабе средний возраст — 25 лет). Следует отметить, что в России доля студентов младше 25 лет достигает 95,4%, т.е. составляет подавляющее большинство. В основном опрошенные российские студенты учатся на пятом (30,4%) или четвертом (9,2%) курсах.

Большая часть выборки (63,9%) принявших участие в опросе — женщины, в международном масштабе доля женщин также преобладает — 55,2%.

При ответе на один из вопросов студентов попросили указать ту область знаний (в широком смысле), в которой они получают образование. В таблице 2 обобщенно представлены четыре такие области: экономика и менеджмент, естественные науки, общественные науки и другие науки.

Анализ выборки показал, что среди респондентов исследования в России 62,5% изучают экономику и бизнес, естественные науки — 18% опрошенных, общественные науки — 7,5%, а графу «другие науки» выбрали 12% респондентов. Для сравнения, в международной выборке в области экономики и менеджмента учатся 29,3% респондентов, в области естественных наук — 32,9%, социально-гуманитарных наук — 21,5% ответивших, а «другие науки» выбрали 16,3%. В России процент в выборке обучающихся экономике и менеджменту сре-

Таблица 2

Распределение респондентов по специальностям

Специализация	Включенные дисциплины	Россия, %	Международная выборка, %
Экономика и менеджмент	Экономика, менеджмент, бизнес, системы управления и др.	62,5	29,3
Общественные науки	Социология, психология, искусство, педагогика, гуманитарные специальности и др.	7,5	21,5
Естественные науки	Математика, физика, компьютерные науки, химия, лесное хозяйство, медицина и др.	18	32,9
Другие науки		12	16,3

ди опрошенных студентов вдвое превышает аналогичный показатель среди респондентов по всему миру.

3.3. Сбор данных

Сбор данных в рамках проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESS) осуществляется с помощью онлайн-анкетирования, и каждая из стран-участниц имеет право перевести анкету на свой язык. Поэтому российская анкета была доступна российским участникам на русском языке.

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета выступила национальным партнером проекта. Исследовательская команда Высшей школы менеджмента СПбГУ отвечала за поиск и привлечение университетов-участников исследования, перевод анкеты и распространение ссылки на онлайн-анкету среди национальных участников проекта. Сбор данных проводился с марта по июнь 2011 г. В течение данного периода представителями университетов несколько раз рассылались письма со ссылками на онлайн-анкету по имеющимся у них адресам студентов для по-

лучения большего процента ответов. Всего анкета была разослана 8480 студентам, из которых ответили 2882 человека. Заполнение анкеты занимало 10–15 минут.

Как отмечалось, Россия впервые приняла участие в данном исследовательском проекте, однако количество опрошенных позволило нашей стране оказаться на 7-м месте по числу респондентов среди 26 стран.

В сборе данных и привлечении университетов-участников использовались официальные контакты Высшей школы менеджмента СПбГУ и Центра предпринимательства ВШМ СПбГУ, а также личные контакты исследователей. Огромную помощь в привлечении участников проекта оказала Российская Ассоциация обучения предпринимательству. Каждые две недели представителям университетов рассылались промежуточные итоги сбора данных с пожеланиями интенсифицировать усилия по привлечению студентов. Мотивирующим фактором участия стал приз: двое студентов — участников опроса получили от спонсоров проекта Центра предпринимательства США-Россия музыкальный плеер Apple iPod.

4. Результаты исследования

4.1. Намерения студентов относительно выбора карьеры

Ожидания и намерения студентов относительно будущей карьеры могут быть довольно разными. Очень часто происходит так, что работа, которую студенты выбирают сразу после окончания учебы в вузе, не совпадает с их предпочтениями в выборе работы спустя пять лет. Студенты приобретают все больше опыта, и их карьерные и профессиональные намерения меняются. В исследовании учитывался данный факт, и респондентам предлагалось ответить на два вопроса относительно карьерных предпочтений: сразу после окончания университета и спустя пять лет. Ответы на вопросы были условно разделены на четыре карьерные опции: наемный работник, учредитель, преемник и другое. Наемный работник работает по найму в существующей компании, учредитель является предпринимателем и основывает новый бизнес, преемник наследует и перенимает управление семейным бизнесом, в графе «другое» указывается отсутствие профессиональной карьеры, а также иные пожелания.

Из таблицы 3 видно, что большинство российских студентов сразу после окончания вуза стремится получить работу по найму (66,6%), это почти полностью совпадает с международной выборкой (67,8%). Большая их часть хочет работать в средней или крупной компании (27,9 и 28,7% ответивших, соответственно). Стать учредителями сразу после окончания вуза стремятся лишь 11,7% выборки, что тоже вполне соответствует международному уровню. Не определившихся с выбором карьеры в России — 15,9% респондентов, это также сопоставимо с международным показателем. Самая малая часть выборки хочет наследовать семейный бизнес — 5,9% опрошенных, в международном опросе и того меньше — 3,9%. Следует отметить, что

Таблица 3 Карьерные ожидания студентов в России и в мире

Какую карьеру Вы выберете сразу после окончания учебы и спустя пять лет после окончания учебы?	Россия		Международная выборка	
	Сразу после окончания вуза, %	Спустя пять лет после окончания вуза, %	Сразу после окончания вуза, %	Спустя пять лет после окончания вуза, %
Варианты ответа				
Наемный работник	66,6	28,6	67,8	38,2
...в малой или средней компании (1-249 работников)	27,9	4,0	22,4	7,1
...в крупной компании (>250 работников)	28,7	19,3	26,2	15,0
...в вузе/в университетской среде	7,1	3,1	9,2	7,6
...в общественном секторе	2,8	2,3	10,0	8,6
Учредитель	11,7	47,1	11,0	34,4
...продолжение работать в фирме, которую уже основал	1,9	7,1	2,3	4,1
...основание собственной фирмы	6,5	34,9	4,6	21,6
...начало работы фрилансером	2,3	2,3	3,4	5,9
...основание франчайзинговой компании	1,0	2,8	0,6	2,7
Преемник	5,9	7,2	3,9	8,9
...продолжение фирмы родителей/родственников (семейной фирмы)	4,4	3,8	2,3	2,9
...поглощение фирмы, не контролируемой семьей	1,5	3,4	1,6	6,0
Другое	15,9	17,0	17,3	18,6
...отсутствие профессиональной карьеры (например, путешествия, семья и т.д.)	3,4	3,5	4,8	3,3
...не знаю (еще пока)	8,8	10,0	7,9	9,9
...другое	3,6	3,6	4,6	5,4

n=2882, в %

распределение российской выборки если и отличается от международной, то весьма незначительно.

Ситуация меняется, когда речь заходит о карьерных ожиданиях спустя пять лет после окончания учебы. 47,1% российских студентов (почти половина) хотят открыть собственную фирму, т.е. стать учредителями; в международной выборке этот показатель составляет 34,4%. Почти на 38% уменьшилось количество желающих оставаться наемными работниками — до 28,6%, тогда как во всем мире этот показатель составляет 38,2%. Стать преемниками стремится большее количество ответивших — 7,2%, международный показатель тоже увеличился и составляет 8,9%. Не определившихся с выбором карьеры также стало больше, но ненамного: 17% — в России и 18,6% — в мире. Тенденции в изменениях карьерных ожиданий в России и мире наблюдаются одинаковые, однако в России большее количество ответивших думает об открытии собственного дела спустя пять лет после окончания учебы.

Среди российских студентов, обучающихся по экономическим и управленческим специальностям, распределение карьерных ожиданий представлено в таблице 4.

Таблица 4

Распределение карьерных ожиданий среди студентов экономических и управленческих специальностей в России

Какую карьеру Вы выберете сразу после окончания учебы и спустя пять лет после окончания учебы?	Сразу после окончания вуза, %	Спустя пять лет после окончания вуза, %
Наемный работник	67,2	27,0
Учредитель	10,3	49,0
Преемник	6,7	7,9
Не определились с выбором	15,8	15,9

По обучающимся общественным специальностям распределение карьерных ожиданий приведено в таблице 5.

Таблица 5

Распределение карьерных ожиданий среди студентов общественных специальностей в России

Какую карьеру Вы выберете сразу после окончания учебы и спустя пять лет после окончания учебы?	Сразу после окончания вуза, %	Спустя пять лет после окончания вуза, %
Наемный работник	69,1	44,7
Учредитель	12,0	28,6
Преемник	4,1	7,8
Не определились с выбором	14,7	18,9

Распределение карьерных ожиданий студентов естественнонаучных специальностей представлено в таблице 6.

Таблица 6

Распределение карьерных ожиданий среди студентов естественнонаучных специальностей в России

Какую карьеру Вы выберете сразу после окончания учебы и спустя пять лет после окончания учебы?	Сразу после окончания вуза, %	Спустя пять лет после окончания вуза, %
Наемный работник	64,6	27,5
Учредитель	14,5	48,0
Преемник	4,7	5,7
Не определились с выбором	16,2	18,8

Среди мужчин 61,9% ответивших хотят работать по найму сразу после окончания учебы и 31,1% — спустя пять лет; основать свой бизнес сразу после учебы желают 17,8% мужчин, а по прошествии пяти лет с момента окончания — 47,4%.

Среди женщин складывается несколько иная картина: после окончания вуза по найму хотят работать 69,2% ответивших, а основать свой бизнес — 9,2%; тогда как спустя пять лет после окончания учебы быть наемными работниками желают 27,3% студенток, а основать свой бизнес — 47%, соответственно.

Таким образом, общая тенденция налицо: независимо от получаемой специальности и пола респонденты намерены стать учредителями собственного бизнеса в основном спустя пять лет после окончания учебы. Это связано прежде всего с тем, что в течение пяти лет работы им необходимо получить ценный профессиональный опыт. Однако, если говорить о различиях, то у студентов гуманитарных и общественных специальностей через пять лет работы преобладает стремление сохранить позицию наемного рабочего. Вероятно, это связано с их предпочтением стабильности, а также с тем, что студенты, обучающиеся общественным наукам, не очень понимают, где и каким образом они могут начать свой бизнес.

В таблице 7 приведены результаты анализа мотивов, преобладающих в выборе карьерного пути студентов российских вузов.

Необходимо отметить ряд особенностей мотивации различных групп респондентов: довольно значимым среди учредителей и преемников семейного бизнеса является мотив «построить бизнес, который могут унаследовать мои дети». Вместе с тем «продолжить семейную традицию» весьма важно для преемников, что объяснимо, но не столь важно и даже нейтрально для учредителей собственного бизнеса и лиц, не определившихся с выбором карьеры. Интересно, что мотив «сле-

Таблица 7 Мотивы при выборе карьерного пути студентов российских вузов (1 — совсем не важен, 7 — очень важен, в баллах)

Мотив	В целом по выборке	Наемные работники	Учредители	Преемники	Другая карьера
Бросать себе вызов	5,01	4,85	4,91	4,91	4,80
Воплотить собственную мечту	6,09	5,77	6,19	6,08	5,89
Развиваться как личность	6,35	6,25	6,23	6,19	6,05
Получать большой личный доход	6,15	6,01	6,19	6,16	6,09
Финансовая безопасность	6,00	5,95	6,08	6,09	5,83
Построить бизнес, который могут унаследовать мои дети	5,13	4,25	5,74	5,94	5,21
Продолжить семейную традицию	3,35	2,99	3,70	5,02	3,83
Следовать примеру человека, которым я восхищаюсь	3,88	3,69	4,36	4,64	4,12
Быть новатором, на передовой линии новых технологий	4,72	4,36	5,43	5,07	4,81
Разработать идею нового продукта	4,91	4,55	5,68	5,24	4,86
Чего-либо достичь, получить признание	5,94	5,90	6,06	5,87	5,67
Приобрести более высокое положение в обществе	5,72	5,60	5,75	5,72	5,57
Получить большую гибкость для личной жизни	5,71	5,56	5,91	5,61	5,62
Быть собственным начальником	5,77	5,07	6,13	6,16	5,76
Реализовать выявленную мной особую бизнес-возможность	5,33	4,60	6,17	5,71	5,29
Следовать социальной миссии	4,69	4,53	5,08	4,85	4,86
Следовать экологической миссии	4,67	4,48	5,06	4,91	4,87

довать примеру человека, которым я восхищаюсь» важен только для приемников, а все остальные группы выражают к нему нейтральное отношение. Мотивы «быть новатором, на передовой линии новых технологий» и «разработать идею нового продукта» особо важны и для группы будущих учредителей, а будущие наемные работники относятся к ним при выборе карьеры нейтрально. Очень важным среди будущих учредителей считается мотив «развиваться как личность». Наконец, для будущих наемных работников не особенно значимы мотивы «следовать социальной миссии» и «следовать экологической миссии», тогда как для группы учредителей они имеют большее значение.

4.2. Предпринимательские намерения студентов

Приведенные выше комментарии касаются в основном карьерных предпочтений студентов. В настоя-

щем подразделе речь пойдет предпринимательских намерениях студентов, а также о тех действиях, которые осуществляются студентами в рамках создания своего бизнеса.

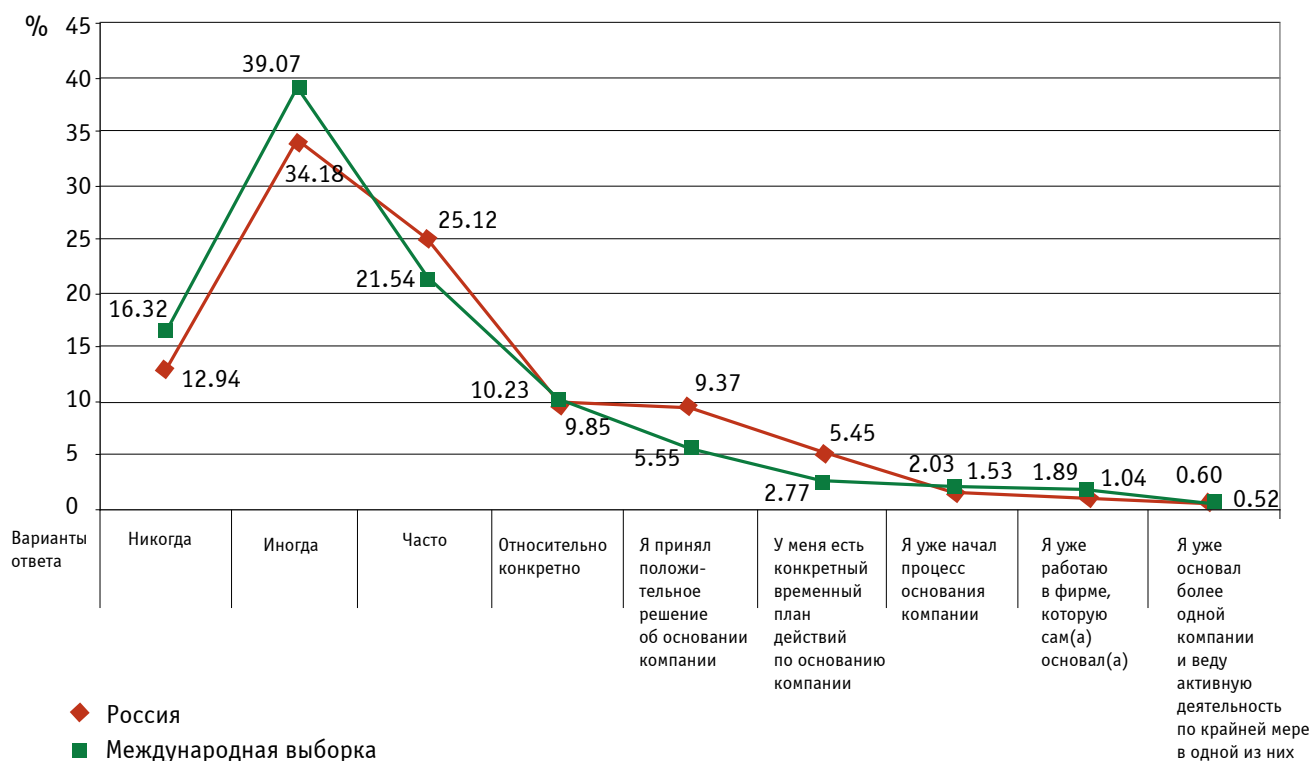
На рис. 2 представлены предпринимательские намерения студентов в России и во всем мире. Общая тенденция совпадает в обоих случаях: большинство студентов (34,2 и 39,1%, соответственно) лишь иногда задумывались о создании собственного дела.

Интересно, что почти одинаковое количество студентов в России и в мире задумывается о создании собственного бизнеса довольно серьезно. В то же время, процент ответивших, что они приняли положительное решение и у них есть конкретный план действий в России даже выше (почти вдвое), чем по международной выборке. В плане осуществления каких-либо действий в данном направлении ситуация почти одинаковая, однако Россия отстает на 0,5–1% от остального мира.

4.3. Предпринимательские действия студентов

Студенты, которые готовы связать свою жизнь с трудоустройством в качестве предпринимателя, классифицируются в исследовательском проекте «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» как потенциальные или активные основатели собственного бизнеса. Но насколько далеко студенты заходят в своих предпринимательских действиях? В российской выборке 47,1% респондентов (ответы «никогда» и «иногда», рис. 2) указали, что они еще не задумывались о ведении собственного дела, однако 51,3% студентов (ответы «часто», «относительно конкретно», «принятие решения об основании», «наличие временного плана действий», «начало процесса основания компании», рис. 2) подчеркнули, что они являются потенциальными предпринимателями, тогда как 1,6% (ответы

Рис. 2 Предпринимательские намерения студентов в России и в мире



«работа в фирме, которую сам основал» и «основал более двух компаний», рис. 2) — активными предпринимателями. Рассмотрим, насколько далеко зашли в своих предпринимательских действиях потенциальные предприниматели. Данное распределение представлено на рис. 3.

Россия почти на 10% (36,7 и 27,2%, соответственно) обгоняет международную выборку в ответе: «думал о первых бизнес-идеях». Кроме того, потенциальные предприниматели в России более активны в поиске потенциальных партнеров: 13,9 против 11,6% в мире. Остальные варианты ответа находятся практически на одинаковом уровне, отличаясь в пределах менее чем 1%.

Среди тех, кто уже определил дату основания бизнеса, был исследован временной период, в течение которого потенциальные предприниматели собираются приступить к своей деятельности. Результаты анализа представлены на рис. 4.

На рис. 4 видно, что большинство потенциальных предпринимателей собирается основать свое дело в течение года: 55,88% — в России и 49,21% — в мире.

Необходимо изучить отраслевые предпочтения потенциальных предпринимателей. Такое сравнение дает очень интересные качественные результаты в случае сопоставления международной и российской выборок (рис. 5).

Исходя из данных, представленных на рис. 5, можно заключить, что в России особенно популярными являются следующие отрасли: рекла-

Рис. 3 Действия потенциальных предпринимателей среди студентов в России и в мире

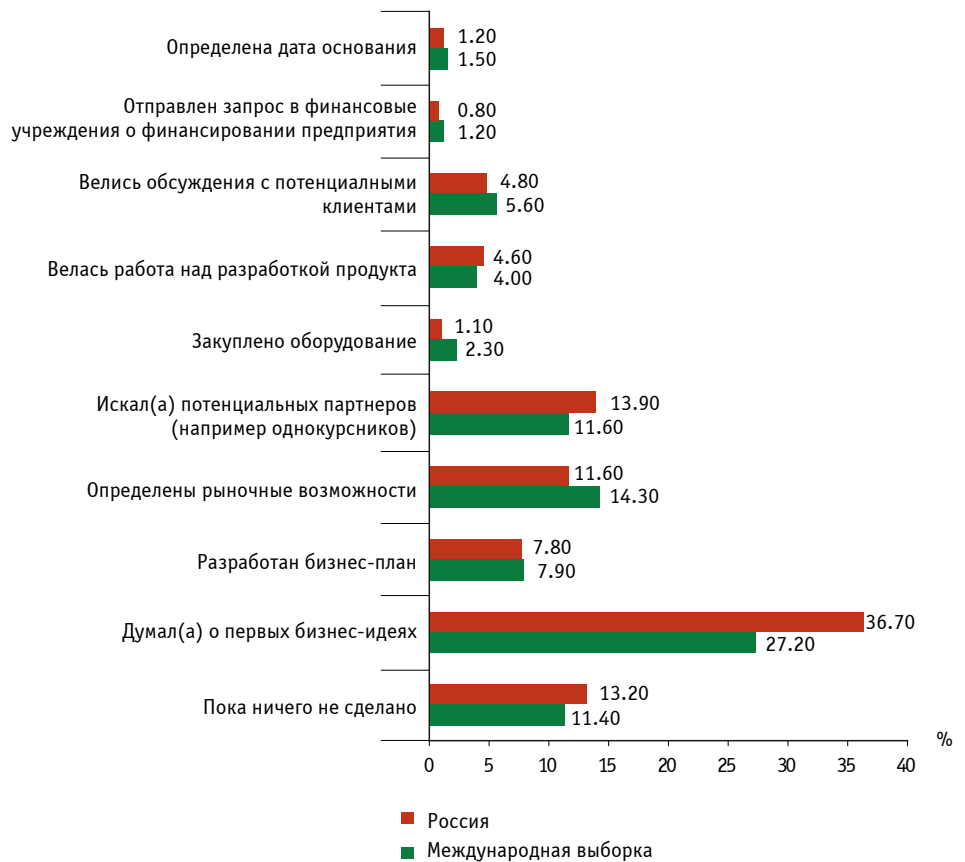


Рис. 4 Число лет до основания собственной компании

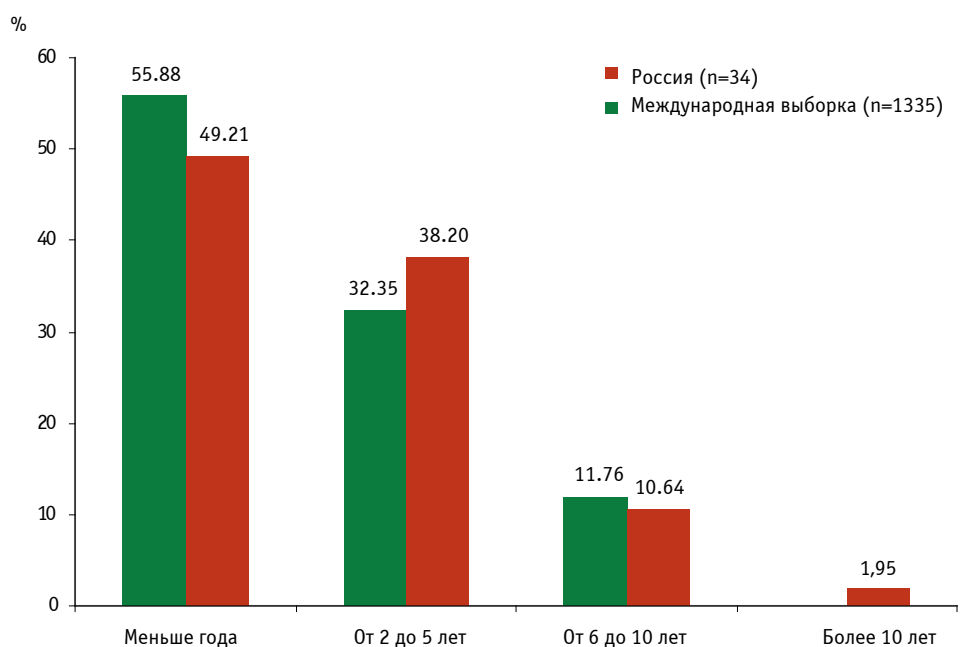
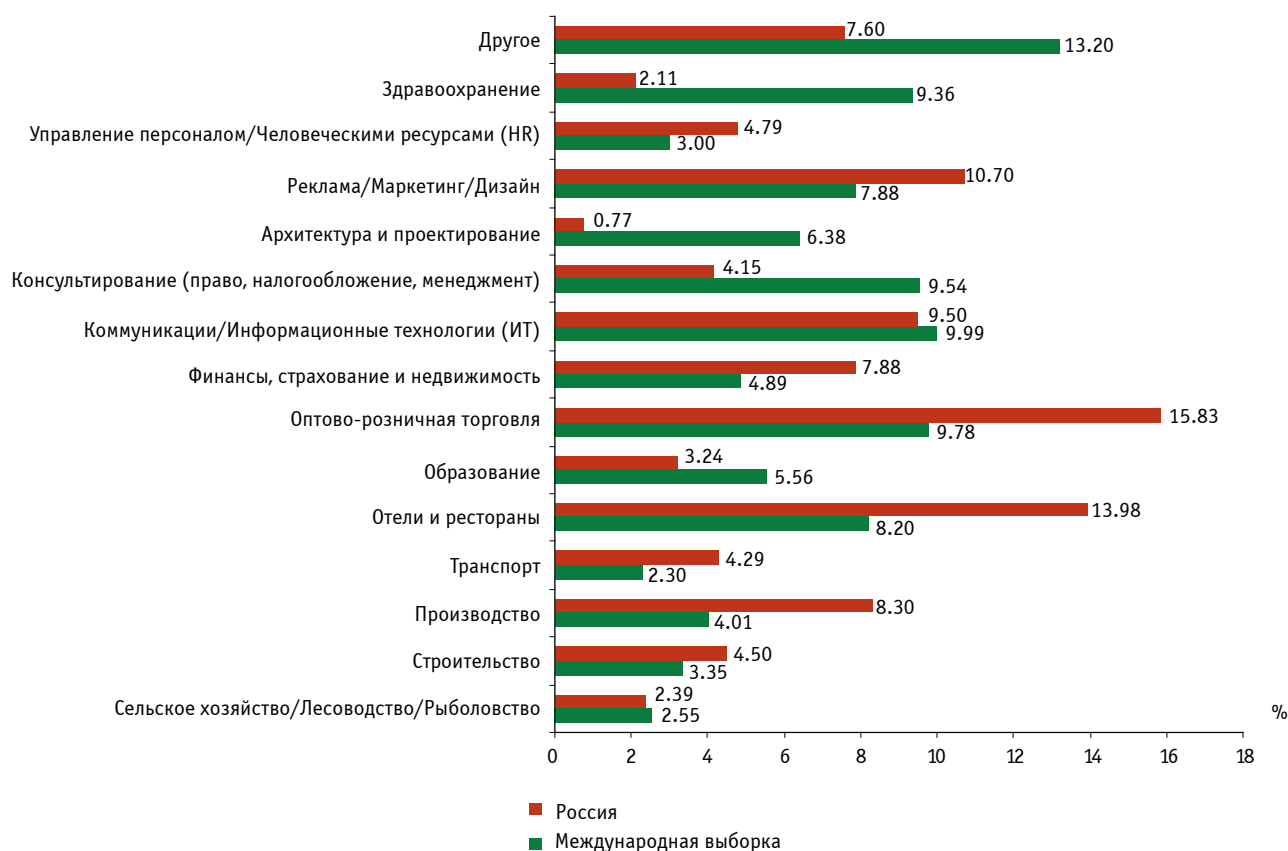


Рис. 5 Отраслевые предпочтения потенциальных предпринимателей



ма/маркетинг/дизайн (10,7% респондентов), оптово-розничная торговля (15,83%), гостинично-ресторанный бизнес (13,93%) и производство (8,3%), тогда как международная выборка превосходит российскую по следующим отраслям: здравоохранение (9,36%), архитектура и проектирование (6,38%), консультирование (9,54%), образование (5,56%) и в других, начиная от генной инженерии и заканчивая спортивными секциями (13,2%).

Интересным в плане изучения предпринимательских намерений у студентов является ответ на вопрос о происхождении бизнес-идеи: о том, как потенциальный предприниматель принял решение о создании собственного бизнеса. Результаты статистического анализа данного вопроса представлены в таблице 8.

Что касается наличия опыта работы потенциального предпринимателя до основания собственного бизнеса, то российским студентам, как показал анализ, требуется мень-

Таблица 8
Происхождение бизнес-идеи

Варианты ответа	Россия, %	Международная выборка, %
Настоящая или предыдущая работа	6,1	11,3
Хобби или увлечение в свободное время	21,0	13,1
Обучение в вузе	18,1	19,1
Научное или прикладное исследование	4,4	4,8
Собственная идея или идея однокурсников	18,1	12,6
Друзья вне вуза	6,2	4,6
Члены семьи	9,7	7,7

ше времени: два года по сравнению с шестью по миру в целом. Кроме того, российские студенты готовы посвящать бизнесу 58% своего рабочего времени в неделю, тогда как в международной выборке этот показатель составляет 53%.

Применительно к вопросу о потенциальных партнерах, результаты распределились следующим образом (табл. 9).

Большинство российских потенциальных предпринимателей размышляет о бизнесе с одним партнером (44,6%), которого они будут искать в вузе или в кругу друзей вне вуза (46,3 и 55%, соответственно). Не желают иметь партнеров 27,1% российских респондентов. Похожая ситуация и в мире: большинство опрошенных студентов хотят иметь одного партнера или не иметь их вообще (39,9 и 35,2%, соответственно); поисками партнеров намерены заниматься в вузе и в кругу друзей вне вуза (49,6 и 55,2%, соответственно). Поиском партнеров в кругу родственников или в семье в России и в мире думают заняться 29,5 и 27,7% ответивших на данный вопрос.

Результаты опроса относительно источников финансирования будущего бизнеса продемонстрированы на рис. 6.

Интересно, что практически одинаковое количество респондентов отметили банковские кредиты в качестве источника финансирования и в России и в мире: 20,74 и 20,47%, соответственно. В мире чаще полагаются на собственные средства — 41,12%, в России — 32,08%. При этом в нашей стране рассчитывают на капитал семьи и помощь друзей 21,74%, а в мире — 14,94% респондентов. Однако собственные средства доминируют в качестве источника финансирования в обеих выборках.

4.4. Активные предприниматели среди студентов

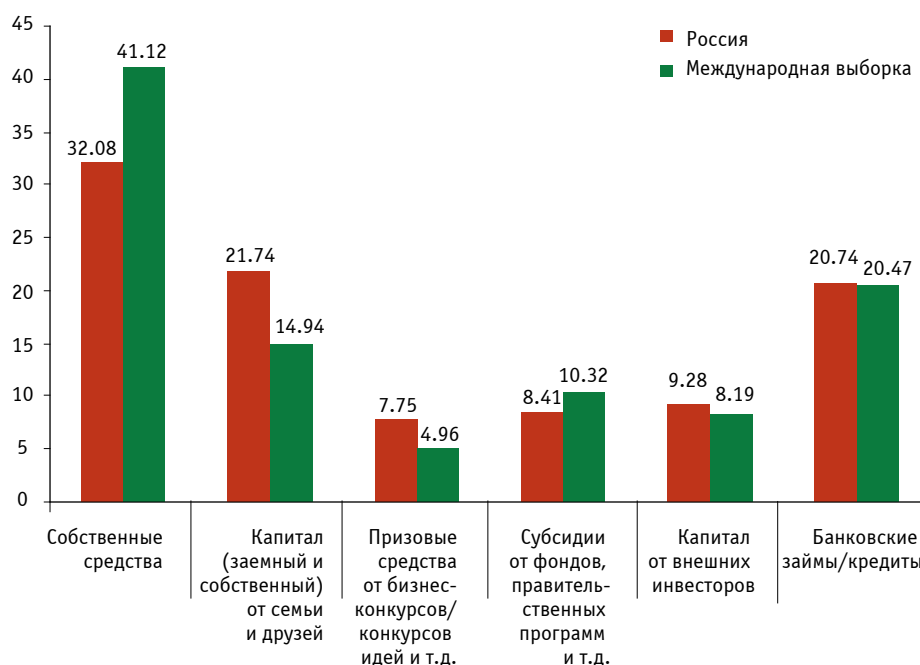
В данном подразделе мы фокусируемся на изучении активных пред-

Таблица 9

Потенциальные партнеры по бизнесу: количество и источники поиска

Количество партнеров по бизнесу		
Варианты ответа	Россия, %	Международная выборка, %
Нет	27,1	35,2
Один партнер	44,6	39,9
Два партнера	21,4	17,9
Три партнера	4,1	3,9
Четыре партнера и больше	2,7	3,2
Источники поиска потенциальных партнеров (возможно несколько ответов)		
Вуз	46,3	49,6
Круг друзей вне вуза	55,0	55,2
Родственники / семья (родители, братья, сестры)	29,5	27,7
Супруг/супруга	21,0	18,5

Рис. 6 Источники финансирования будущего бизнеса потенциальных предпринимателей, %



принимателей и их характеристиках. Активные предприниматели — это те, кто работает в фирме, которую сами основали, или те, кто основал более 1 фирмы. В российской выборке таких набралось 45 человек, а в международной — 2324 человека.

Необходимо провести описательное исследование профилей данной группы предпринимателей. По полу и возрасту активные предприниматели распределяются по выборке следующим образом (табл. 10).

Из таблицы 10 видно, что распределение по полу в России и во всем мире примерно одинаково: среди активных предпринимателей преобладают мужчины (71,1 и 68,8%, соответственно) для России и международной выборки. Применительно к возрасту результаты оказались диаметрально противоположными: 71,1% активных предпринимателей в России младше 25 лет, по сравнению с их 30%-й долей в мире.

Распределение активных предпринимателей по сферам обучения представлено в таблице 11.

В России преобладают активные предприниматели среди студентов, получающих образование в области экономики и менеджмента, а именно: 64% респондентов против 34% в международной выборке. Однако в международном масштабе наблюдается преобладание активных предпринимателей среди студентов общественных и гуманитарных специальностей, а также незначительное — среди студентов естественных научных специальностей.

Обратимся к характеристикам созданных фирм. Количество партнеров, с которыми было создано предприятие, в среднем составляет 2,62 для России и 1,9 — по всему миру. В целом можно заключить, что в России бизнес создается с тремя партнерами, а по миру в среднем — с двумя. Средняя доля собственности, принадлежащая респонденту, примерно одинакова в России и в мире: 61 и 68,3%, соответственно.

Что касается результативности

Таблица 10

Распределение активных предпринимателей по полу и возрасту, %

Распределение по полу		
Варианты	Россия	Международная выборка
Мужской	71,1	68,8
Женский	28,9	31,2
Распределение по возрасту		
До 25	71,1	30,0
Старше 25	28,9	70,0

Таблица 11.

Распределение активных предпринимателей по сферам обучения, %

Сфера обучения	Россия	Международная выборка
Экономические и управленческие науки	64	34
Социальные науки	4,4	21,6
Естественные науки	22,2	29,8
Другие области	8,9	15,1

бизнеса, то средние показатели в России примерно вдвое выше, чем в среднем по миру. Среднее количество сотрудников в российской фирме составляет 6, а в мире — 3 человека. Объем продаж за прошедший год достиг в среднем 929 321 евро в России и 459 755 евро — в мире.

Относительно ориентации на рост следует отметить, что российские активные предприниматели среди студентов ожидают, что в течение первых пяти лет их фирма вырастет по количеству персонала на 35% (на 3 человека в среднем) и на 20% — по объему продаж. В международном масштабе ситуация несколько иная: по росту количества персонала ожидания состав-

ляют 29,1% (1 человек), однако по показателю роста объема продаж — 125,9% (в шесть раз выше). Опыт основателя в случае обеих выборок — около года (0,67 и 0,65 года, соответственно).

Рассмотрим вопрос об источниках финансирования бизнеса. На рис. 7 приведены результаты распределения средств финансирования из разных источников.

Большая часть созданных активными предпринимателями-студентами компаний были открыты на собственные средства, причем по миру этот показатель выше: 72,51% по сравнению с 57,84% в России. Доля капитала, взятого у друзей и семьи выше в России (23,76%), а мире она составляет 14,45%.

Рис. 7 Источники финансирования бизнеса активных предпринимателей, %

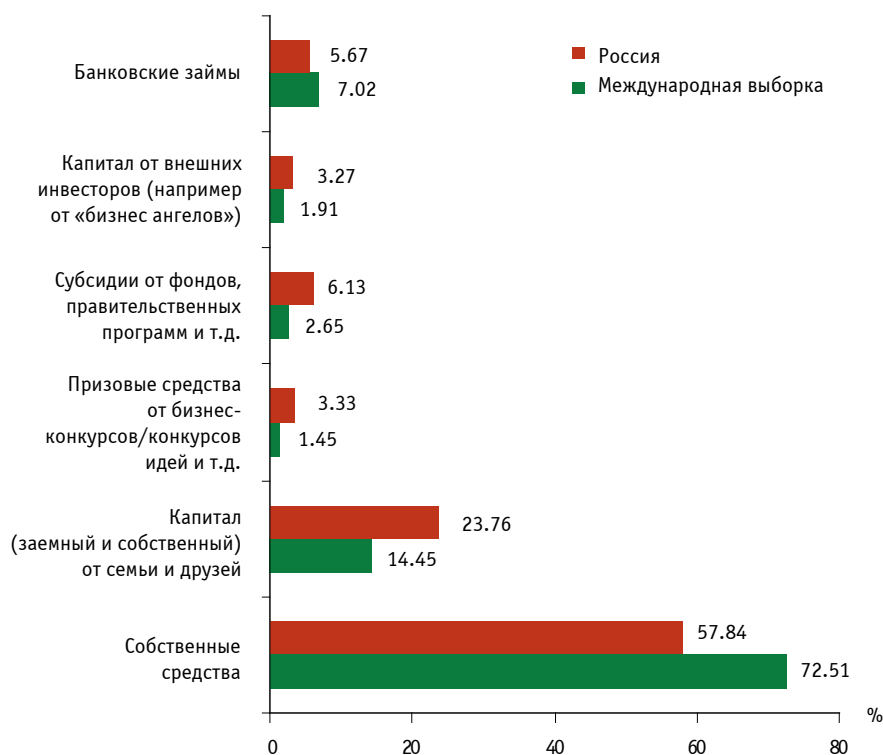
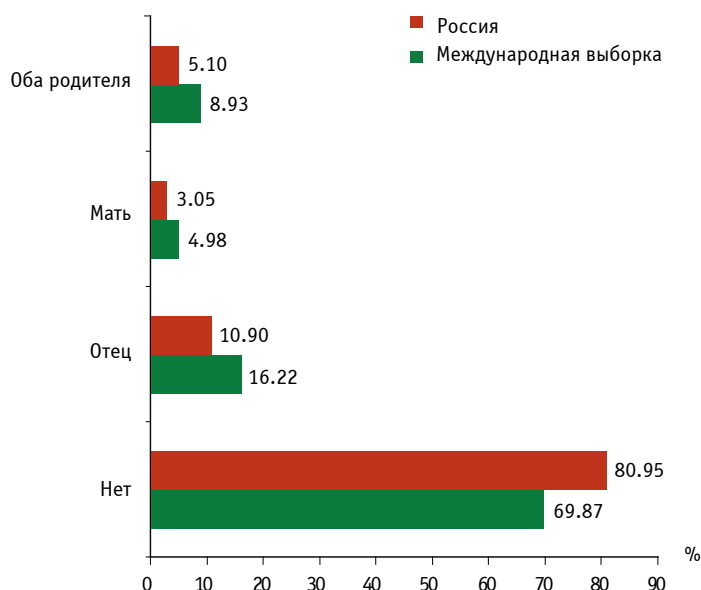


Рис. 8 Наличие собственников бизнеса в семьях студентов, %



4.5. Семейный бизнес

В данном подразделе исследуются характеристики распределения студентов, наследующих семейный бизнес. Для проведения полноценного анализа семейного бизнеса и преемственности в данной сфере среди студентов-участников опроса необходимо выяснить, у какого процента респондентов родители являются собственниками бизнеса. На рис. 8 представлены ответы студентов из российской и международной выборок.

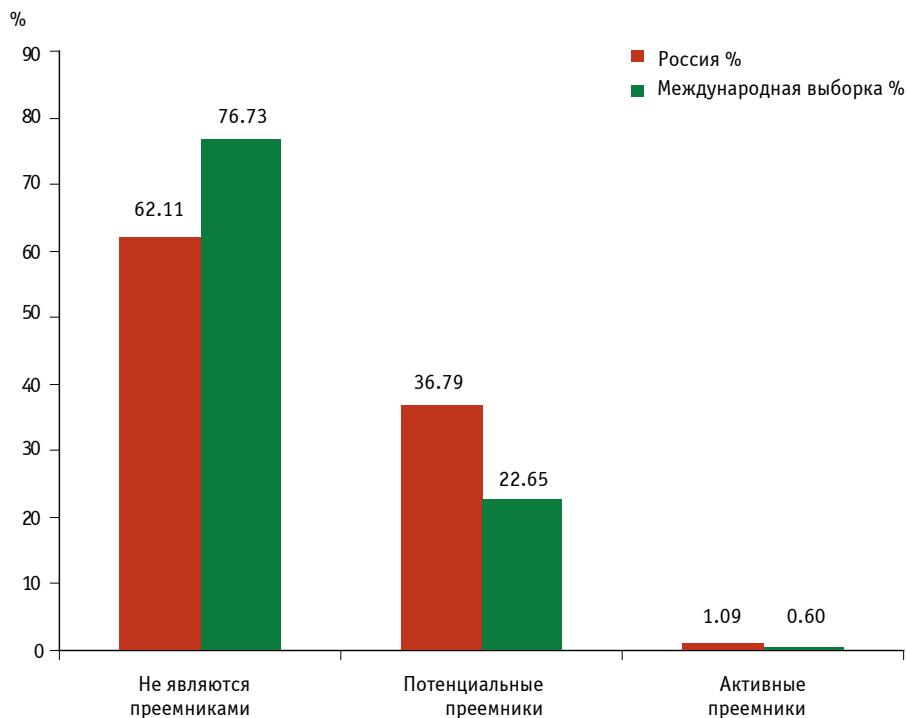
На рис. 8 показано, что у большинства опрошенных студентов из России и в международной выборке родители не являются собственниками бизнеса (80,95 и 69,87%, соответственно). В остальных показателях международные значения выше, чем российские, однако налицо следующая тенденция: в большинстве случаев собственник — отец, затем — оба родителя, мать же является собственником в меньшем количестве случаев.

На рис. 9 продемонстрированы уровни преемственности во владении и управлении семейными компаниями среди студентов России и всего мира.

Несмотря на малые масштабы преемственности, российские студенты чаще готовы перенимать у родителей семейный бизнес: так потенциальными преемниками являются 36% респондентов в России и 22,7% — в мире, а активными преемниками выступают 1,09% российской выборки потенциальных наследников, тогда как в мире — 0,6%.

Проведем анализ семейного бизнеса по аналогии с бизнесом, созданным самими студентами. В таблице 12 проиллюстрированы основные показатели деятельности семейного бизнеса.

Рис. 9. Уровни преемственности в бизнесе среди студентов России и мира, %

Таблица 12
Основные показатели деятельности семейного бизнеса

Показатели деятельности	Россия	Международная выборка
С какого года существует основная компания?	1999	1989
С какого момента компанией управляет Ваша семья, год?	2000	1991
Сколько всего членов семьи работает в компании, человек?	1,68	1,93
Какая доля собственности в компании принадлежит Вашей семье, %?	72,47	74,92
Общая численность персонала компании (с полной занятостью), человек.	40,5	16,4
Какой был оборот компании в прошлом году (годовой объем продаж), евро?	4167866	274706407

Как следует из таблицы 12, российские фирмы образовывались на 10 лет позже, чем в среднем по миру. Такое же различие наблюдается и в обретении контроля семьей над бизнесом, однако необходимо отметить, что в российских фирмах в среднем работает вдвое больше сотрудников, чем в фирмах по всему миру. Основное отличие — в объемах продаж за прошедший 2010 г.: средний объем продаж российских фирм превысил 4 млн евро, тогда как в международной выборке — достиг почти 275 млн евро.

Однако в среднем российские собственники и собственники в международной выборке контролируют почти равные доли собственности: 72,47 и 74,92%, соответственно.

4.6. Индекс предпринимательской силы

Предпринимательские намерения и действия студентов используются для расчета совокупного индекса предпринимательской силы⁴ студентов страны. Индекс принимает значения от 1 до 100 в каждом конкретном случае, однако в реальности значения не достигают 100, в качестве индекса страны берется средний индекс по всем случаям. Методика расчета приведена в Приложении 2.

Для России индекс предпринимательской силы равен 11,13. Наша страна находится на 21-м месте среди 26 стран, принимавших участие в опросе. Кроме того, индекс предпринимательской силы среди российских студентов ниже соответствующего среднего международного индекса: он составляет 12,39. Россия опережает в данном списке такие страны, как Япония, Греция, Пакистан, Германия, Австрия и Бельгия. На первых местах находятся Великобритания, Финляндия и Португалия (рис. 10).

⁴ Предпринимательская сила (Entrepreneurial power) — индекс, показывающий, насколько сильны предпринимательские настроения студентов страны.

Интересным продолжением анализа студенческих предпринимательских настроений является определение отношения количества активных предпринимателей среди опрошенных к общему числу респондентов в данной стране. В этом рейтинге Россия занимает 22-е место с показателем 1,6% и не отличается по нему от уровня индекса предпринимательской силы (рис. 11).

Однако иные страны разнятся: так, очень мало предпринимателей среди опрошенных во Франции, Сингапуре, Китае, Люксембурге и Японии. На первых местах находятся Эстония, Великобритания и Лихтенштейн. Средний показатель держится на уровне 2,5%.

4.7. Барьеры при формировании предпринимательского духа студентов

Одним из наиболее важных аналитических разделов настоящего отчета является подраздел, посвященный барьерам, мешающим студентам стать предпринимателями — основать свой бизнес или перенять управление семейным бизнесом у своих родственников. Эти барьеры должны быть изучены и, по возможности, устранены для содействия развитию предпринимательства и инфраструктурной поддержки малого и среднего бизнеса в стране.

Барьеры на пути основания собственного бизнеса

На рис. 12 представлена значимость различных барьеров, стоящих на пути молодых предпринимателей в процессе основания ими фирм. Данный показатель оценивался по 7-балльной шкале. На рисунке приведено сравнение результатов, полученных для российской и международной выборок. Как видно, наиболее значимым ба-

Рис. 10 Индекс предпринимательской силы, %

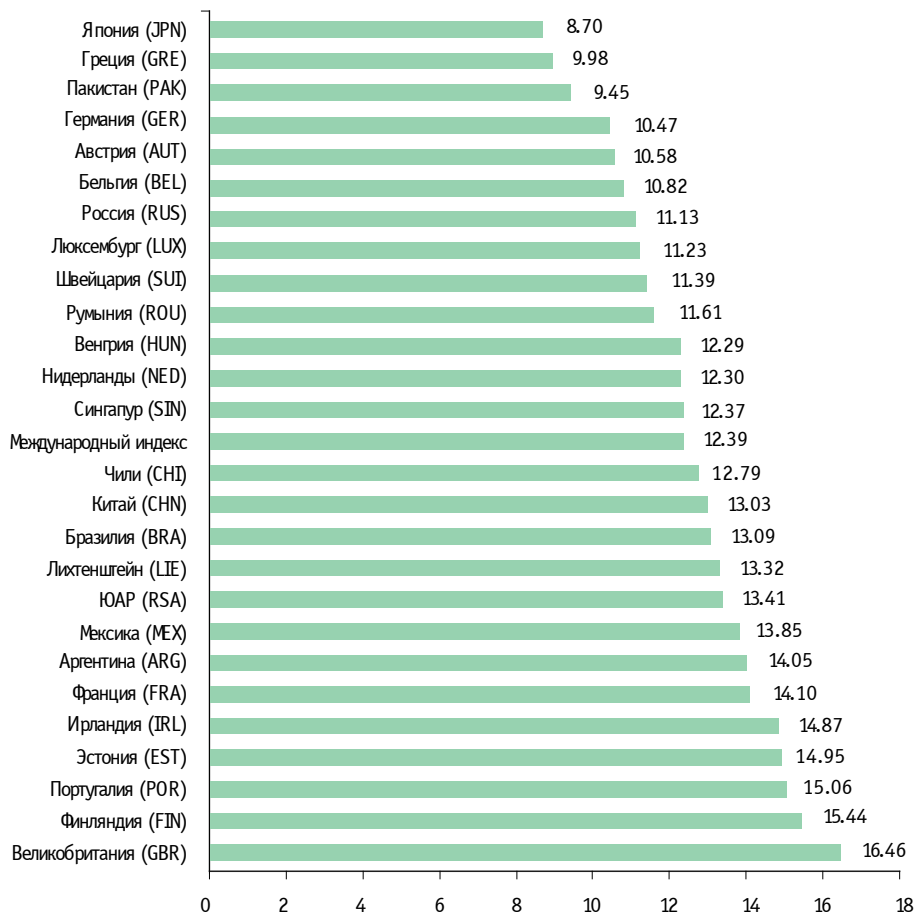
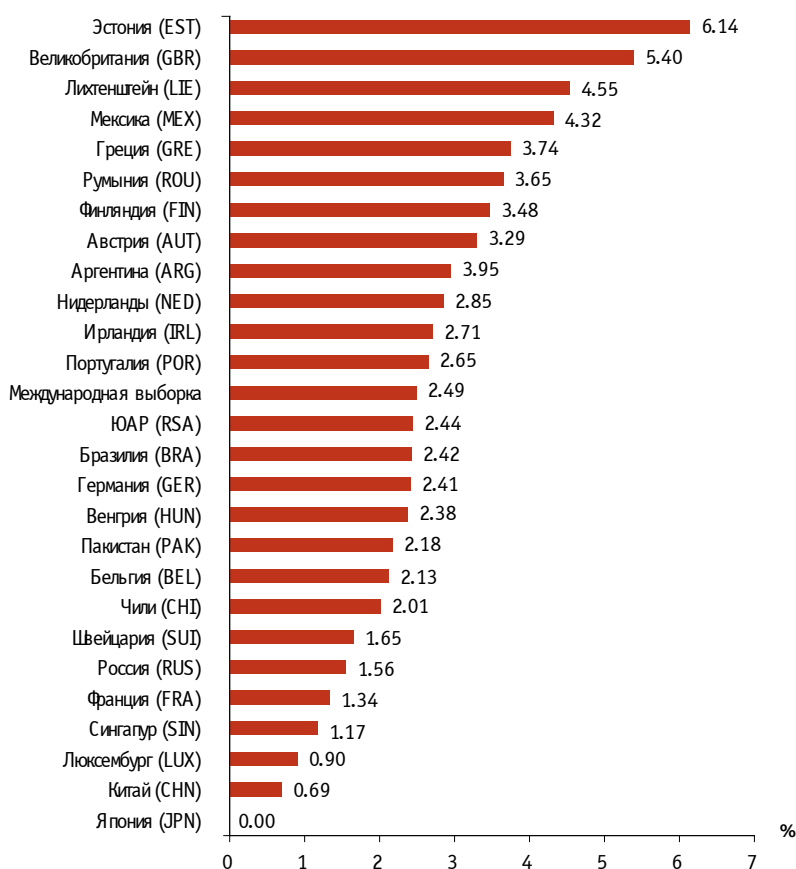


Рис. 11 Процентное соотношение активных предпринимателей среди студентов к количеству ответивших на вопросы анкеты, %



рьером является «доступ (его отсутствие) к финансовому капиталу»: 5,1% — для России и 4,89% — в среднем по миру. Второй по значимости барьер как в мире, так и в России, — это «финансовые риски»: 4,73 и 4,42%, соответственно. Самым незначительным барьером обе выборки посчитали «чрезмерную нагрузку предпринимателя». Следует отметить, что наибольшее различие между показателями представлено в ответе «обладание необходимыми навыками и способностями». Для России это довольно существенный барьер, тогда как во всем мире его значимость меньше. Кроме того, интересен тот факт, что все барьеры для российской выборки более значимы (в большей или меньшей степени), чем для международной выборки.

Барьеры при наследовании семейного бизнеса

Другой аспект предпринимательской активности студентов — это наследование семейного бизнеса. Немаловажно, что здесь также есть факторы, мешающие нормальному протеканию данного процесса. Результаты их сравнительного анализа представлены на рис. 13. Интересно, что для России самый значимый барьер — «нежелание работать в этой компании независимо от других барьеров», его значение составляет 4,54 балла из 7 (по международной выборке значение существенно ниже — 3,93 балла). Самыми незначительными были признаны «рабочая нагрузка предпринимателя» (этот показатель — также самый низкий в международной выборке) и «ежедневная работа в коллективе с родителями/членами семьи». Причем, в международном срезе самый незначительный барьер — «ответственность за успешное продолжение семейной традиции».

Важно отметить, что в России

Рис. 12 Значимость барьеров в процессе основания фирм студентами (1 — совсем не значим, 7 — очень значим)

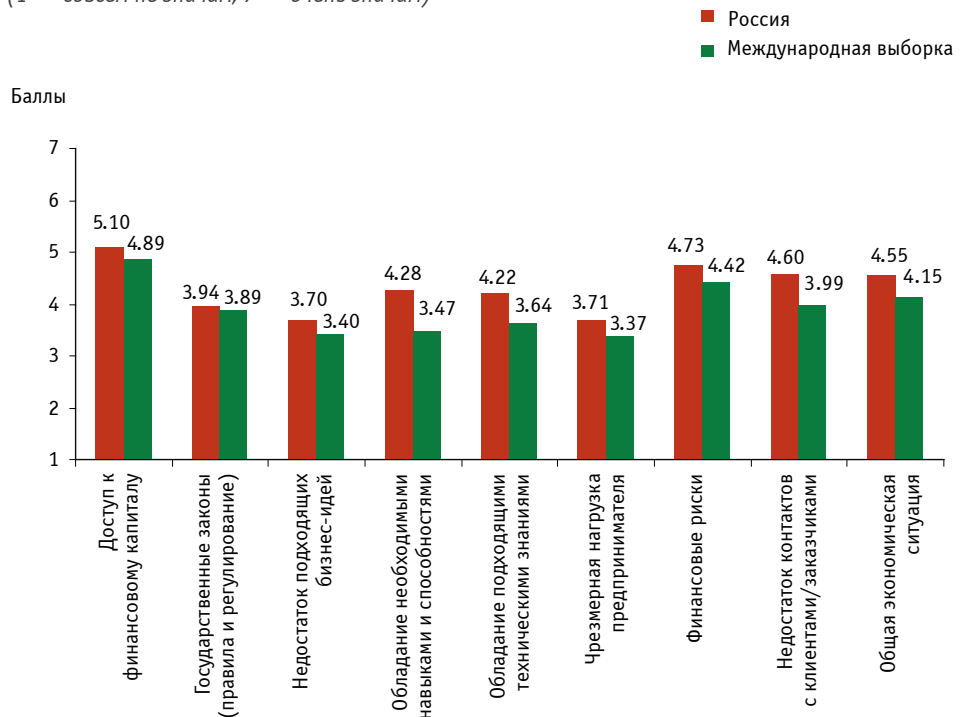
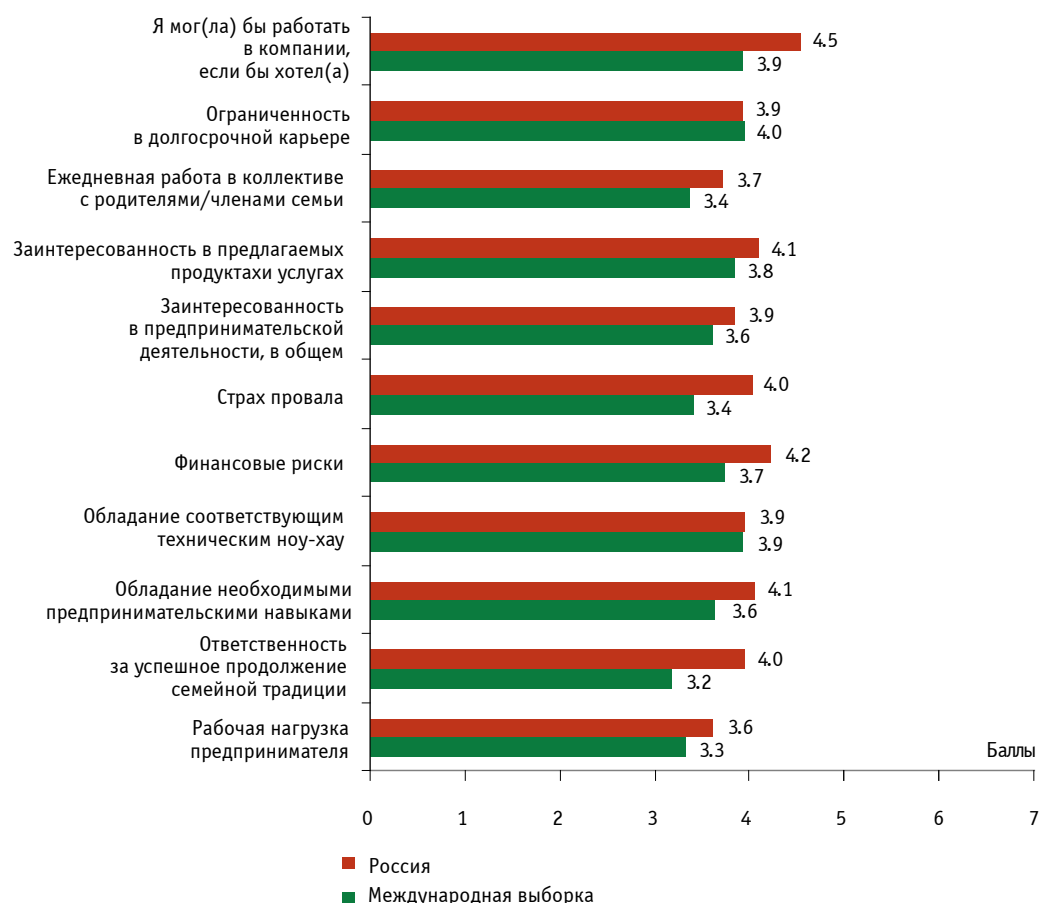


Рис. 13 Значимость барьеров для преемников собственного бизнеса (1 — совсем не значим, 7 — очень значим)



значимость показателей для всех ба-
рьеров также выше, как и в предыду-
щем случае, чем в среднем по всему
миру.

4.8. Факторы содействия предпринимательству в вузах

В наибольшей степени развитию
и воплощению предпринимательских
намерений у студентов способствует
наличие инфраструктуры содей-
ствия предпринимательству в вузе:
наличие курсов, семинаров, бизнес-
инкубаторов, мастер-классов, финан-
совой поддержки и пр. Для изучения
данной проблемы в анкету был вклю-
чен вопрос о наличии предложений
(факторов развития предпринима-
тельства) в каждом конкретном вузе.
В перечень, который представлен
в таблице 13, включены не только
курсы и семинары, предоставляющие
возможности для образования сетей
предпринимательства (общение с
предпринимателями, встречи, конкур-
сы и проч.), но и технологические ре-
сурсы и финансовая помощь. Студен-
тов просили ответить на ряд вопросов:
осуществляет ли их вуз предложение
таких инфраструктурных возможно-
стей; хотели бы они принимать уча-
стие в подобной деятельности, если
она не проводится; удовлетворены
ли они имеющимися предложения-
ми? Ответы на поставленные вопросы
продемонстрированы в процентном
соотношении в таблице 13.

Необходимо отметить, что наи-
более представленными видами ин-
фраструктурной поддержки являются
«технологические и поисковые ресур-
сы (библиотека, интернет-ресурсы)»
— 75,4% ответивших, а также нали-
чие в большинстве вузов-участников
опроса курсов по предприниматель-
ству (65%) и бизнес-планированию
(67,7%). Также среди курсов при-
сутствуют предложения по предпри-
нимательскому маркетингу (52%), а
среди сетевых площадок — конкурсы
бизнес-планов (53,4%). В осталь-
ном, на наличие предложений указа-
ли меньше половины респондентов.
Самый низкий показатель — у курса
«семейный бизнес» (11,3%), у курсов

Таблица 13 Наличие инфраструктуры развития предпринимательства
в российских вузах, %

Есть ли такое предложение в Вашем вузе?				
Варианты ответа	Да, %		Нет / не знаю, %	
			Я бы хотел	Мне это не нужно
Предпринимательство	65,1	34,9	71	29
Семейный бизнес	11,3	88,7	58,3	41,7
Финансирование предпри- нимательских компаний	37	63	64,2	35,8
Технологическое предпри- нимательство	24,4	75,6	49,7	50,3
Социальное предпринима- тельство	21,2	78,8	51,4	48,6
Предпринимательский маркетинг	52	48	63,5	36,5
Инновации и формирование идей	48,6	51,4	74,5	25,5
Бизнес-планирование	67,7	32,3	70,3	29,7
Семинары, проводимые предпринимателями	49,7	50,3	72	28
Площадки для общения с потенциальными инвесто- рами	29,8	70,2	71,4	28,6
Конкурсы бизнес-планов	53,4	46,6	59,4	40,6
Программы коучинга и на- ставничества для потенци- альных предпринимателей	21,5	78,5	65,6	34,4
Встречи для обсуждения вопросов по предпринима- тельству	45,7	54,3	66,6	33,4
Технологические и поис- ковые ресурсы (библиотека, интернет-ресурсы)	75,4	24,6	57,2	42,8
Стартовый капитал / финан- совая поддержка вуза	20,8	79,2	78,2	21,8

«технологическое предпринимательство» и «социальное предпринимательство» также низкие показатели: 24,4 и 21,2%, соответственно. Среди возможностей для построения сетей наиболее низкий показатель у программ коучинга и наставничества (21,8%). Традиционно вузы не предлагают финансовую помощь, хотя 20,8% участников опроса отметили, что она все же имеется. Из тех, кто не посещал и не участвовал в указанных программах, большинство хотели бы быть задействованными в их осуществлении. Характерно, что студенты, конечно, ожидают финансовой помощи от вуза (78,2%). При этом, что интересно, значительное большинство их них хотели бы иметь в вузе учебные курсы по инновациям и формированию бизнес-идей (74,5%).

Таким образом, в российских вузах присутствуют предложения по обучению отдельным элементам предпринимательства, но слаба инфраструктурная поддержка — мало площадок для построения сетей контактов, общения, обмена помощью, а также отсутствует составляющая, связанная с поиском/предоставлением финансирования.

Необходимо также проанализировать степень удовлетворенности теми предложениями в области предпринимательства, которые присутствуют в вузах России. На рис. 14 продемонстрированы результаты анализа степени удовлетворенности такими предложениями.

Характерно, что при сравнении результатов международного исследования с российской его частью налицо существенное превышение показателей удовлетворенности предлагаемыми курсами и возможностями в области предпринимательства у российских студентов. Особенно странным кажется тот факт, что удовлетворенность вызвали курсы по социальному предпринимательству, семейному бизнесу, а также программы коучинга, несмотря на то

Рис. 14 Степень удовлетворенности предложениями вузов в области предпринимательства (1 — полностью не удовлетворен, 7 — полностью удовлетворен)



что они меньше всего представлены в российских вузах (табл.11). Наименьшая удовлетворенность связана с отсутствием площадок для встреч с предпринимателями (сетевой аспект инфраструктурной поддержки предпринимательства), а также с курсами непосредственно по предпринимательству и инновациям. В международном срезе студенты более всего удовлетворены предоставлением технологических ресурсов, а также курсами по инновациям (сравните с Россией) и предпринимательскому маркетингу. Наименьшую удовлет-

воренность вызывает организация площадок для встреч с предпринимателями, как и у российских студентов, а также ситуация с финансовой поддержкой со стороны вуза.

Следующим пунктом изучения удовлетворенности стал анализ результатов, которые студенты достигли вследствие посещения организуемых вузом мероприятий в области предпринимательства (рис. 15).

Прежде всего следует отметить очередное превышение российских результатов исследования над результатами международной выборки.

Рис. 15 Результаты опроса студентов, посещавших мероприятия по развитию предпринимательства (1 — полностью не согласен, 7 — полностью согласен)



Наибольшее значение у показателя «в моем вузе есть предпосылки, способствующие становлению предпринимателя» — 4,61 из 7 баллов. Затем следуют ответы «в моем вузе я узнал много предпринимательски настроенных однокурсников» (4,55) и о том, что мероприятия, которые посещались «углубили мое понимание ценностей и мотивации предпринимателей» (4,5). Последний показатель является также самым высоким из международных, за ним следуют «повышение способности выявлять бизнес-возможность» и «повышение способности создавать личные контакты». Наименьшие значения у российских студентов представлены по показателю «усовершенствование практических управленческих навыков для создания бизнеса» (4,22), а в международной выборке — по показателю «в моем вузе есть предпосылки, способствующие становлению предпринимателя» (3,92). Необходимо обратить внимание на то, что на мероприятиях, посвященных предпринимательству, работа велась больше с готовыми идеями или над развитием собственных идей. По этому показателю Россия уверенно опережает международное значение. Таким образом, в России больше свободы над проработкой собственных идей, нежели в среднем по миру (4,42 и 3,67 балла, соответственно).

5. Анализ результатов

Выделим и прокомментируем наиболее характерные результаты проведенного исследования. Отметим, что некоторые из них идут вразрез с международными тенденциями и выступают уникальным российским явлением.

Прежде всего, необходимо отметить, что в целом, характеризуя предпринимательские намерения и настроения российских студентов, можно с ответственностью заявить, что они ни в коей мере не уступают, а даже в чем-то даже превосходят существующие за рубежом. Однако, наряду с этим положительным моментом, необходимо затронуть важный недостаток российской развивающейся экономики — неразвитость институтов, инфраструктуры поддержки предпринимательства в целом. Так, в России не развиты программы помощи предпринимателям, только в последние годы стали создаваться площадки для их общения между собой и с государственной властью. В особой поддержке нуждаются ранние предприниматели, из числа которых студенты составляют ощутимую часть. Развитие инфраструктуры взаимодействия предпринимателей и государства должно стать одной из приоритетных задач российской власти. Немаловажной, а, скорее всего, основной частью такого развития должна выступать система обучения предпринимательству, раскрывающая предпринимательские намерения студентов, предоставляющая им качественные образовательные услуги, а также разного рода институциональную и ресурсную поддержку.

Остановимся на фактах, отличающих Россию от остальных стран.

1. Обратимся к профилю выборки: в России большая часть опрошенных учится на экономических и управленческих специальностях (62,5%), что вдвое превышает международный показатель. Возможные причины этого кроются в том, что Россия впервые

участвует в глобальном исследовании предпринимательского духа студентов и на участие в исследовании откликнулись вузы, имеющие контакты с национальным координатором проекта — Центром предпринимательства Высшей школы менеджмента СПбГУ. Учитывая экономико-управленческий профиль Высшей школы менеджмента СПбГУ, стоит отметить, что университеты-партнеры также имеют экономический профиль деятельности. Однако многие из них являются факультетами более крупных университетов, в которых анкета рассылалась по студентам всех факультетов с приоритетом экономических специальностей. Средний возраст опрошенных также различается: 21 и 25 лет для России и международной выборки, соответственно. Это различие порождено фундаментальными принципами системы образования в России и во многих странах мира. У нас студенты поступают в вуз в возрасте 17–18 лет, тогда как во многих странах этот порог составляет 20–22 года.

2. Карьерные предпочтения студентов. Не является странным тот факт, что в течение пяти лет после окончания учебы молодые специалисты в большинстве своем хотят быть наемными работниками. Получив необходимые теоретические знания, студенты намерены проверить их на практике, получить практический опыт. Спустя пять лет после окончания учебы многие (в международной выборке — та же самая тенденция) изменяют свои предпочтения в сторону открытия собственного бизнеса, причем в России эта тенденция даже выше, чем в среднем по миру. Это можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, приобретая необходимый опыт, многие молодые люди мечтают о независимости в выборе своего места работы, а наилучший путь стать независимым — создание собственного бизнеса. Во-вторых, в России предпринимательство ста-

новится все более престижным, уважаемым, социально-одобряемым занятием, что дает, помимо социальной обеспеченности, еще и материальную выгоду. В-третьих, материальная выгода более отчетлива, если ты занимаешься собственным бизнесом, а не являешься наемным работником. Следует отметить также высокий процент респондентов, не определившихся с выбором карьерного пути спустя пять лет после окончания учебы. Видимо, эти студенты учитывают высокий уровень неопределенности в современном мире и пока не могут сказать, как сложится их карьерный путь через пять лет после окончания учебы.

3. Мотивы, лежащие в основе выбора карьерного пути, характеризуются рядом интересных особенностей. Так, довольно важным является мотив «построить бизнес, который могут унаследовать мои дети» (среди будущих учредителей и преемников семейного бизнеса). Это можно объяснить намерением построить успешный, стабильный бизнес, приносящий доход, сохраняющийся долгое время. Вместе с тем продолжение семейной традиции довольно важно для преемников, что объяснимо, так как именно этот мотив и лежит в основе преемственности. Отметим, что для учредителей нового бизнеса важны мотивы «быть новатором, на передовой линии новых технологий» и «разработать идею нового продукта». Это подтверждает теорию, согласно которой предприниматели являются инноваторами и поставщиками новых инновационных продуктов на рынок. Также это может быть связано с тем, что со старым продуктом на российском рынке есть риск не заработать денег, поэтому предприниматели стремятся все-таки быть инновационными. Очень важным среди учредителей считается мотив «развиваться как личность». Таким образом, предпринимательство рассматривается в качестве весьма значимого шага в собственном развитии.

Наконец, для наемных работников не являются важными мотивы «следовать социальной миссии» и «следовать экологической миссии». Интересно, что они сознательно не имеют мотивов, лежащих уже за пределами просто получения дохода и инновационности, так как не склонны к риску, имеют и стремятся сохранить стабильный доход и возлагают социальную ответственность и заботу об экологии на своего работодателя. Для группы учредителей эти два мотива проявляются ярче, чем для всех остальных. Это свидетельствует о том, что предпринимателям выгодно заботиться об окружающей среде и обществе, чтобы обрести необходимую легитимность и, вероятно, облегчить институциональное давление. Кроме того, данные мотивы могут проявляться в связи с тем, что предпринимателям легче и эффективнее заботиться об окружающей среде и обществе, чем входить в коррупционные схемы и преодолевать прочие искажения институциональной среды. Интересно, что наемные работники абсолютно нейтральны к идее инновационности продукта, технологии и не стремятся походить на людей, которыми они восхищаются. Именно их статус наемных работников свидетельствует о том, что мотивы продвижения по службе и личностного роста являются иными, нежели у предпринимателей.

4. Анализ показал, что предпринимательские намерения российских студентов вполне совпадают с международными, однако в два раза превышают их, когда дело доходит до первых конкретных шагов открытия бизнеса. Показатели «я принял конкретное решение об основании компании» и «у меня есть план действий по основанию компании» превышают международный уровень. Однако затем ситуация выравнивается. Скорее всего, это объясняется тем, что предпринимательская карьера является предпочтительной для многих студентов ввиду своей престижности. Они находятся в поиске идей для основания собственного бизнеса, строят

планы в отношении будущей работы, однако в дальнейшем барьеры, возникающие на пути предпринимателя (финансовые, институциональные, отсутствие опыта), заставляют большую часть студентов отказываться от своих намерений и приобретать опыт, зарабатывать деньги, будучи наемными работниками. Это подтверждается данными рисунка 3, на котором ответ «думал о первых бизнес-идеях» в России превышает международный уровень почти на 10%, а ответ «искал потенциальных партнеров» — на 2,3%. Далее все показатели выравниваются.

5. Относительно отраслевых предпочтений следует отметить, что российские данные отличаются от международных. В среднем по миру потенциальные предприниматели предпочитают основывать бизнес в профессиональных отраслях (консалтинг, архитектура и проч.), тогда как в России бизнес основывается в тех отраслях, где не нужны большие стартовые вложения (реклама), а также в отраслях, связанных с хобби и времяпрепровождением (гостинично-ресторанный бизнес, бары, клубы). Это косвенно подтверждается данными таблицы 7: в России большинство идей основано на хобби и увлечениях в свободное время.

6. Среди источников финансирования собственного бизнеса в России, как и в мире, лидируют собственные средства, что, прежде всего, связано с недоступностью кредитов в России, а также нежеланием брать деньги в финансовых учреждениях, опасаясь провала в начале своей деятельности. Стоит отметить, что по источнику «средства друзей и семьи» Россия опережает международную выборку. Это можно объяснить тем, что России присуща большая семейная общность, а также меньший уровень личных доходов в среднем, чем в других странах, что не всегда позволяет потенциальному предпринимателю открыть компанию только на свои деньги. В связи с нежеланием брать кредиты в банках и недоступностью финансовой под-

держки от инвесторов, потенциальный предприниматель обращается за капиталом к семье и друзьям.

7. Что касается активных предпринимателей в студенческой среде, то в России преобладают мужчины (71,1%), что вполне согласуется с теориями о женском предпринимательстве и роли, принимаемой большинством женщин в современном обществе, — матери, домохозяйки, наемного работника. Однако активные предприниматели в России моложе своих зарубежных коллег: большинство из них младше 25 лет (70%), тогда как в среднем в мире активные предприниматели старше 25 лет (68%). Это связано, прежде всего, с особенностью выборки: в России она в среднем младше, чем по миру. В России в вуз поступают сразу после окончания школы, к тому же молодые люди в нашей стране предпочитают учебу в вузе службе в армии. Анализ направлений обучения активно настроенных студентов показывает, что здесь также преобладают экономические и управленческие науки, затем следуют технические дисциплины. Как уже отмечалось, это связано, в первую очередь, с характеристиками выборки.

8. Остановимся на анализе результативности бизнеса, созданного активными предпринимателями в России и в среднем по миру. Неожиданно выяснилось, что в России фирмы больше, чем в международной выборке, как по численности персонала, так и по объемам продаж. Предположительно, это может быть связано с тем, что российские фирмы ведут деятельность в традиционных отраслях (общественное питание, торговля, реклама), тогда как в среднем по миру особо популярны специализированные отрасли, которые меньше по размеру и могут состоять из одного человека. Соответственно, показатели результативности таких фирм будут различаться. Однако, если российские фирмы растут экстенсивным путем (найм персонала, увеличение числа операций), то рост фирм за рубежом происходит

интенсивно — их ожидания относительно увеличения объема продаж в течение пяти лет превышают ожидания российских предпринимателей в шесть раз.

9. Анализ преемственности бизнеса показал, что лишь небольшой процент опрошенных студентов имеет родителей-собственников, причем чаще всего собственником выступает отец. Кроме того, из тех, чьи родители владеют бизнесом, лишь 36% готовы стать преемниками и 1% уже являются преемниками семейного бизнеса. Несмотря на малую долю преемников среди российских респондентов, она все же выше, чем средняя международная. Это может быть объяснено тем, что в России больше некому передавать управление семейным бизнесом, кроме как детям. Люди недоверчиво относятся к наемным управляющим. Данная мотивация, скорее всего, продиктована пожеланиями родителей-собственников, нежели самих преемников-студентов.

10. Описательные характеристики и характеристики результативности российского и международного бизнеса с точки зрения наследования различаются. Во-первых, семейный бизнес в мире старше российского в среднем на 10–11 лет. Это легко объясняется реформами, произошедшими в стране в начале 1990-х гг., а также кризисным 1998 г., когда многие потеряли работу и единственным выходом для них стало предпринимательство по необходимости. Однако анализ показывает, что российские фирмы развиваются экстенсивно: в них больше сотрудников (в 2,5 раза), чем в иностранных компаниях, однако объем продаж последних превышает объем российских в десятки и сотни раз. Вероятно, что в среднем российские фирмы из выборки отвечают критериям малого бизнеса: 40 человек персонала и объем продаж — 10 млн евро в год. Малый бизнес в России редко является международным и лишь иногда выходит за пределы своего региона, тогда как в Европе международное предпринимательство развито

довольно широко. Кроме того, десять дополнительных лет развития позволили бизнесу выйти на более высокую ступень развития, при этом не следует забывать о тяге международного бизнеса к узкоспециализированным отраслям, где может иметь место слабое конкурентное давление.

11. Индекс предпринимательской силы (методика его расчета приводится в Приложении 2) показывает, насколько сильны предпринимательские намерения студентов в той или иной стране. Он оценивает количество людей, которые являются потенциальными и активными предпринимателями относительно общего числа респондентов в национальной выборке, а также те действия, которые предприняты ими в отношении своих намерений заниматься предпринимательством. К сожалению, Россия здесь стоит на 21-м месте. Учитывая низкий индекс предпринимательской силы в России, в ней довольно сильны предпринимательские настроения и есть предпосылки для становления предпринимательства среди студентов. Однако низкий уровень институтов, инфраструктурной поддержки влияет на то, что молодые люди, столкнувшись с трудностями, покидают предпринимательский путь развития карьеры, не хотят заниматься предпринимательством в студенчестве или сразу после окончания вуза.

12. Необходимо подробнее остановиться на барьерах, стоящих на пути развития предпринимательства. В целом все барьеры можно разделить на три группы факторов: институциональные, финансовые и индивидуальные. Анализ показал, что все три группы факторов являются значимыми для российских респондентов, однако индивидуальные факторы, связанные с личными навыками, способностями, используемыми в бизнесе технологиями, все же менее важны, чем финансовые и институциональные. Необходимо решить, прежде всего, такие проблемы, как рост доступа к капиталу через повышение доступности кредита, развитие инве-

стиционных программ, снижение процентных ставок для определенных категорий молодых предпринимателей и т.д. Следует отметить, что существуют институциональные проблемы двух видов: инфраструктурная поддержка предпринимателей и государственные системные институциональные сложности. Речь идет о возможности студентов и будущих предпринимателей встречаться с действующими предпринимателями и налаживать сети контактов, взаимопомощи, обмена опытом — такие инициативы ведут к повышению уровня предпринимательской активности и большей выживаемости бизнеса. Что касается второй проблемы институционального уровня, то здесь следует говорить о решении структурных проблем коррупции, высоких налогов, закрытости некоторых отраслей, правовой незащищенности и т.д. С точки зрения семейного бизнеса самая насущная проблема преемственности — нежелание детей наследовать и управлять бизнесом своих родителей. Возможно, это связано со стремлением создать что-то свое, т.е. самореализовываться (стоит отметить высокую значимость барьера «незаинтересованность в предлагаемых продуктах и услугах»), либо с нежеланием вообще заниматься бизнесом, живя в свое удовольствие, получая ренту, либо с отсутствием необходимых способностей, что также является значимым барьером.

13. Наконец, необходимо проанализировать те учебные курсы и иные предложения, которые существуют в вузах, принявших участие в настоящем исследовании: имеются ли они, посещают ли такие занятия студенты (если нет, то готовы ли посещать; если да, то насколько они удовлетворены результатами). Частотный анализ показал, что далеко не все вузы предлагают инфраструктуру для обучения предпринимательству. В некоторых вузах существуют курсы по бизнес-планированию, маркетингу и предпринимательству, слабо представлены курсы по семейному бизнесу, технологическому предпринимательству и со-

циальному предпринимательству. Что касается различных мероприятий по налаживанию сетевых навыков и контактов, то наименее распространены площадки для встреч с инвесторами и программы коучинга. В поддержке бизнеса со стороны вуза не хватает, конечно, финансовой составляющей. Кроме того, как и ожидалось, большая часть из тех студентов, которые не посещали данные мероприятия, хотела бы их посещать. Немаловажно, что наиболее востребована именно практическая помощь, а также сетевая инфраструктура: студенты хотят приобрести больше практических навыков, иметь возможность общаться, контактировать с потенциальными инвесторами. Это полностью согласуется с полученными ранее данными о том, что существенными барьерами выступают доступ к капиталу, отсутствие практических навыков управления фирмой. Именно на это стоит обратить особое внимание в процессе формирования поддержки потенциальных и активных предпринимателей, системы обучения предпринимательству в России (наличие возможностей для студентов-предпринимателей приобрести реальный опыт предпринимательства, а также общаться, иметь обратную информацию о своих проектах) и возможностей получения финансирования на льготных условиях.

14. Удивительно, но российские студенты выразили удовлетворенность каждым мероприятием из представленного в ходе опроса списка (показатель выше, чем в среднем по международной выборке). Объяснений этому может быть два: либо российские студенты довольствуются тем, что представлено по тематике предпринимательства в России в вузе и поэтому менее критичны в своих оценках по сравнению с иностранными студентами, либо они не намерены критично оценивать данную ситуацию, так как полагают, что в России теория и практика оторваны друг от друга, и не готовы серьезно воспринимать предложения в области предпринимательства. Каждая из указан-

ных причин настораживает, так как объясняется низким качественным уровнем курсов по предпринимательству, отсутствием институциональных мер по улучшению ситуации с малым предпринимательством, а также слабой инфраструктурой обучения и помощи предпринимателям в России.

15. Однако, говоря о результатах обучения, посещения различных мероприятий в области предпринимательства, важно отметить, что российские студенты в большей степени, чем иностранные расширили свои способности. Вероятно, это является важным индикатором того, что обучение предпринимательству в современной России необходимо развивать и выводить на качественно новый уровень, чтобы студенты имели возможность совершенствоваться в тех областях, где им не хватает опыта, знаний и поддержки для занятия предпринимательством. Это важно, потому что на занятиях российские студенты чаще прорабатывают собственные идеи, нежели имеющиеся готовые решения: они не думают, что решения сработают, и не намерены пользоваться готовыми идеями для бизнеса.

6. Заключение

Резюмируя, следует подчеркнуть чрезвычайную важность Глобального исследования предпринимательского духа студентов (GUESSS) в деле изучения и развития предпринимательства как в мире в целом, так и в отдельно взятой стране. Условия могут быть разными, однако полученные результаты дают возможность принять меры для улучшения ситуации с обучением и развитием предпринимательских намерений студентов.

Результаты, полученные по российской выборке, выделяют ряд существенных проблем в обучении предпринимательству, развитии и распространении предпринимательских намерений в нашей стране. Прежде всего следует отметить слабый качественный уровень предлагаемых

курсов, недостаточную институциональную поддержку предпринимательства и невысокий уровень развития инфраструктуры обучения и помощи предпринимательству.

Вместе с тем исследование показало, что российские студенты являются весьма предпринимательски настроенными людьми, которые имеют богатый предпринимательский потенциал, способны к созданию и развитию бизнес-идей, достойных воплощения, занимаются бизнесом сами, причем их фирмы по результативности превосходят международные аналоги. Представляется, что при должной поддержке на государственном уровне индекс предпринимательской силы России был бы намного выше нынешнего значения. Соответственно, необходимо развиваться, устранять барьеры на пути развития бизнеса и намерений создать его, формировать улучшенную инфраструктуру обучения предпринимательству — чему, собственно, и посвящено настоящее исследование.

Литература

Васильева Ю. Бизнесу дали карту: правительство определит пути развития малого и среднего предпринимательства // Российская газета. 2010. №739. 16 февраля [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2010/02/16/biznes-planu.html>.

Верховская О., Дорохина М. Отчет: Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2010. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петербург. гос. ун-та, 2011.

Долгопятова Т. Концентрация акционерной собственности и развитие российских компаний (эмпирические свидетельства) // Вопросы экономики. 2007. Т. 1. №2. С. 84–97.

Занятость и безработица в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. 2011. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Зоидов К., Моргунов Е., Биджамова К. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве. М.: ЦЭМИ РАН, 2009.

Латухина К. Стратегией по взятке // Российская газета. 2010. № 5158. 79. С. 2

Нешиной А. Концептуально-методические основы комплексной оценки эффективности предпринимательской деятельности // Финансовый менеджмент. 2002. № 4. С. 7–9.

Образовательные учреждения высшего профессионального образования // Федеральная служба государственной статистики. 2011. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Полтерович В. Институциональные ловушки: Есть ли выход? // Общественные науки и современность. 2004. № 3.

Рыбина М. Организационно-экономические условия формирования конкурентоспособного малого предпринимательства // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №4. С.45–62.

Сайдуллаев Ф., Шестоперов А. Оценка уровня развития малого предпринимательства в регионах России в 2008 г. // Отчет национального института системных исследований проблем предпринимательства. М., 2009.

Статистика высшего образования // Статистический портал Статистика.ру. 2007. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://statistika.ru>.

Тамбовцев В.Л. Траектории институциональных изменений: теория и российские реалии/ В кн.: Модернизация экономики и выращивание институтов; отв. ред. Е.Г.Ясин, М.: Изд. дом ГУ ВШЭ. 2005. Книга 1. С.300–310.

Djankov S., Miguel E., Qian Y., Roland G., Zhuravskaya E. Who are Russia's Entrepreneurs? // Journal of the European Economic Association. 2005. Vol. 3. 2–3. С. 587–597.

Russia. Economic crime in a downturn. The 5th Global economic crime survey // PriceWaterhouseCoopers Report. Moscow, 2009.

Riaco J., Hodess R., Evans A. Bribe payers index // Transparency International Report. Berlin. 2008.

Riaco J., Hodess R. and Evans A. The 2009 Global Corruption Barometer Report // Transparency International Report. Berlin, 2009.

Sala-i-Martin X. The Global Competitiveness Report 2009-2010 // Geneva, World Economic Forum, 2009.

Zhuplev A., Kiesner F., Zavadsky I. Impediments to small business development in Russia // Dallas, TX, 18th Annual Conference of the U.S. Small Business and Entrepreneurship, 2004.

Zhuplev A., Shtykhno D. Motivations and Obstacles for Small Business Entrepreneurship in Russia: Fifteen Years in Transition // Journal of East-West Business. 2009. 15. P. 25–49.

Zhuplev A., Shein V. Small and medium size enterprises in Russia // Handbook of Research on European Business and Entrepreneurship — Towards a Theory of Internationalization. Northampton: Edward Elgar Publishing. 2008. P. 544–563.

Williams C., Round J. Evaluating informal entrepreneurs' motives: Evidence from Moscow // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2009 15. 1. P. 94–107.

Williams C. The hidden enterprise economy: Entrepreneurs in the underground economy in England, Ukraine, and Russia // The Journal of Applied Management and Entrepreneurship. 2009. 14. 2. P. 44–60.

Приложение №1

Географическое распределение университетов-участников проекта GUESSS в России





Приложение №2**Методика расчета индекса предпринимательской силы**

Каждому ответу на вопрос о действиях потенциального предпринимателя в отношении открытия собственной фирмы присваивались следующие веса (табл. 1).

Номер вопроса	Ответ	Вес
1	Никогда	1
2	Иногда	3
3	Часто	3
4	Относительно конкретно	5
5	Я принял положительное решение об основании компании	5
6	У меня есть конкретный временной план действий по основанию компании	5
7	Я уже начал процесс основания компании	7
8	Я уже работаю в фирме, которую сам(а) основал(а)	8
9	Я уже основал более одной компании и веду активную деятельность, по крайней мере, в одной из них	10

Затем ответы на вопрос о шагах, предпринятых для основания собственной компании, умножались в соответствии с распределенными весами и суммировались между собой (табл. 2).

Номер	Вопрос	Коэффициент
1	Пока ничего не сделано	1
2	Думал(а) о первых бизнес-идеях	3
3	Разработан бизнес-план	5
4	Определены рыночные возможности	5
5	Искал(а) потенциальных партнеров (например, однокурсников)	5
6	Закуплено оборудование	7
7	Велась работа над разработкой продукта	7
8	Велись обсуждения с потенциальными клиентами	7
9	Отправлен запрос в финансовые учреждения о финансировании предприятия	8
10	Определена дата основания	10

Наконец, индекс предпринимательской силы высчитывался как среднее значение переменной, полученной путем сложения переменной с весами и переменной, сложенной из ответов на вопрос о шагах, умноженных на соответствующий вес:

Индекс предпринимательской силы = $\text{Вес} + \sum (\text{Шаг для основания собственной компании} \cdot \text{Соответствующий вес})$

В качестве индекса берется среднее значение из всех значений этого показателя. Индекс может находиться в диапазоне от 1 до 100, но в реальности среднее значение редко выходит за пределы 30.

Приложение №3

Список стран-участниц исследовательского проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS), университетов, и представителей проекта в стране

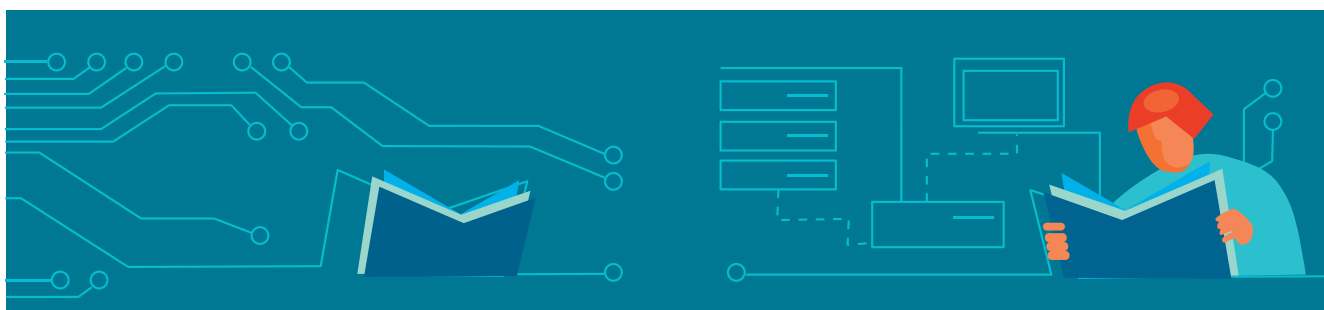
№	Страна	Университет	Представитель
1	Австрия	Johannes Kepler University Linz	Prof. Dr. Norbert Kailer
2	Аргентина	IAE Business School	Prof. Silvia Carbonell
3	Бельгия	Vlerick Leuven Gent Management School	Prof. Dr. Hans Crijns
4	Бразилия	Universidade Nove de Julho	Prof. Edmilson Lima
5	Великобритания	Kingston University, Kingston	Prof. Robert Blackburn
6	Венгрия	University of Pecs, Faculty of Business & Economics	Prof. Dr. Laszlo Szerb
7	Германия	University of Hohenheim / KMU-HSG	Dr. Heiko Bergmann
8	Греция	University of Western Macedonia	Prof. Katerina Sarri
9	Ирландия	University of Limerick	Dr. Naomi Birdthistle
10	Китай	Tongji University (CDHK), Shanghai	Prof. Zheng Han
11	Лихтенштейн	Hochschule Liechtenstein	Prof. Dr. Urs Baldegger
12	Люксембург	Institut Universitaire International Luxembourg	Prof. Pol Wagner
13	Мексика	Institutio Technologico de Estudios Superiores de Monterrey	Prof. Elisa Flores
14	Нидерланды	Erasmus University, Rotterdam	Prof. Roy Thurik
15	Пакистан	GC University, Lahore	Prof. Najaf Khan
16	Португалия	Technical University of Lisbon, Instituto Superior Tecnico	Joao Leitao and Rui Baptista
17	Россия	St.Petersburg State University	Prof. G. Shirokova, A. Kulikov
18	Румыния	University of Bucharest	Dr. Lilian Ciachir
19	Сингапур	National University of Singapore	Prof. Dr. Wong Poh Kam
20	Финляндия	Lappeenranta University of Technology	Prof. Asko Miettinen
21	Франция	UPR Stratégie et Organisation, EM Lyon	Prof. Dr. Alain Fayolle
22	Чили	Universidad Adolfo Ibanez, Santiago	Prof. German Echeopar
23	Швейцария	University of St.Gallen (KMU-HSG); HEG Fribourg	Philipp Sieger; Prof. Rico Baldegger
24	Эстония	Tallinn University of Technology	Prof. Dr. Urve Venesaar
25	ЮАР	Stellenbosch University	Dr. Suzette Viviers
26	Япония	Hosei University	Prof. Noriko Taji

АВТОРЫ**Галина Викторовна Широкова**

Д.э.н., директор Центра предпринимательства
Высшей школы менеджмента СПбГУ
shirokova@gsom.spbpu.ru

Александр Вадимович Куликов

Исследователь Центра предпринимательства
Высшей школы менеджмента СПбГУ
kulikov@gsom.spbpu.ru



Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского
государственного университета

Россия 199004 Санкт-Петербург
Волховский пер. 3
www.gsom.spbu.ru