



Глобальное исследование предпринимательского духа студентов

Национальный отчет
Россия 2021

Г.В. Широкова • Э.О. Карпинская • Е.В. Козаченко
Н.М. Галиева • А.О. Кутузова



Санкт-Петербург
Россия
2022



Глобальное исследование предпринимательского духа студентов

Национальный отчет
Россия 2021

Г.В. Широкова
Э.О. Карпинская
Е.В. Козаченко
Н.М. Галиева
А.О. Кутузова

Санкт-Петербург
Россия
2022

Благодарности

Национальный отчет GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов) в России в 2021 г. выполнен исследователями д.э.н. Г.В. Широковой, Э.О. Карпинской, Е.В. Козаченко, Н.М. Галиевой, А.О. Кутузовой (НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург). Авторы выражают благодарность за организационную и финансовую поддержку:

- НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург и ПАО «Ростелеком»
- Компании Ernst & Young (EY) – международному партнеру проекта



Кроме того, авторы выражают признательность представителям российских вузов — участникам проекта за проявленную ответственность и помощь в проведении исследования.

Очень большую поддержку оказали представители Башкирского государственного университета, Дальневосточного федерального университета, Пятигорского государственного университета, Ростовского государственного экономического университета, Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО) и многие другие.

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

Содержание

Содержание	3
Список рисунков	4
Список таблиц	4
Краткий обзор	5
Введение	6
1. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
1.1. Основные цели исследования	7
1.2. Теоретическая модель исследования	8
1.3. Координация проекта.....	9
2. НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ	11
2.1. Предпринимательство в России.....	11
2.2. Образование в сфере предпринимательства в России.....	12
3. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ	13
3.1. Сбор данных	13
3.2. Университеты — участники проекта в России	13
3.3. Описание выборки	14
4. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	17
4.1. Выбор карьеры	17
4.2. Факторы формирования предпринимательских намерений	21
4.2.1. Предпринимательские намерения	21
4.2.2. Университетская среда.....	24
4.2.3. Семья.....	28
4.2.4. Социально-культурный контекст	29
4.2.5. Отношение к предпринимательству	30
4.2.6. Предпринимательская самоэффективность	32
4.3. Предпринимательство среди студентов.....	33
4.3.1. Потенциальные предприниматели	33
4.3.2. Активные предприниматели.....	39
4.3.3. Потенциальные преемники.....	43
Выводы	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	48
ЛИТЕРАТУРА	49

Список рисунков

Рис. 1. Теоретическая модель исследования GUESSSS	9
Рис. 2. Уровень обучения студентов	15
Рис. 3. Возраст студентов	15
Рис. 4. Направления специализации российских студентов	16
Рис. 5. Гендерный состав и специализация российских студентов	17
Рис. 6. Изменения в карьерных предпочтениях российских студентов	19
Рис. 7. Выбор карьеры по группам среди российских студентов	19
Рис. 8. Карьерные планы российских студентов сразу после окончания учебы и их специализация	20
Рис. 9. Карьерные планы российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация	20
Рис. 10. Карьерные планы российских студентов сразу после окончания учебы и гендерный состав	20
Рис. 11. Карьерные планы российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и гендерный состав	21
Рис. 12. Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран	22
Рис. 13. Предпринимательские намерения и специализация российских студентов	24
Рис. 14. Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов	24
Рис. 15. Наличие курсов по предпринимательству в вузе	26
Рис. 16. Предпринимательская среда вуза и специализация российских студентов	26
Рис. 17. Предпринимательская среда вуза и карьерные предпочтения российских студентов	27
Рис. 18. Роль обучения в вузе и специализация российских студентов	28
Рис. 19. Роль обучения в вузе и карьерные предпочтения российских студентов	28
Рис. 20. Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов	29
Рис. 21. Родители-предприниматели и карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы	29
Рис. 22. Отношение к предпринимательству	31
Рис. 23. Отношение к предпринимательству и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы	31
Рис. 24. Компетенции и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы	32
Рис. 25. Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе	33
Рис. 26. Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация	34
Рис. 27. Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация	34
Рис. 28. Планы по открытию фирмы среди российских студентов — потенциальных предпринимателей	35
Рис. 29. Наличие опыта создания бизнеса у российских студентов — потенциальных предпринимателей	36
Рис. 30. Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей	36
Рис. 31. Связь бизнес-идеи и университета	37
Рис. 32. Предпринятые российскими студентами шаги для начала своего бизнеса	38
Рис. 33. Социальная идентичность активных предпринимателей – гендерный аспект	41
Рис. 34. Результаты деятельности бизнеса среди активных предпринимателей	41
Рис. 35. Результаты деятельности бизнеса среди активных предпринимателей с разными типами идентичности	42
Рис. 36. Сектор бизнеса семейной фирмы	44
Рис. 37. Успешность семейного бизнеса	44

Список таблиц

Таблица 1. Список стран, принявших участие в проекте GUESSSS в 2021 г.	7
Таблица 2. Распределение респондентов по вузам России.....	13
Таблица 3. Распределение респондентов российской и международной выборки по специализации: 2018 и 2021 гг.	16
Таблица 4. Выбор карьеры: сравнение российской и международной выборки.....	18
Таблица 5. Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки по 2018 и 2021 гг.....	21
Таблица 6. Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения.....	30
Таблица 7. Партнеры для будущего бизнеса.....	35
Таблица 8. Как создавалась команда со-основателей (партнеров по бизнесу).....	37
Таблица 9. Индекс предпринимательской активности.....	38
Таблица 10. Характеристики существующего бизнеса.....	40
Таблица 11. Отрасли, в рамках которых создавался новый бизнес в ответ на пандемию COVID-19.....	42
Таблица 12. Отношение к карьере преемника в семейном бизнесе.....	45

Краткий обзор

Национальный отчет GUESS-Россия представляет собой многосторонний обзор предпринимательского потенциала студентов российских вузов. Особое внимание в нем уделяется освещению их карьерных предпочтений, отношению к предпринимательству, оценке университетской и национальной среды, влиянию семьи на развитие предпринимательских намерений, особенностям деятельности активных предпринимателей.

В результате проведенного опроса более 5400 студентов из вузов по всей России были получены следующие цифры, характеризующие отношение студентов к предпринимательству:

- Сразу после окончания учебы 49% студентов видят начало своего карьерного пути в качестве наемных работников, почти 23% – в качестве предпринимателей;
- Около 42% студентов хотят стать предпринимателями через 5 лет после получения диплома, что почти на 10% превышает аналогичный показатель по международной выборке;
- В России доля потенциальных предпринимателей (т.е. тех, кто уже пытается открыть собственный бизнес) среди студентов составляет 42%, что существенно выше показателя в рамках международной выборки – 28%. Доля активных предпринимателей (тех, кто уже ведет собственный бизнес) достигает 12%, что незначительно превышает аналогичный показатель в рамках международной выборки;
- У 54% студентов не было курсов по предпринимательству вообще, что сопоставимо с показателем международной выборки;
- Существуют гендерные различия: процент желающих стать предпринимателями сразу после окончания вуза выше среди мужчин (26% против 21%), спустя 5 лет ситуация меняется (42% мужчин против 43% женщин);
- Около 27% опрошенных студентов были из предпринимательских семей, при этом доля студентов-будущих предпринимателей, у которых хотя бы кто-то из родителей ведет собственный бизнес, составляет 51% против 39% студентов из непредпринимательских семей;
- На 4,4 балла из 7 возможных российские студенты оценивают для себя привлекательность карьеры предпринимателя с точки зрения баланса преимуществ и недостатков, возможностей и приносимого чувства удовлетворения;
- В России карьера предпринимателя оценивается студентами и их окружением в большей степени положительно по сравнению с международной выборкой.

В российском отчете за 2021 г. содержатся важные результаты по различным аспектам развития студенческого предпринимательства, а также приводится сравнение с международной выборкой, что будет интересно для широкого круга читателей.

Введение

В 2020 году Россия, наряду с большинством стран мира, столкнулась с серьезными социально-экономическими вызовами, возникшими в результате пандемии COVID-19. Охват и масштаб изменений, с которыми пришлось столкнуться населению, был беспрецедентным за последние десятилетия. Ограничения перемещений внутри страны и за ее пределы, переход на дистанционный формат работы и обучения, необходимость разработки новых лекарственных средств, инструментов диагностики и средств защиты, трансформация устоявшихся поведенческих паттернов – это лишь малая часть вызовов, с которыми пришлось иметь дело обществу и бизнесу. В подобные периоды кризисов особо важную роль играет предпринимательская инициатива, создание новых фирм в ответ на возникающие во внешней среде угрозы и возможности. Более того, важна не только создаваемая новыми фирмами экономическая ценность, но также ценность социальная.

Настоящий доклад посвящен обзору особенностей предпринимательских намерений и активности среди студентов российских вузов, выявленных в 2021 году в рамках реализации международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). В фокусе проекта не только процесс создания новых предприятий студентами, но и более широкий предпринимательский контекст, а также карьерные планы студентов. Ввиду того, что сбор данных проходил в 2021 году и затронул очередную волну пандемии COVID-19, доклад отражает также и особенности кризисного контекста.

Молодое население, с одной стороны, является очень уязвимым в условиях кризисных ситуаций и системных изменений, но с другой

стороны, является важным носителем инновационного потенциала и креативности, выступает в качестве мощного драйвера инноваций и изменений в социальной жизни общества. Предпринимательская деятельность молодежи решает задачу вывода на рынок труда наиболее активной группы населения и вовлечения ее в деятельность, обладающую высоким потенциалом с точки зрения развития экономики и общества в целом [Kvedaraite, 2014]. Она способствует получению молодыми людьми практических знаний и навыков, которые помогают их личностному и профессиональному развитию. Кроме того, предпринимательская активность студентов развивает в них проактивность и самостоятельность, которые играют важную роль в устойчивости их жизненных позиций в условиях высокого динамизма и непредсказуемости внешней среды.

Развитие предпринимательства среди молодежи требует реализации разнообразных мер в ключевых сферах деятельности, включая образование, промышленность, общественное развитие. Разработка таких мер, а соответственно и создание высокоразвитой предпринимательской инфраструктуры, не могут быть осуществлены без понимания особенностей текущего состояния предпринимательства среди молодежи. Данный отчет ставит своей целью представить результаты проекта по России и провести сравнение национальных данных с международной выборкой, которая включает в себя более 260 тыс. респондентов из 54 стран мира.

Отчет будет полезен как исследователям в области предпринимательства, так и представителям университетов и органов государственной власти при принятии решений в области образования и модернизации университетской инфраструктуры.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Основные цели исследования

Международный исследовательский проект «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) проводится раз в два года, начиная с 2003 г. Изначально исследование называлось ISCE — International Survey on Collegiate Entrepreneurship, — но было переименовано в 2008 г. К настоящему моменту проведено девять международных опросов: в 2003, 2004, 2006, 2008, 2011, 2013/2014, 2016, 2018 и 2021 г.

Россия впервые присоединилась к проекту GUESSS в 2011 году, когда удалось привлечь к участию 2882 студента из 23 вузов России. В 2021 г. российская команда GUESSS приняла участие в этом проекте в пятый раз. Сбор данных проходил в период с февраля по июнь 2021 г., и в исследовании приняли участие 5407 студентов из 21 высшего учебного заведения. Кроме того, Россия заняла 46 место из 58 стран по количеству ответивших студентов (табл. 1).

Таблица 1

Список стран, принявших участие в проекте GUESSS в 2021 г.

№	Страна	Количество ответов	№	Страна	Количество ответов
1	Австралия	442	30	Непал	137
2	Австрия	3236	31	Нигерия	2093
3	Албания	434	32	Нидерланды	713
4	Англия	7	33	Новая Зеландия	1902
5	Бельгия	2296	34	Норвегия	8
6	Болгария	717	35	Объединенные Арабские Эмираты	1345
7	Боливия	2133	36	Пакистан	896
8	Бразилия	7738	37	Панама	5297
9	Венгрия	10104	38	Перу	14948
10	Германия	8199	39	Польша	6012
11	Греция	1594	40	Португалия	3596
12	Доминиканская Республика	594	41	Республика Северная Македония	175
13	Индонезия	2545	42	Россия	5407
14	Иордания	3237	43	Саудовская Аравия	2921
15	Ирак	613	44	Словакия	5754
16	Иран	867	45	Соединенные Штаты Америки	1843
17	Ирландия	103	46	Тунис	342
18	Испания	98226	47	Украина	43
19	Италия	3294	48	Уругвай	60
20	Казахстан	2791	49	Финляндия	1094
21	Катар	121	50	Хорватия	1660
22	Колумбия	12401	51	Чехия	1971
23	Корея	1220	52	Чили	10509
24	Коста Рика	5469	53	Швейцария	6919
25	Ливан	3224	54	Швеция	388
26	Литва	2154	55	Эквадор	5085

№	Страна	Количество ответов	№	Страна	Количество ответов
27	Лихтенштейн	107	56	Эль Сальвадор	768
28	Мексика	6449	57	Эстония	406
29	Марокко	1265	58	Япония	3494
				Итого	267366

Основные цели международного исследовательского проекта GUESSS заключаются в следующем:

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

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

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

GUESSS — один из самых масштабных проектов по изучению предпринимательства, привлекающий все большее количество студентов из растущего числа стран и университетов, что позволяет ему играть важную роль в исследованиях и практике предпринимательства.

1.2. Теоретическая модель исследования

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

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

понимания конкретного поведения в определенном контексте.

Теоретическая концепция проекта GUESSS была несколько расширена, так как в ней предполагается, что на формирование предпринимательских намерений студентов, помимо этих трех групп факторов, оказывают влияние и другие: личные мотивы, университетская среда, семья и социально-культурный контекст [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014; 2016]. Схема теоретической модели исследования представлена на рис.1.

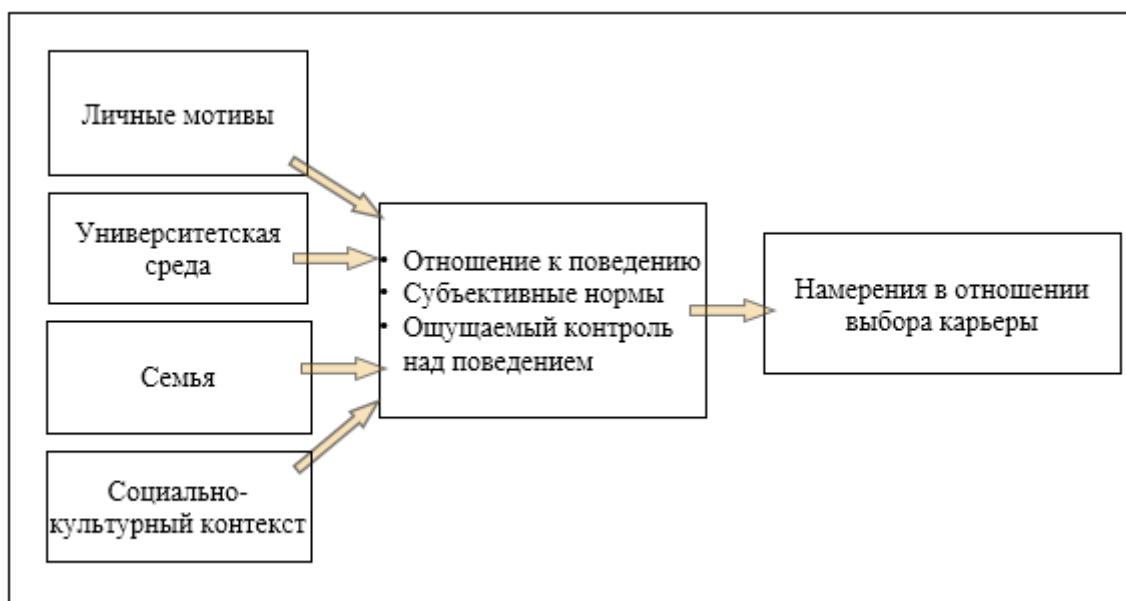


Рис. 1. Теоретическая модель исследования GUESSS

Проект GUESSS сфокусирован на трех измерениях, имеющих отношение к студентам и предпринимательству: 1) индивидуальный уровень (студент); 2) уровень университета; 3) семья и социально-культурный контекст развития предпринимательства в целом.

Таким образом, можно выделить три основных задачи:

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

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

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

3) изучение роли *семьи и социально-культурного контекста* в формировании предпринимательских намерений. Здесь изучается взаимосвязь между желанием выбрать карьеру предпринимателя и отношением в семье и окружении к такой перспективе.

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

1.3. Координация проекта

Проект GUESSS был основан Швейцарским институтом малых предприятий и предпринимательства Университета Св. Галлена (Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen) в 2003 г. С 2016 г. на международном уровне проект совместно координируется Университетом Св. Галлена (KMU-HSG/CFB-HSG) и Бернским Университетом (the University of Bern, IMU). Координаторы проекта ответственны за поиск

национальных представителей в странах-участницах, организацию процедуры сбора данных путем онлайн опроса, а также за написание международного отчета по результатам исследования, в котором содержится сравнительный анализ данных, поступивших из всех стран.

Координация и управление проекта включают в себя три уровня: *первый уровень* — руководитель международного проекта и

ключевая команда; *второй уровень*: — национальный представитель страны (команда); *третий уровень* — университеты-партнеры.

Национальные представители занимаются поиском и привлечением высших учебных заведений страны к участию в проекте, осуществляют коммуникацию с представителями университетов, высылают информацию о промежуточных итогах исследования, а также ответственны за создание национального отчета о предпринимательских намерениях студентов.

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 — ограничивают формирование предпринимательского духа студентов.

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

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

2. НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Предпринимательство в России

Развитие предпринимательства является важной задачей для российской экономики с целью повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого экономического роста и развития страны. Согласно данным последнего отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства 2020-2021» [Global Entrepreneurship Monitor 2020-2021], в 2020 г. количество ранних предпринимателей в России составило 8,5 % от взрослого трудоспособного населения страны, что на 0,8% меньше по сравнению с 2019 г., но на 3,81% больше по сравнению с кризисным 2014 г. Кроме того, в России остается высокой доля вынужденных предпринимателей: 71,4% респондентов открыли свой бизнес, потому что им не удалось найти альтернативных источников заработка. Среди опрошенных 33,5% видят во внешней среде предпринимательские возможности для создания собственного дела, что несколько больше по сравнению с 2019 г. (29,6%). В то же время 46,5% респондентов отмечают, что боязнь провала останавливает их от открытия своего бизнеса.

Условия внутри страны могут являться одной из причин низкого вклада предпринимательской активности в национальную конкурентоспособность и экономический рост страны. Российская среда характеризуется более низким уровнем развития институтов, связанных с организацией процессов ведения бизнеса и защитой прав собственности, что особенно важно для предпринимательских фирм. Согласно отчету «Ведение бизнеса — 2020» [Doing Business 2020], Россия занимает 28 место (из 190 стран) по степени благоприятности условий для предпринимательской деятельности, поднявшись на 3 позиции по сравнению с 2019 г. По уровню институционального развития Россия находится на 74 месте (из 140 стран) согласно «Отчету о глобальной конкурентоспособности — 2019» Всемирного Экономического Форума [Global Competitiveness Report 2019], показывая незначительное ухудшение по сравнению с предшествующим годом (опустившись на 2 позиции). На показатели 2020 года повлияли изменения, связанные с упрощением подключения к электрическим сетям, улучшением защиты миноритарных инвесторов и упрощением оплаты налогов, что облегчило ведение бизнеса в России [Doing Business 2020]. Защита прав инвесторов имеет решающее значение для молодых предпринимательских

фирм, так как это напрямую связано с их способностью привлекать капитал, необходимый для роста, осуществления инноваций, диверсификации направлений деятельности и развития конкурентных преимуществ.

Развитие инновационных фирм является одним из приоритетных направлений развития экономики России. В «Отчете о глобальной конкурентоспособности — 2019» отмечается, что Россия занимает 32 место по показателю инновационных способностей и улучшило свою позицию по сравнению с предшествующим годом, поднявшись на 4 строчки. Инвестиции в инфраструктуру для осуществления инноваций, взаимодействие университетов и предприятий в области исследований и разработок, правовая защита интеллектуальной собственности, готовность фирм нести затраты на исследования, — всем этим направлениям уделяется все большее внимание, и такая работа требует дальнейшего активного развития.

Необходимо особо отметить положительные тенденции в развитии российского предпринимательства. Среди них — наличие большого и активно растущего потребительского рынка. По данным «Отчета о глобальной конкурентоспособности — 2019» [Global Competitiveness Report 2019], Россия занимает 6 место по размеру рынка, что может способствовать развитию предпринимательства в стране. Помимо этого, стоит отметить наличие предпринимательского потенциала российского населения. По данным последнего отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства — 2020-2021» [Global Entrepreneurship Monitor 2020-2021], 68,7% опрошенных россиян считают открытие бизнеса желаемой для себя карьерной возможностью. Большинство россиян высоко оценивают статус и привлекательность карьеры предпринимателя [Global Entrepreneurship Monitor 2020-2021]. В целом, общество дружелюбно настроено по отношению к предпринимательской деятельности, что отражается в средствах массовой информации и мнениях окружающих людей. В России развиваются бизнес-инкубаторы, тематические индустриальные парки, предпринимательские сообщества, наставнические программы, а также другие формы поддержки предпринимательства, что, безусловно, благоприятно сказывается на развитии бизнеса.

Среди основных направлений улучшения условий развития предпринимательства

необходимо отметить упрощение процедур создания и ведения бизнеса, а также взаимодействия с регулирующими органами. Изучая условия развития предпринимательства в России, нельзя забывать и о наличии существенных различий между регионами, что говорит о необходимости разработки и внедрения политики, направленной на развитие предпринимательства, с учетом специфики конкретных территорий.

Помимо этого, важная роль в развитии предпринимательства отводится предпринимательскому образованию. Разработка и внедрение специальных программ в области предпринимательства и обучение бизнес-

навыкам являются одним из важных факторов развития предпринимательской деятельности в России. Обучение предпринимательству в российском контексте часто построено на проведении семинаров, круглых столов, дискуссионных клубов и курсов повышения квалификации. В настоящее время во многих российских университетах разрабатываются и внедряются курсы по предпринимательству и образовательные программы, связанные с предпринимательством. Несмотря на положительную тенденцию, данное направление требует дальнейшего развития в системе российского образования.

2.2. Образование в сфере предпринимательства в России

Образование в сфере предпринимательства является одним из самых новых направлений высшего образования в России. Официальное разрешение коммерческой деятельности в конце 1980-х годов в стране спровоцировало запуск обучения в сфере предпринимательства. Высшая Школа Экономики и университет «Синергия» стали первыми высшими учебными заведениями, которые занялись разработкой программ по подготовки предпринимателей. Таким образом, в России образование в сфере предпринимательства имеет не такую богатую историю как за рубежом. Это предоставляет широкое поле для исследований с целью последующего улучшения образования в этой области.

Сейчас предпринимательское образование в России можно разделить на несколько категорий: высшее образование, программы дополнительного образования (например, MBA), различные курсы для предпринимателей и менеджеров различного уровня, корпоративные университеты. Согласно полученным в 2021 году результатам опроса GUESS 8,9% студентов российских вузов получают образование на специальных программах по предпринимательству, что выше мирового показателя на несколько процентных пунктов (6,8%) и выше показателя 2018 года (около 6%). Действительно, в последнее время количество образовательных программ по предпринимательству в России значительно расширилось. С 2018 года существенно сократилось число студентов, у которых не было за время обучения курсов по предпринимательству – с 63% до 54,4%. Студенты обращают внимание на репутацию университета в области обучения

предпринимательства. Так 15,2% опрошенных студентов основывали свой выбор места обучения именно на этом показателе.

Вместе с тем, остается низким процент студентов, у которых был по меньшей мере один курс по предпринимательству в качестве обязательного (17,4% против 19,6% в международной выборке) или по выбору (18,2% против 26,1% в международной выборке) в рамках осуществляемых программ обучения. Здесь необходимо обратить внимание на существующие трудности, которые необходимо преодолевать для улучшения конкурентоспособности российского образования в сфере предпринимательства. Среди них можно отметить: 1) наличие опыта предпринимательской деятельности не у всех преподавателей университетов; 2) не налаженный механизм сотрудничества университетов со стейкхолдерами из предпринимательской среды; 3) отсутствие стремления и интереса у университетов к развитию региональных предпринимательских экосистем.

Тем не менее, несмотря на недостатки, можно отметить и положительные тенденции, которые во многом обусловлены заинтересованностью в росте качества бизнес-образования на государственном уровне: 1) сотрудничество университетов с зарубежными бизнес-школами, программы мобильности; 2) смешанный формат обучения (blended learning) – занятия в онлайн и офлайн формате; 3) снижение количества долгосрочных обучающих программ и увеличение числа краткосрочных без потери качества и в основном в онлайн формате; 4) рост требований к преподавателям в сфере предпринимательства,

например, в форме обязательного наличия практического опыта в бизнесе; 5) увеличение аккредитованных вузов, имеющих образовательную лицензию; 6) образ предпринимателя меняется в более позитивную сторону в глазах общества; 7) увеличение поддержки стартапов через обучение и помощь в привлечении инвестиций.

Опыт других стран в образовании в области предпринимательства показывает, что

выбор специализации и приобретение практического опыта являются не менее важной частью обучения, чем теоретическая подготовка. Некоторыми из ключевых навыков и компетенций, которые необходимо развивать у студентов, являются: стратегическое мышление, освоение современных технологий и программного обеспечения в управленческой области, коммуникативные навыки.

3. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Сбор данных

Как уже было отмечено, в рамках проекта GUESSS в 2021 г. сбор данных проходил в 58 странах. С этой целью была разработана онлайн-анкета, и каждая из стран-участниц имела право перевести ее на свой язык. В России участникам была доступна анкета на русском языке. Заполнение анкеты занимало около 10–15 минут.

Санкт-Петербургский кампус Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург) выступил национальным партнером проекта. Исследовательская команда НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург отвечала за поиск и привлечение российских университетов, перевод

анкеты и распространение ссылки на онлайн-анкету среди национальных участников проекта. Сбор данных в России проводился с февраля по июнь 2021 года.

В сборе данных и при привлечении университетов-участников использовались официальные контакты НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, а также личные контакты исследователей. В течение указанного периода представителям университетов рассылались промежуточные итоги сбора данных с пожеланиями интенсифицировать усилия по привлечению студентов.

3.2. Университеты — участники проекта в России

В опросе 2021 года приняли участие 5407 студентов из 20 высших учебных заведений России, что почти в два раза превышает показатель привлеченных в 2018 году

респондентов. Распределение респондентов по высшим учебным заведениям России приведено в табл. 2

Таблица 2

Распределение респондентов по вузам России

№	Список университетов-партнеров	Город	Количество студентов, ответивших на вопросы анкеты	% ответивших от общей выборки по России
1	Башкирский государственный университет	Уфа	757	14,0
2	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса	Владивосток	54	1,0
3	Воронежский государственный университет	Воронеж	105	1,9
4	Дальневосточный федеральный университет	Владивосток	504	9,3
5	Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Московский кампус	Москва	323	6,0

№	Список университетов-партнеров	Город	Количество студентов, ответивших на вопросы анкеты	% ответивших от общей выборки по России
6	Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Нижегородский кампус	Нижний Новгород	118	2,2
7	Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Пермский кампус	Пермь	153	2,8
8	Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Санкт-Петербургский кампус	Санкт-Петербург	387	7,2
9	Новосибирский государственный университет	Новосибирск	41	0,8
10	Пермский национальный исследовательский политехнический университет	Пермь	113	2,1
11	Приморская государственная сельскохозяйственная академия	Уссурийск	191	3,5
12	Пятигорский государственный университет	Пятигорск	940	17,4
13	Ростовский государственный экономический университет	Ростов-на-Дону	698	12,9
14	Санкт-Петербургский государственный университет	Санкт-Петербург	177	3,3
15	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО)	Санкт-Петербург	117	2,2
16	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	Санкт-Петербург	7	0,1
17	Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики	Санкт-Петербург	266	4,9
18	Ставропольский государственный аграрный университет	Ставрополь	222	4,1
19	Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	Екатеринбург	103	1,9
20	Уфимский государственный нефтяной технический университет	Уфа	49	0,9
21	Другой*		82	1,5
	Итого		5407	100

Примечание: *Университет не указан.

3.3. Описание выборки

Основная часть респондентов в России — студенты бакалавриата (80,5%), 8,4% участников обучаются в магистратуре, и 11,1% — студенты других программ обучения. В международной выборке доля студентов-магистров немного выше, почти такая же доля студентов-бакалавров и ниже доля студентов других программ, что наглядно представлено на рис. 2.

Средний возраст респондентов в России составляет 21 год, и это на три года ниже среднего возраста студентов из международной выборки. Следует отметить, что доля респондентов моложе 24 лет в международной выборке составляет около 71%, а в России — почти 94%, то есть подавляющее большинство (рис. 3).

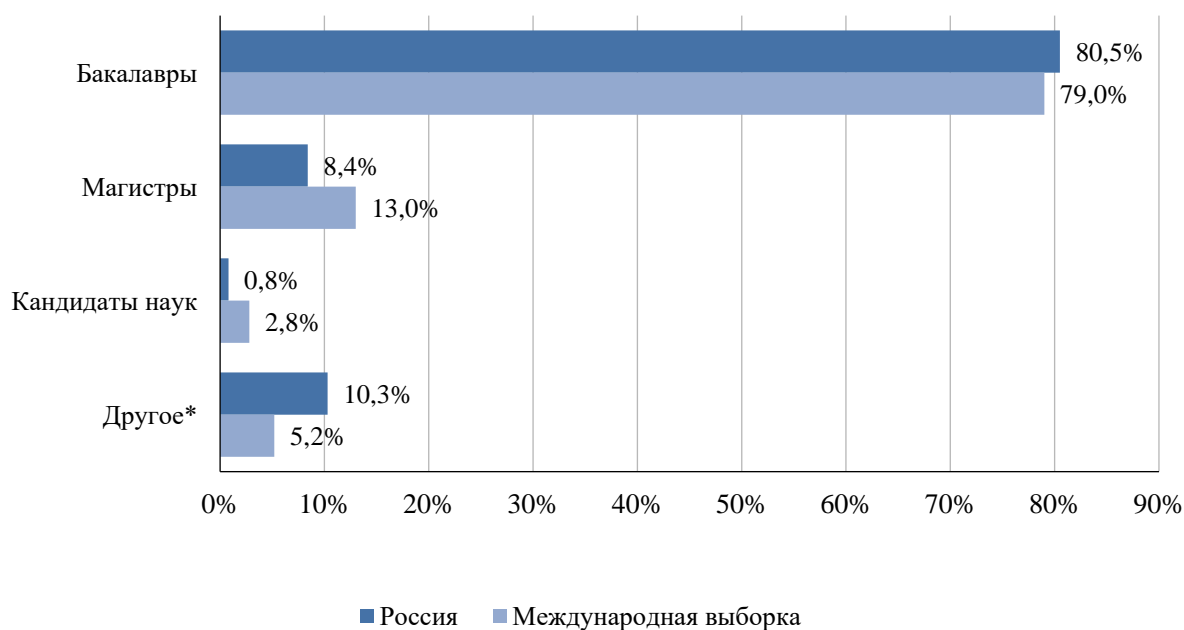


Рис. 2. Уровень обучения студентов
*Примечание: * В категорию «другое» входят студенты программ MBA, аспирантуры и пр.*

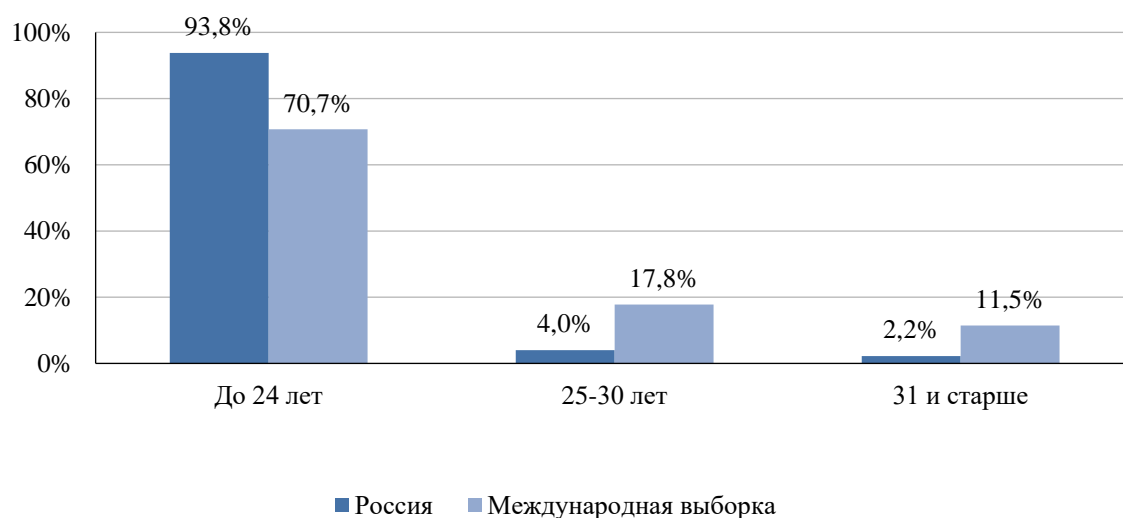


Рис. 3. Возраст студентов

Гендерный состав среди российских студентов представлен в следующем соотношении: 69,85% женщины и 30,15% мужчин. В международной выборке доля женщин также преобладает, достигая 60,1%.

При ответе на один из вопросов студентов просили указать ту область знаний (специализацию), в рамках которой они получают образование. На рис. 4 представлено детальное распределение российских респондентов по различным специализациям.

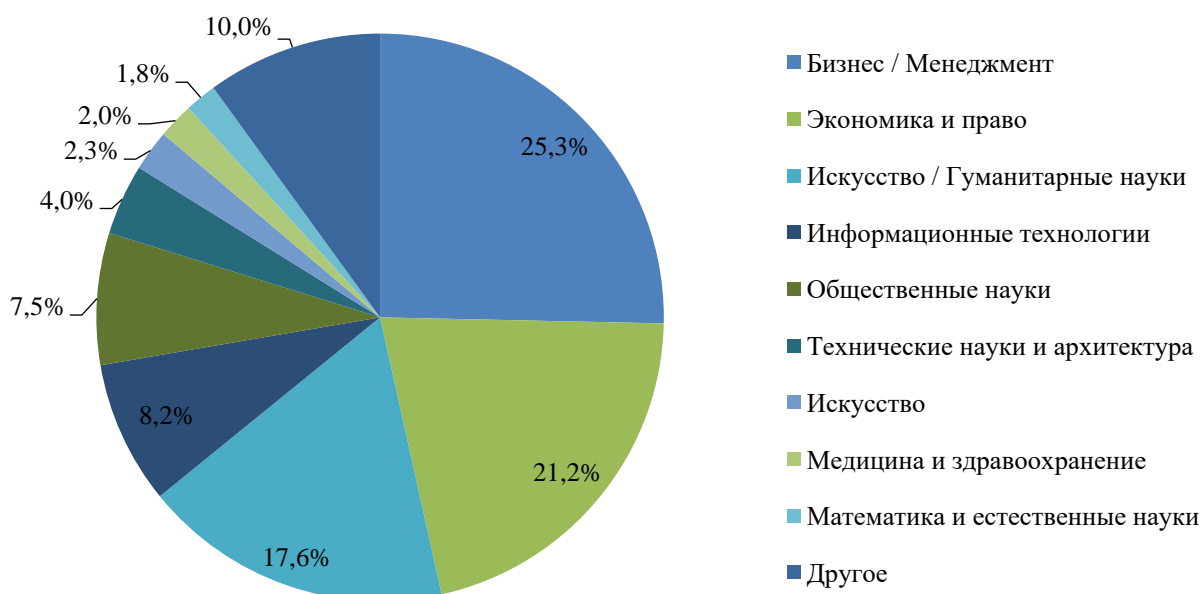


Рис. 4. Направления специализации российских студентов

Все направления специализации были условно разделены на 4 группы: экономика и менеджмент, естественные науки, общественные науки и другие науки (табл. 3). Среди российских студентов, принявших участие в опросе, большая часть (46,5%) изучает экономику и менеджмент, 16% — естественные науки, 20,5% — общественные науки, а 12,3% выбрали ответ «другие науки».

Для сравнения, в международной выборке в области экономики и менеджмента учатся 31,4%

студентов, в области естественных наук — 39,2%, общественных наук — 20,5%, а категорию «другие науки» выбрали 8,9% респондентов. Стоит отметить, что как и в 2016 г., 2018 г. и 2021 г., в российской выборке число студентов по специализации «экономика и менеджмент» оказалось почти в два раза выше, чем в целом по миру. Это связано, в первую очередь, с тем, что интерес к данному проекту в российских вузах проявили преподаватели в области экономики и менеджмента.

Таблица 3

Распределение респондентов российской и международной выборки по специализации: 2018 и 2021 гг.

Специализация	Включенные дисциплины	2018		2021	
		Россия, %	Межд. выборка, %	Россия, %	Межд. выборка, %
Экономика и менеджмент	Право, экономика, бизнес и менеджмент	60,8	34,0	46,5	31,4
Естественные науки	Технические науки (включая информатику и архитектуру), медицина и здравоохранение, математика и естественные науки	14,8	39,3	16,0	39,2
Общественные науки	Культура, гуманитарные науки (лингвистика, культурология, философия и др.), общественные науки (психология, политология)	12,6	19,0	25,1	20,5
Другие науки	Искусство и другие науки	11,7	7,7	12,3	8,9

На рис. 5 представлено соотношение мужчин и женщин по каждой специализации. Как и можно было ожидать, большинство студентов мужского пола обучается в области естественных

наук, в то время как основная часть женщин выбирает экономику и менеджмент или общественные науки.

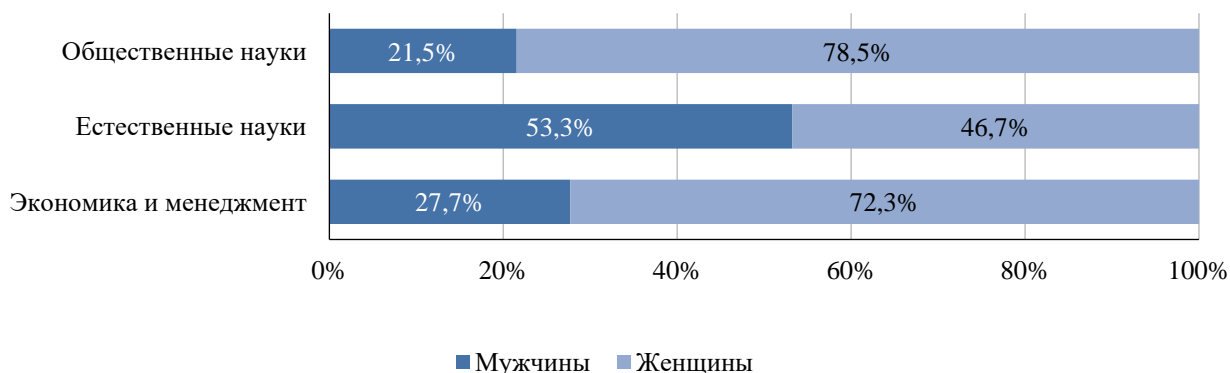


Рис. 5. Гендерный состав и специализация российских студентов

4. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1. Выбор карьеры

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

Из детального описания, приведенного в таблице 4, видно, что 49,3% студентов в России рассчитывает получить работу по найму сразу после окончания вуза, что на 15,6% ниже

аналогичного показателя по международной выборке (64,9%).

Многие предпочли бы работать в крупных компаниях или компаниях среднего размера. Лишь около 6,3% российских респондентов готовы пойти работать в небольшие фирмы с численностью сотрудников менее 50 человек. Создать свой бизнес с нуля после вуза хотят 22,6% студентов, что на 4,8% выше аналогичного показателя в мире. Карьеру преемника существующего семейного бизнеса определили для себя 3,4% респондентов в России, а в международной выборке процент еще меньше — 2,0%. Неопределившихся с карьерными планами в России 24,7%, что несколько выше международного показателя.

Можно заметить, что распределение по российской выборке в отношении карьерных устремлений студентов сразу после окончания вуза если и отличается, то весьма несущественно. Однако ситуация меняется, когда речь заходит о карьерных предпочтениях спустя 5 лет после окончания учебы. Почти в два раза больше российских студентов (42,2%) хотят открыть собственную фирму, т.е. стать предпринимателями, а в международной выборке данный показатель составляет 32,3%. Сокращается количество желающих работать по

найму в России — до 32,7%, в то время как во всем мире этот показатель снижается лишь до 52,6%. Процент студентов, желающих стать преемниками через 5 лет после окончания учебы,

увеличивается до 4,2% в России и 2,5% в мире. Число неопределившихся в России существенно превышает среднемировой уровень – 20,8% и 12,5% соответственно (рис. 6).

Таблица 4

Выбор карьеры: сравнение российской и международной выборки

Какую карьеру вы выберете сразу после окончания учебы и спустя 5 лет после окончания учебы?		Россия		Международная выборка	
		Сразу после учебы, %	5 лет спустя после учебы, %	Сразу после учебы, %	5 лет спустя после учебы, %
Наемный работник		49,3%	32,7%	64,9%	52,6%
1	...в малой компании (1-49 сотрудников)	6,3%	2,0%	7,1%	3,4%
2	...в компании среднего размера (50-249 сотрудников)	12,7%	5,3%	12,0%	6,9%
3	...в большой компании (250 и более сотрудников)	20,8%	17,3%	20,6%	17,7%
4	...в некоммерческом секторе	2,1%	2,0%	2,4%	2,3%
5	...в академической сфере (вузе, университетской среде)	5,4%	4,7%	9,5%	8,8%
6	...в общественном секторе	2,1%	1,5%	13,3%	13,5%
Учредитель (предприниматель)		22,6%	42,2%	17,8%	32,3%
7	...в своей собственной фирме	22,6%	42,2%	17,8%	32,3%
Преемник		3,4%	4,2%	2,0%	2,5%
8	...в фирме родителей/семейной фирме	1,6%	1,5%	1,4%	1,4%
9	...в другом бизнесе	1,8%	2,7%	0,6%	1,1%
Другое / Пока еще не знаю		24,7%	20,8%	15,3%	12,5%

На рис. 7 представлено наглядное сравнение по четырем карьерным группам. Процент желающих работать по найму в малых компаниях и компаниях малого и среднего бизнеса спустя 5 лет после окончания учебы сокращается почти в 3 раз, а доля потенциальных предпринимателей возрастает с 22,6% до 42,22%, что может свидетельствовать о положительном отношении российских студентов к предпринимательской карьере.

Данные GUESSS позволяют привести более детальное описание различий между студентами, выбирающими ту или иную карьеру после окончания вуза. Сразу после учебы соотношение карьерных предпочтений студентов по группам экономических, естественных и общественных наук примерно одинаковое: почти половина студентов (более 36%) видит себя работниками по найму, что составляет до 54% в естественных науках (рис. 8).

Спустя 5 лет после окончания учебы наибольшая доля желающих работать по найму приходится на студентов, обучающихся естественным и общественным специальностям (39% и 38%), и значительно меньшая — экономике и менеджменту (30%), так как именно в этой среде 50% опрошенных студентов видят себя предпринимателями (рис. 9).

В последние годы наблюдается рост интереса среди исследователей к гендерным вопросам предпринимательства. Из рис. 10 видно, что при почти одинаковом соотношении желающих стать преемниками и неопределившихся с выбором сразу после окончания вуза процент желающих стать предпринимателями выше среди мужчин (26% против 21%), в то время как среди женщин выше число тех, кто настроен на карьеру наемного работника (50% против 48%).

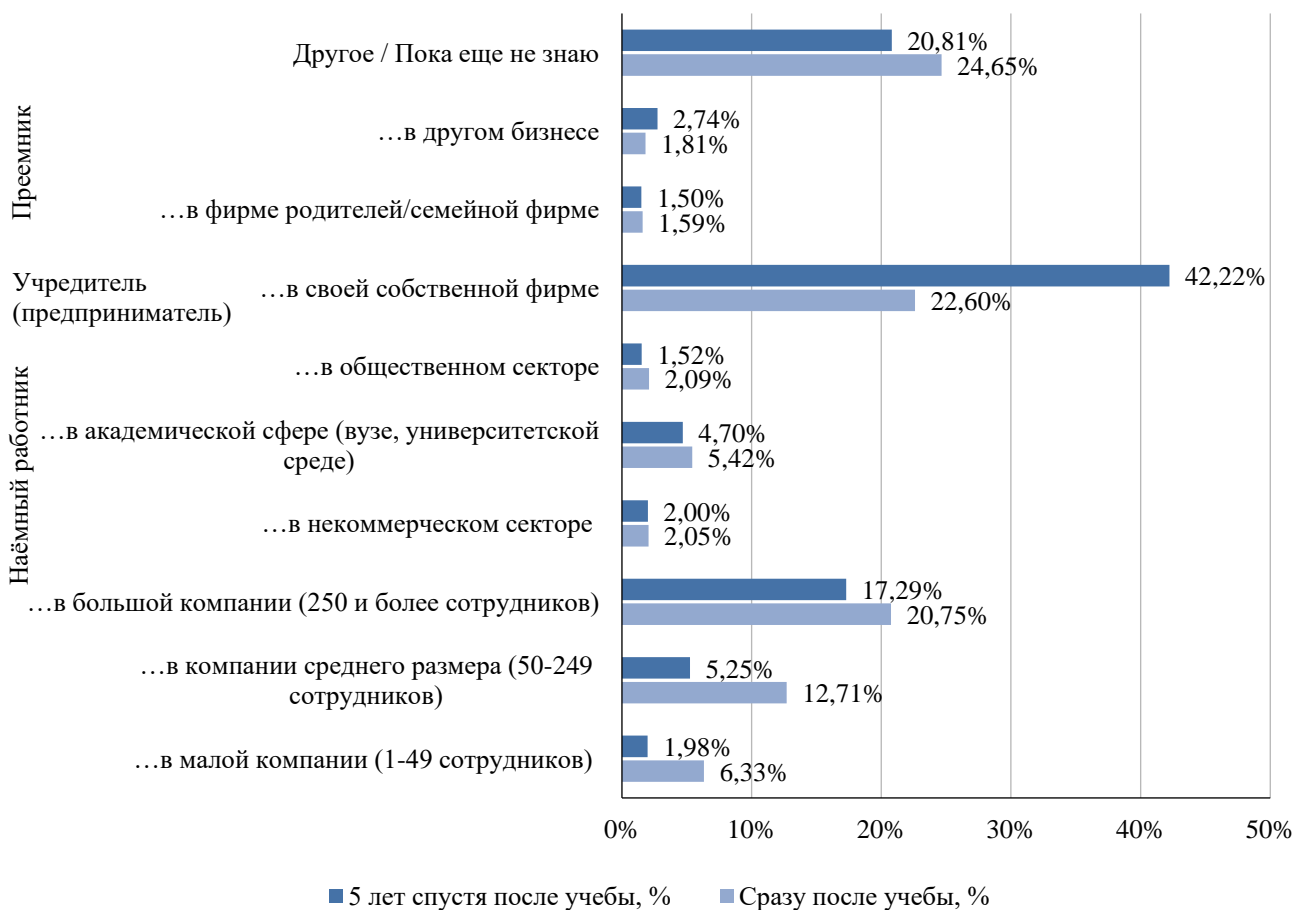


Рис. 6. Изменения в карьерных предпочтениях российских студентов

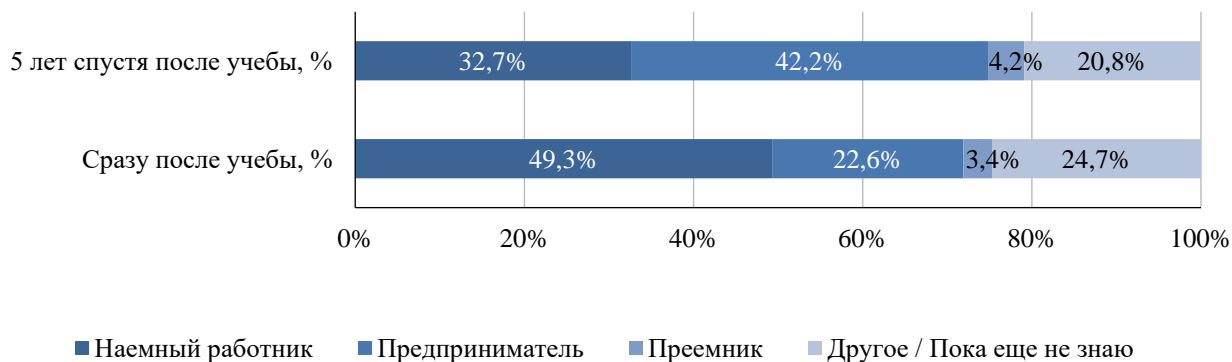


Рис. 7. Выбор карьеры по группам среди российских студентов

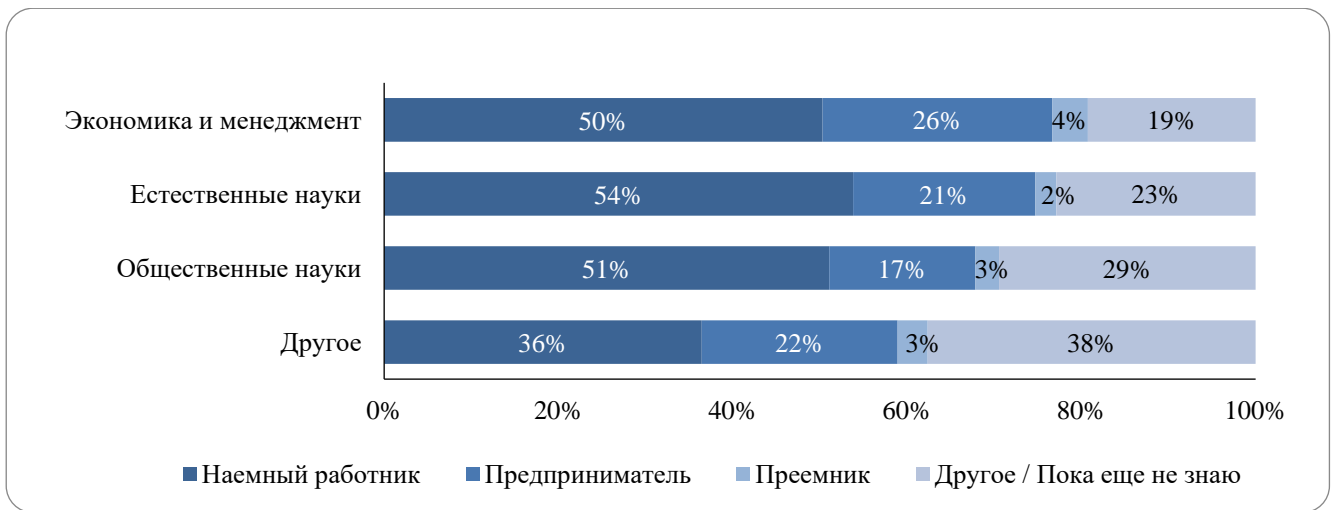


Рис. 8. Карьерные планы российских студентов сразу после окончания учебы и их специализация

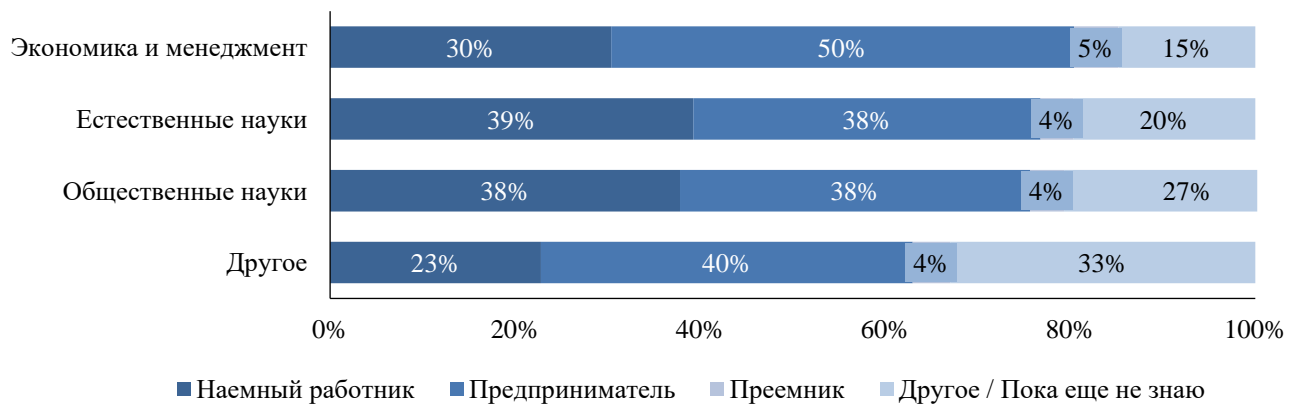


Рис. 9. Карьерные планы российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и их специализация

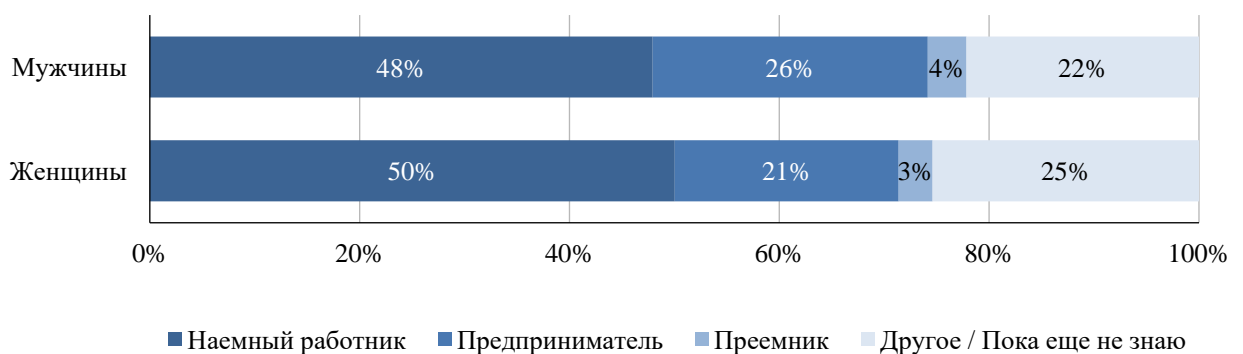


Рис. 10. Карьерные планы российских студентов сразу после окончания учебы и гендерный состав

Спустя 5 лет после окончания учебы карьерные планы студентов меняются (рис. 11).

Лишь около 27% мужчин и 33% женщин видят себя в качестве работников по найму, тогда как

процент потенциальных предпринимателей среди обеих гендерных групп возрастает до 54% и 49% соответственно.

В связи с тем, что Россия участвовала в предыдущих проектах GUESSS, важно понять, насколько изменились устремления студентов со времени проведения последнего опроса. В табл. 5 представлены сравнительные данные за 2018 г. и

2021 г., что позволяет отследить динамику карьерных предпочтений среди студентов. Отметим, что доля студентов, рассматривающих для себя карьеру предпринимателя через 5 лет после окончания вуза, значительно сократилась в России (на 9,1%) и чуть менее в международной выборке (на 5,5%).

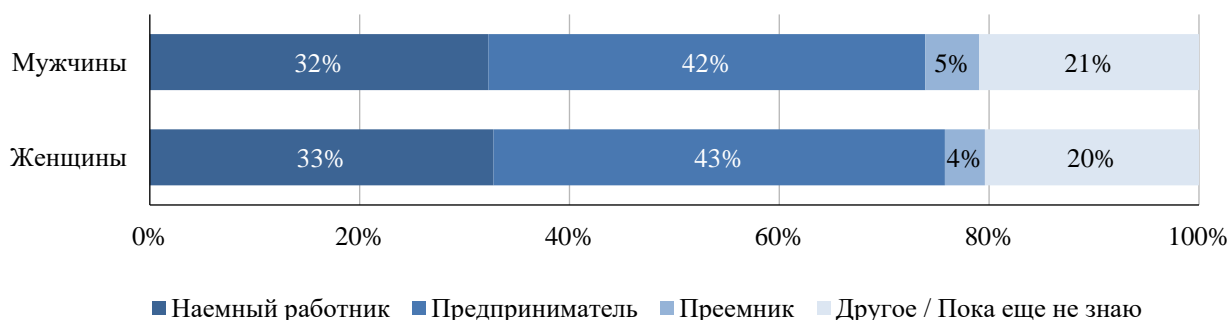


Рис. 11. Карьерные планы российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы и гендерный состав

Таблица 5

Карьерные планы студентов: сравнение российской и международной выборки в 2018 и 2021 гг.

Карьерные планы	Россия				Международная выборка			
	2018	2021	2018	2021	2018	2021	2018	2021
	Сразу после учебы, %		5 лет спустя после учебы, %		Сразу после учебы, %		5 лет спустя после учебы, %	
Наемный работник	74	49,3	30,2	50,4	79	64,9	50,4	52,6
Предприниматель	9	22,6	50,4	34,7	9	17,8	34,7	32,3
Преемник	4,6	3,4	6,1	4,3	2,5	2	4,3	2,5
Другое / Пока еще не знаю	12,4	24,7	13,3	10,6	9,5	15,3	10,6	12,5

4.2. Факторы формирования предпринимательских намерений

4.2.1. Предпринимательские намерения

Поскольку предпринимательские намерения являются ключевым этапом предпринимательского процесса и стимулирует вовлечение индивидов в деятельность по созданию и развитию бизнеса [Shirokova et al., 2016; Vogatyeva et al., 2019], в рамках проекта GUESSS уделяется внимание оценке предпринимательских намерений студентов, а также факторов их формирования. Намерения

представляют собой когнитивное состояние, формирующее стремление человека к достижению определенной цели [Bird, 1988]. Оценка уровня предпринимательских намерений позволяет охарактеризовать «предпринимательский дух» студентов и их потенциальную готовность к открытию собственного дела.

Предпринимательские намерения измерялись с помощью шести утверждений: «Я готов(а) сделать все, что угодно, чтобы стать предпринимателем», «Моя профессиональная цель — стать предпринимателем», «Я готов(а) предпринять все необходимые усилия для начала своего дела и управления своей собственной фирмой», «Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем», «Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса», «У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело» [Linan, Chen, 2009]. Студентов просили оценить степень согласия с этими высказываниями по 7-балльной шкале: от 1 — полностью не согласен, до 7 — полностью согласен. Такой подход является обоснованным [Zellweger et al., 2011], так как иначе сложно выявить тех, кто задумывается о предпринимательской карьере, но рассматривает это как «план Б».

На основе ответов были подсчитаны индексы предпринимательских намерений как

среднее арифметическое всех ответов. Как показано на рис. 12, наибольший индекс характерен для стран с развивающейся (Нигерия, Эквадор, Боливия, Панама, Перу), а наименьший — для стран с развитой экономикой (Япония, Германия, Швейцария). Россия находится на 20 месте (из 58 стран) по индексу предпринимательских намерений студентов. Данный индекс в России составляет 3,76, что практически соответствует среднему значению, однако несколько ниже индекса в 2018 г. (4,1). Наибольший индекс предпринимательских намерений характерен для студентов, изучающих экономику и менеджмент — он составляет 4,1, а наименьший (3,3) — для общественных наук (рис. 13).

Рассматривая гендерные различия, можно отметить, что индекс предпринимательских намерений примерно одинаков среди студентов мужского и женского пола (рис. 14).

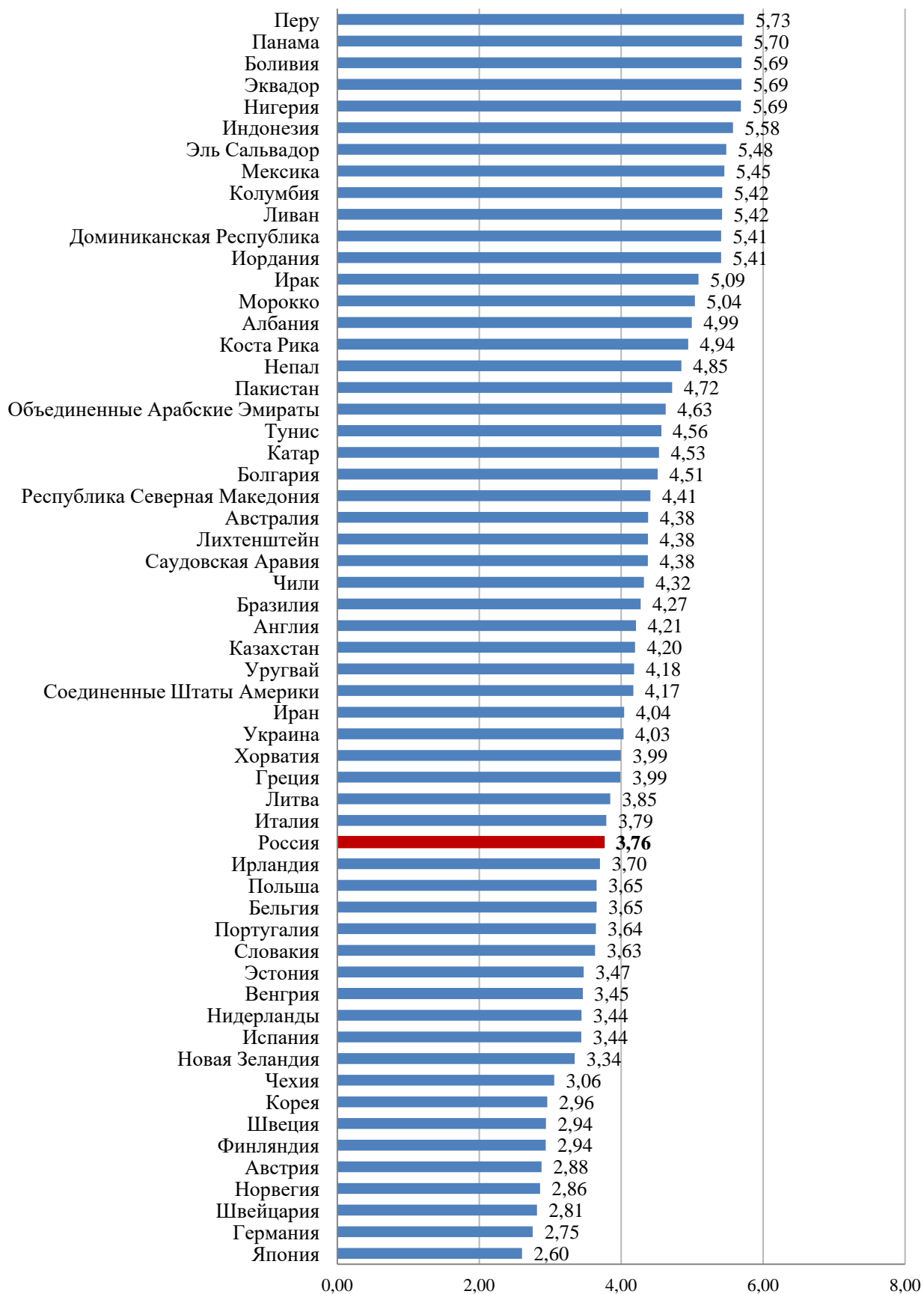


Рис. 12. Индекс предпринимательских намерений студентов разных стран

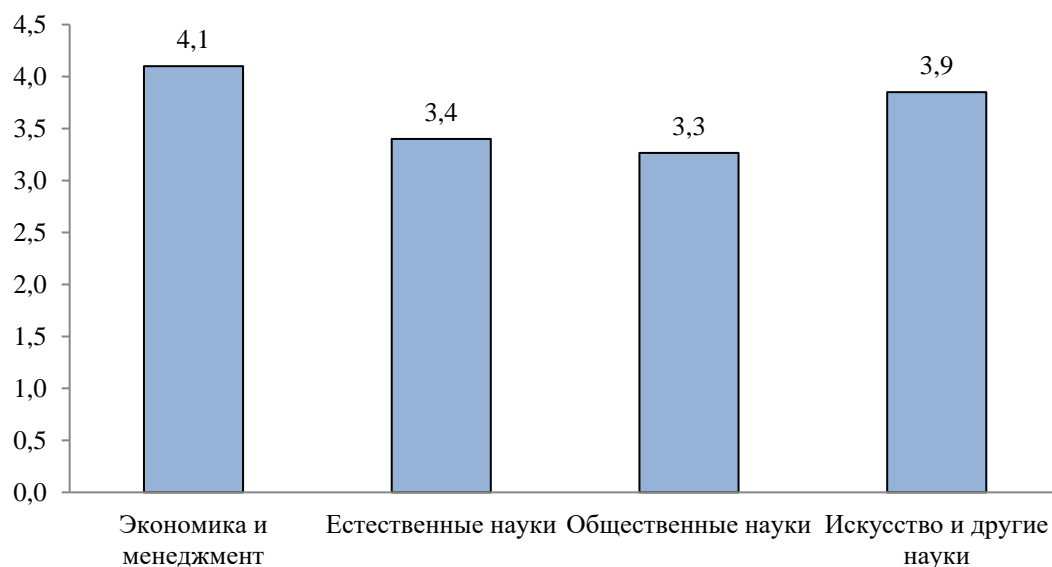


Рис. 13. Предпринимательские намерения и специализация российских студентов

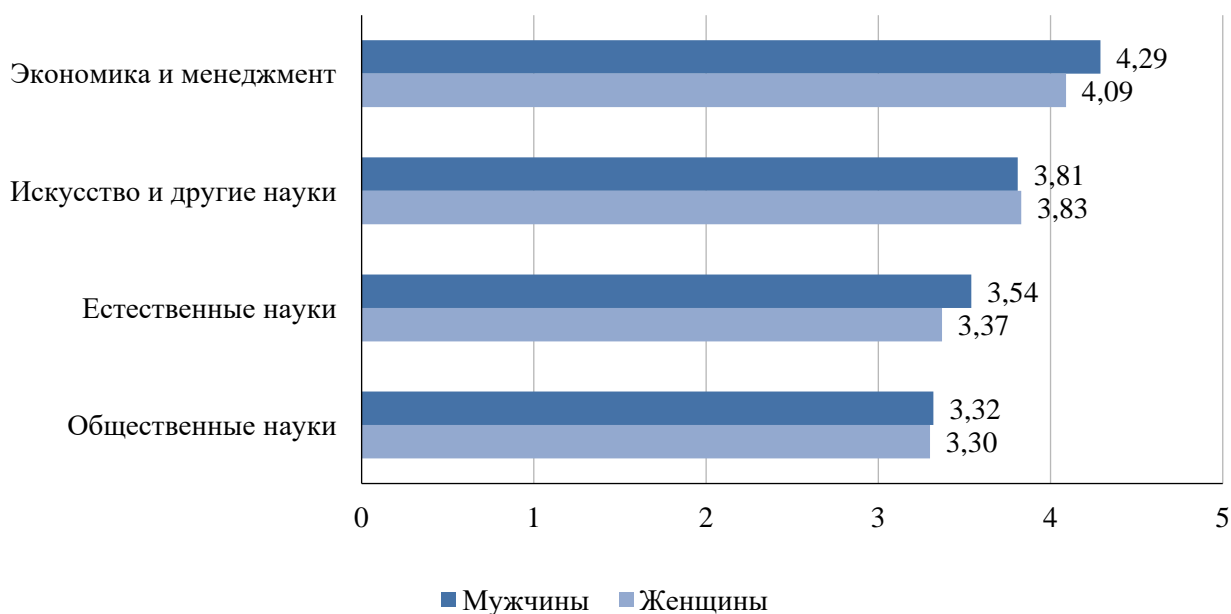


Рис. 14. Предпринимательские намерения и гендерный состав российских студентов

4.2.2. Университетская среда

Студенты — это традиционно самая динамичная часть общества, обладающая высоким предпринимательским потенциалом. В России почти каждый второй студент, принявший участие в исследовании GUESSS в 2021 году,

собирается стать предпринимателем через 5 лет после завершения обучения, но в два раза меньше (22,6%) студентов готовы начать свое дело сразу после окончания вуза. Это может свидетельствовать о том, что студенты видят

необходимым получение опыта работы в качестве наемного сотрудника прежде, чем перейти к созданию собственного дела. Таким образом, предпринимательский потенциал студентов оказывается на время «отложенным», что может привести к определенному «разрыву» между намерениями и действиями. Такое решение может быть вызвано двумя причинами. Во-первых, у молодежи недостаточно навыков и знаний в отношении того, как организовать свой бизнес, и они не готовы брать на себя риск, связанный с предпринимательской деятельностью. Во-вторых, учебные заведения, в которых обучаются студенты, не всегда учитывают необходимость развития предпринимательских навыков. В связи с этим, в рамках проекта GUESSS уделяется внимание изучению роли вуза, так как среда обучения может отчасти обуславливать предпринимательские намерения и способствовать формированию предпринимательских задатков.

Обучение предпринимательству — один из важнейших элементов построения предпринимательской экосистемы, однако в существующих образовательных программах это часто упускается. Как видно на рис. 15, у 54,4% студентов не было курсов по предпринимательству вовсе, хотя у остальных был как минимум один курс по выбору. На специальной программе по предпринимательству обучается около 8,9% студентов. Стоит отметить, что данные, полученные по России, демонстрируют более низкую вовлеченность

вузов в процесс создания и внедрения дисциплин и программ по предпринимательству в учебный процесс в сравнении с международной выборкой. В рамках опроса GUESSS студентам также было предложено оценить, насколько атмосфера вуза в целом поддерживает и развивает предпринимательский дух обучающихся. Всем известны яркие примеры Стэнфордского, Гарвардского университетов и Массачусетского технологического института, которые сумели сформировать у себя устойчивую предпринимательскую среду. Университетская среда может способствовать развитию предпринимательского потенциала студентов, однако это характерно лишь для немногих вузов, учитывающих данное направление при организации учебного процесса. Студентов просили оценить по 7-балльной шкале (1 — полностью не согласен, 7 — полностью согласен), насколько они согласны со следующими утверждениями: «Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса», «В вузе благоприятный климат для того, чтобы стать предпринимателем», «В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность». На основе этих трех показателей было подсчитано среднее значение, характеризующее предпринимательскую среду вуза. Наименьший показатель оказался среди студентов, обучающихся естественным наукам, а наибольший — экономике и менеджменту (рис. 16).



Рис. 15. Наличие курсов по предпринимательству в вузе

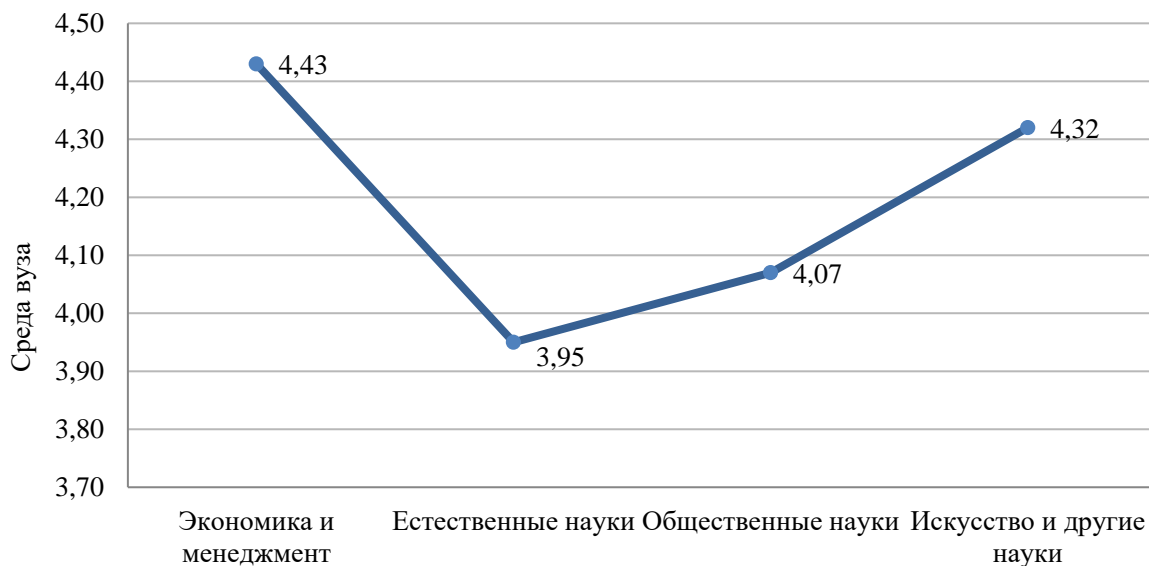


Рис. 16. Предпринимательская среда вуза и специализация российских студентов

На рис. 17 представлено сравнение показателей предпринимательской среды вуза российскими студентами по четырем группам карьерных предпочтений. Видно, что индекс предпринимательской среды вуза оценивается

почти одинаково потенциальными предпринимателями, которые собираются открыть свое дело сразу после окончания учебы, и теми, кто планирует работать по найму.

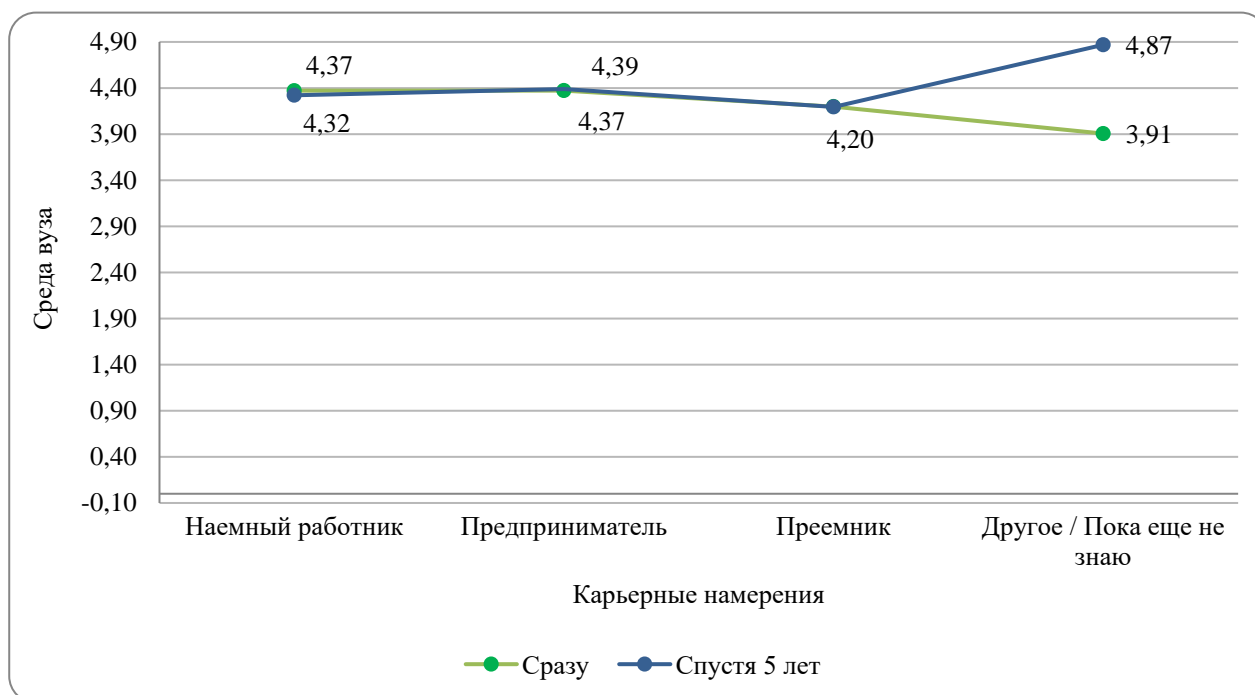


Рис. 17. Предпринимательская среда вуза и карьерные предпочтения российских студентов

В рамках проекта GUESSS интерес представляют не только наличие курсов по предпринимательству и оценка предпринимательского климата в университете, но и то, насколько посещаемые курсы и занятия способствуют развитию предпринимательской составляющей. По аналогии с оценкой среды вуза был создан агрегированный показатель для оценки роли обучения на основе степени согласия студентов с утверждениями: «Курсы и занятия, которые я посетил(а) 1) углубили мое понимание отношений, ценностей и мотивации предпринимателей; 2) углубили мое понимание в отношении действий, которые необходимо предпринять для открытия своего дела; 3) усовершенствовали мои практические управленческие навыки, необходимые для создания своего бизнеса; 4) развили мою способность завязывать личные контакты; 5) улучшили мою способность выявлять возможности для бизнеса» [Souitaris et al., 2007]. Показатель мог принимать значения от 1 до 7. В среднем по международной выборке он составил 4,29, а по России — 4,25. Наибольшим показателем оказался среди студентов, обучающихся по направлению «экономика и менеджмент», а

наименьшим — среди тех, кто изучает естественные науки (рис. 18).

При сравнении показателей и карьерных планов можно отметить, что выше всего роль обучения оценивают те студенты, которые планируют стать предпринимателями через пять лет после окончания вуза. Это может быть обусловлено их сложившимся представлением о дальнейшей карьере и пониманием того, какие знания им для этого необходимо получить в вузе (рис. 19). Однако в целом данный показатель по всем категориям находится в диапазоне от 3,57 до 4,28, что свидетельствует о довольно сдержанной оценке учебной составляющей в рамках развития важных предпринимательских навыков. Необходимо также отметить, что среди российских студентов, которые видят себя наемными работниками сразу после окончания вуза, многие согласны с тем, что учебные курсы помогли им развить способность устанавливать личные контакты и углубили их понимание в отношении мотивации и ценностей предпринимателей. Те студенты, которые намерены открыть собственный бизнес, также отмечают, что полученные занятия улучшили их способность выявлять возможности для бизнеса.

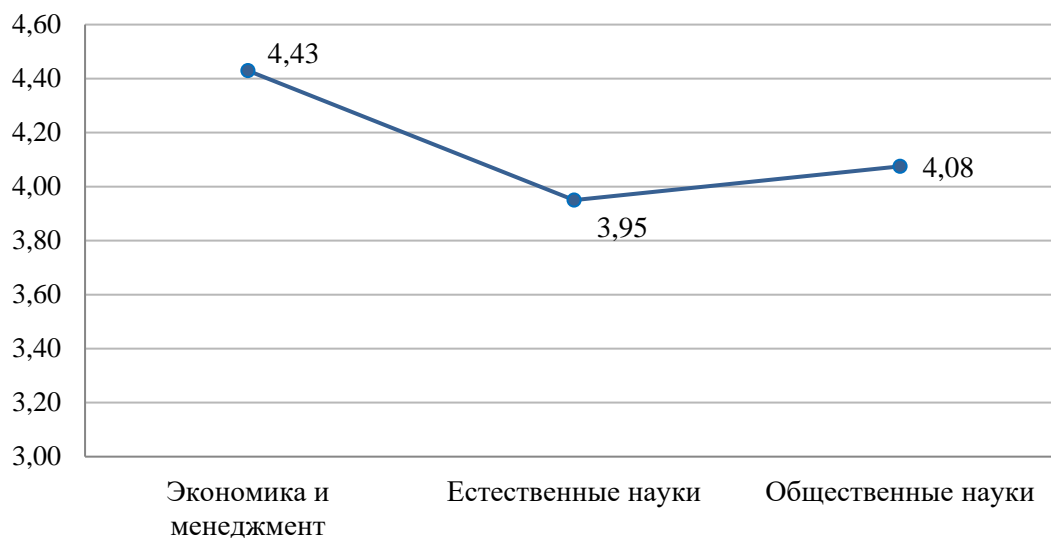


Рис. 18. Роль обучения в вузе и специализация российских студентов

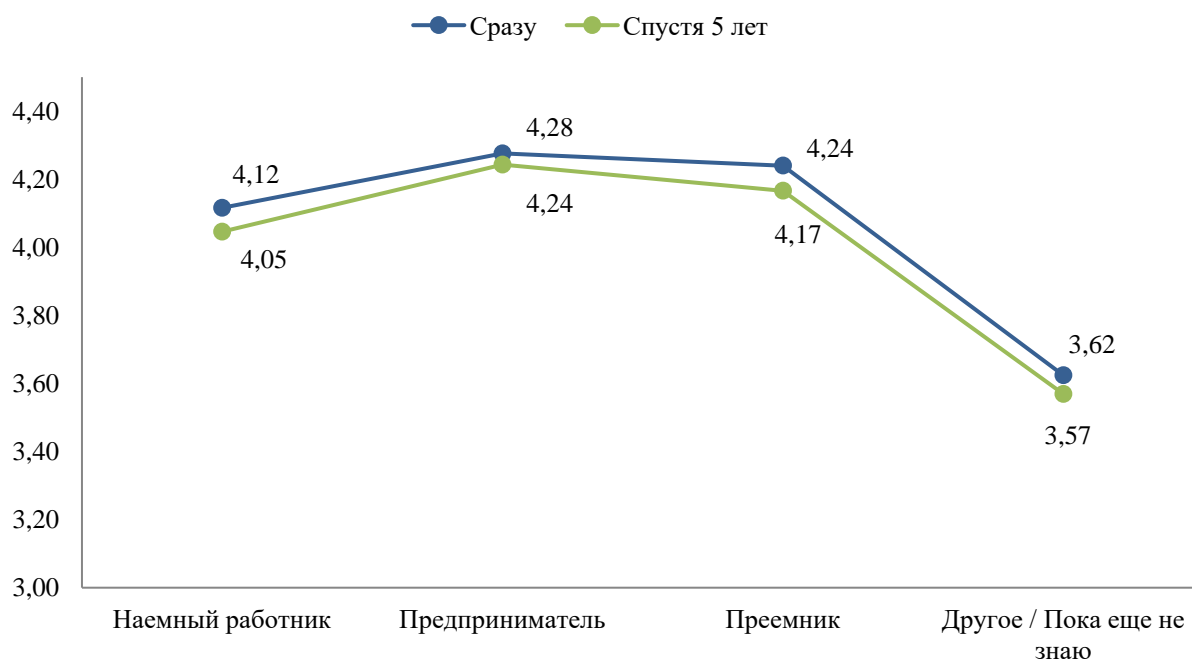


Рис. 19. Роль обучения в вузе и карьерные предпочтения российских студентов

4.2.3. Семья

В академической среде не прекращаются дебаты о том, насколько профессиональная ориентация родителей влияет на формирование карьерных намерений их детей. В целом, в научных

исследованиях обычно подтверждается тот факт, что если родители являются предпринимателями, то вероятность того, что дети последуют их примеру, увеличивается [Laspita et al., 2012].

В анкете GUESSS студентов спрашивали о том, являются ли их родители, или хотя бы один из них, предпринимателями в настоящий момент (рис. 20). У большинства из них (72,9%) — деятельность родителей не связана с предпринимательством

На рис. 21 представлено сравнение карьерных предпочтений студентов спустя пять лет после окончания вуза по двум частям

выборки: тех, у кого родители — предприниматели, и тех, у кого они не являются предпринимателями. Как и следовало ожидать, процент студентов, которые собираются стать предпринимателями, выше, если их родители также предприниматели (51% против 39%). Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в случае карьеры преемника.

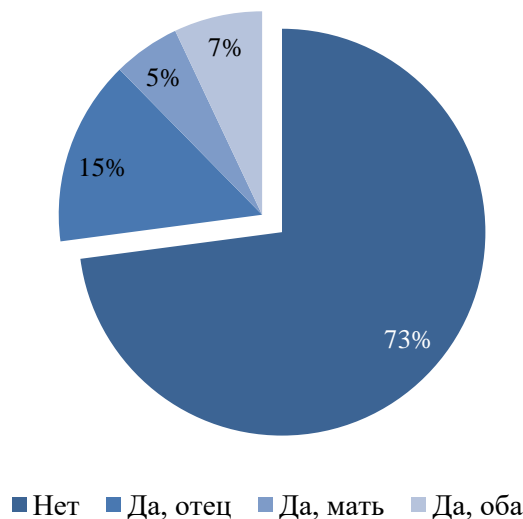


Рис. 20. Наличие родителей-предпринимателей в семьях российских студентов

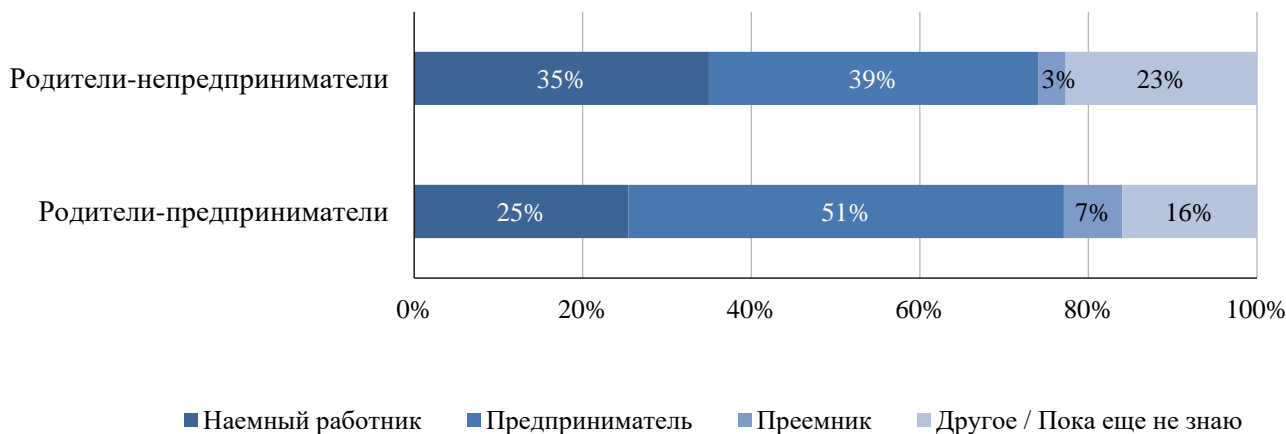


Рис. 21. Родители-предприниматели и карьерные предпочтения российских студентов спустя 5 лет после окончания учебы

4.2.4. Социально-культурный контекст

Большинство ученых сходятся во мнении, что процесс принятия решений тесно связан с социальным и культурным контекстом, в котором

находится индивид. Следовательно, социально-культурные факторы могут оказывать определенное влияние на формирование

предпринимательских намерений студентов. В рамках проекта GUESSS отдельное внимание уделяется двум аспектам: роли непосредственного социального окружения и национальной культуры. Используя оценку «субъективных норм» по теории запланированного поведения [Ajzen, 1991], можно оценить ожидаемую реакцию близких на выбранный карьерный путь. В теории считается, что чем более позитивными являются ожидания относительно реакции своего окружения на определенные действия, тем больше вероятность осуществления запланированных шагов.

В анкете студентам задавали вопрос о том, как отреагировали бы люди в их окружении (семья, друзья и сокурсники), если бы они выбрали карьеру предпринимателя. Оценить реакции просили по шкале от 1 (крайне отрицательно) до 7 (крайне положительно) [Linan, Chen, 2009]. По представленным результатам видно, что студенты ожидают положительную реакцию своего окружения в случае выбора предпринимательской карьеры, причем средний показатель по всем трем вопросам несколько выше среди российских студентов и составляет 5,8, (по сравнению с 5,7 по международной выборке) (табл. 6).

Таблица 6

Выбор карьеры предпринимателя и реакция окружения

Отношение окружения к предпринимательской карьере	Россия	Международная выборка
Семья	5,8	5,7
Друзья	6,0	5,8
Сокурсники	5,6	5,6
Индекс*	5,8	5,7

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

4.2.5. Отношение к предпринимательству

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

Работа в качестве предпринимателя предполагает постоянное движение вперед, совершенствование, развитие, умение строить планы, ставить амбициозные цели, организовывать работу, находить необходимые ресурсы и достигать все новых высот. Не каждый

готов к такой ответственности и самостоятельному принятию решений, некоторые люди чувствуют себя комфортнее в качестве наемных работников, что подтверждается результатами исследования GUESSS. Как видно на рис. 22, среди российских студентов сильнее выражено положительное отношение к предпринимательству в целом. Заметим, что многие респонденты в России в большей степени оказались согласны с тем, что для реализации своего предпринимательского потенциала им не хватает ресурсов (рис. 23).

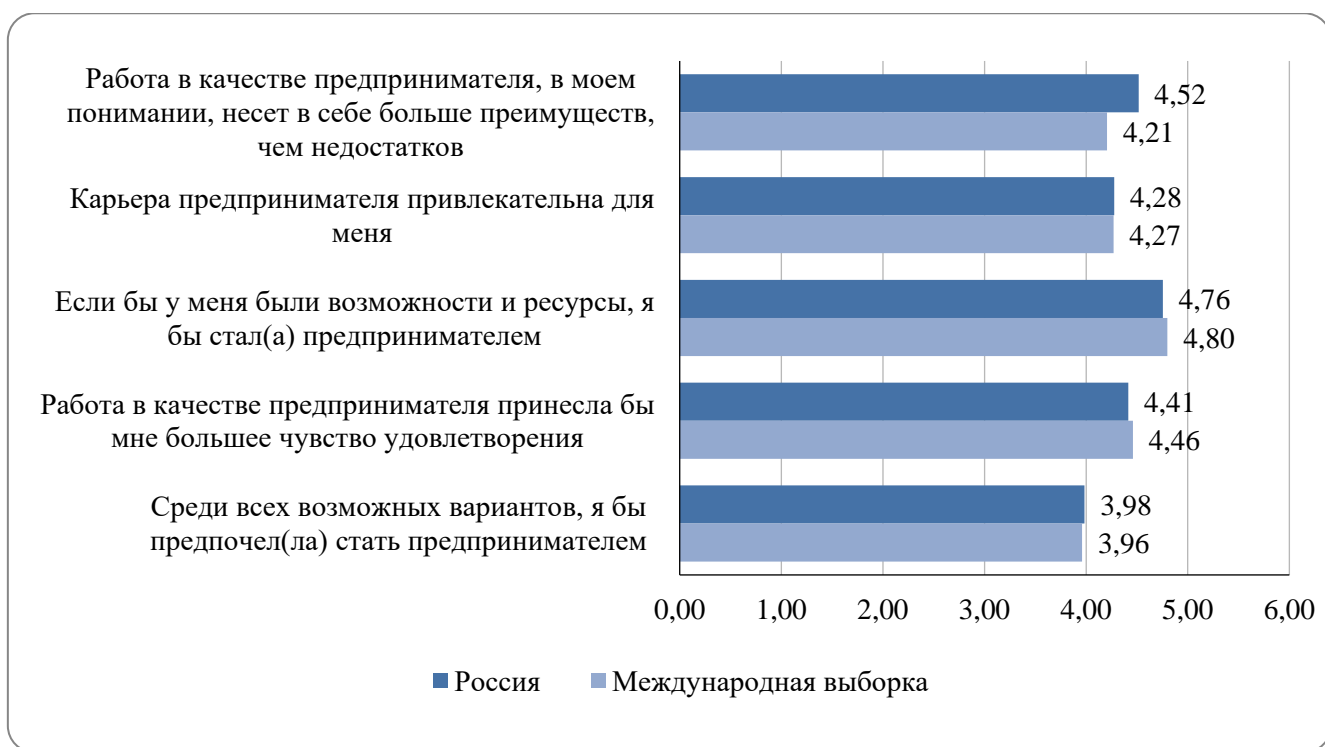


Рис. 22. Отношение к предпринимательству

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



Рис. 23. Отношение к предпринимательству и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы

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

Будущие предприниматели и преемники в большей степени согласны с тем, что работа в качестве предпринимателя несет в себе больше преимуществ, чем недостатков, и считают карьеру предпринимателя привлекательной для себя. Стоит добавить, что российские студенты

согласны с тем, что открытие собственного дела принесло бы им большее чувство удовлетворения, что свидетельствует не только о положительном отношении к предпринимательству, но и о наличии у студентов скрытого предпринимательского потенциала.

4.2.6. Предпринимательская самооффективность

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

Для оценки уровня предпринимательской самооффективности студентов просили указать свой уровень компетенций при выполнении различных предпринимательских задач (1 – компетенции слабо развиты, 7 – компетенции развиты отлично). На рис. 24 представлено распределение средней оценки уровня развития компетенций у российских студентов в соответствии с их карьерными предпочтениями. Согласно ожиданиям, будущие предприниматели и преемники имеют более высокий уровень развития всех компетенций при выполнении задач, важных для предпринимательской деятельности, по сравнению с наемными работниками.

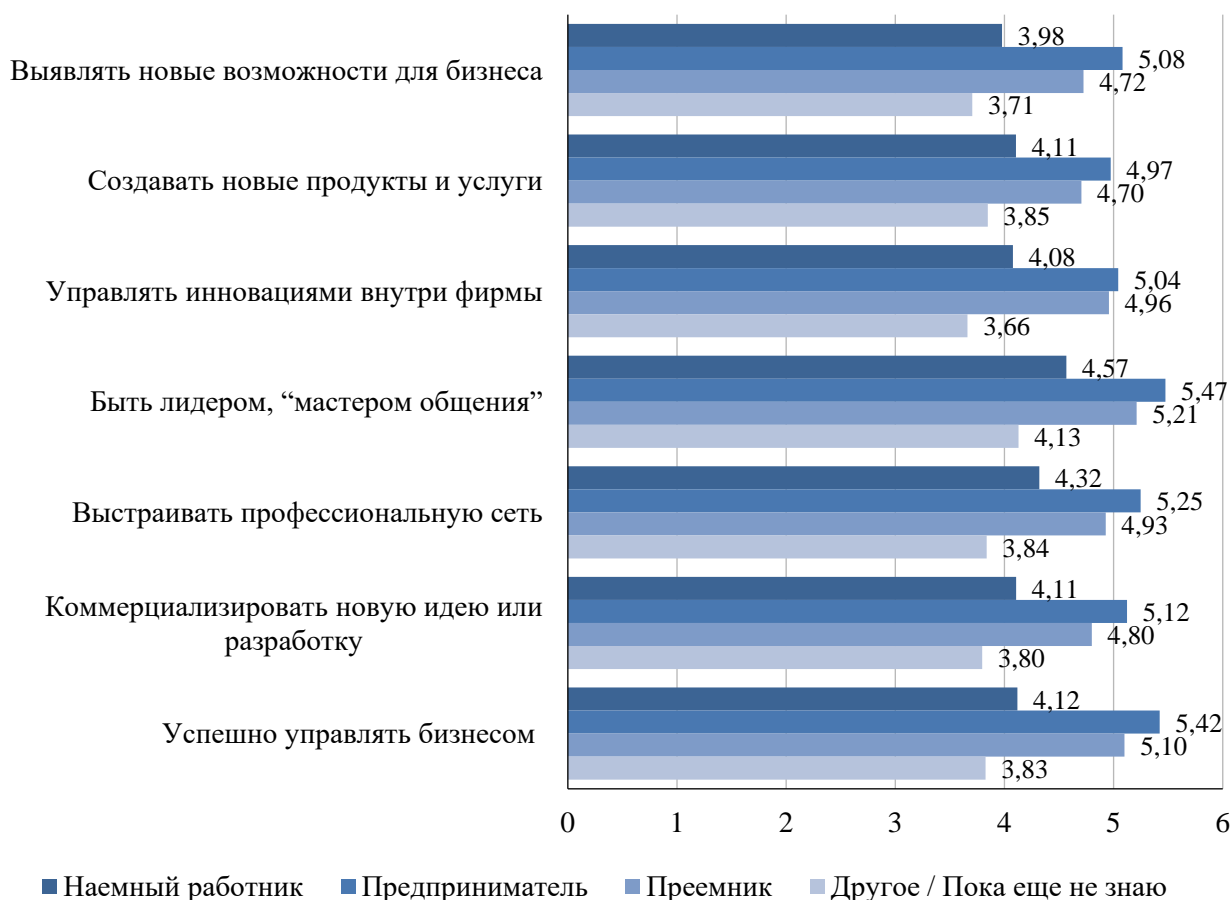


Рис. 24. Компетенции и карьерные предпочтения российских студентов сразу после окончания учебы

4.3. Предпринимательство среди студентов

На основании вопросов анкеты среди всех респондентов можно выделить активных и потенциальных предпринимателей. К активным предпринимателям относятся студенты, которые уже ведут свой собственный бизнес, к потенциальным предпринимателям — те, кто в момент проведения исследования пытался начать свое дело. Стоит отметить, что процент потенциальных предпринимателей среди студентов в России выше по сравнению с данным показателем по международной выборке (рис. 25) и составляет порядка 42%. Однако процент активных предпринимателей достаточно низок, как в России, так и в международной выборке: только около 12,2% студентов в России основали

свой бизнес в период учебы в вузе (10,8% — в международной выборке).

С целью более глубокого изучения предпринимательских намерений студентов в исследовании GUESSS уделяется особое внимание не только индивидуальным характеристикам потенциальных и активных предпринимателей и их окружению, но и тому, в каких условиях создается бизнес. Ввиду того, что опрос проводился в условиях очередной волны пандемии COVID-19, вопросу влияния кризисного контекста на предпринимательскую активность отведено значимое место в исследовании. Помимо этого, ниже будут даны характеристики различных подходов к созданию новой фирмы.

4.3.1. Потенциальные предприниматели

В этой части отчета в анализ включены ответы студентов, которые собираются начать собственный бизнес — потенциальных предпринимателей, или уже ведут свой собственный бизнес — активных предпринимателей.

В общей выборке число потенциальных предпринимателей достигает 75838 человек, что эквивалентно 28,4% всей выборки, а в российской — 2289 человек, или 42,3%. Большая часть потенциальных предпринимателей обучается экономике и менеджменту — это 46,5% опрошенных (рис. 26).

Чтобы изучить более детально данную категорию студентов, обратимся к гендерным различиям (рис. 27). Среди обучающихся

экономике и менеджменту и общественным наукам, большую часть составляют женщины (70% и 78%), а в естественных науках больший интерес к предпринимательству проявляют мужчины (58%). Во всех выбранных направлениях доля женщин увеличилась по сравнению с опросом 2018 года.

В России 33% ещё не знают когда откроют свою фирму, это самый частый ответ. Почти 29% предполагают, что в течение двух лет после окончания обучения начнут свой бизнес. Чуть меньше — 26,4% студентов думают, что откроют свою фирму во время обучения. Лишь 10% студентов планируют открыть свой бизнес сразу после окончания обучения. В среднем по всей выборке открытие собственного бизнеса планируется не ранее чем через 1 год (рис. 28).

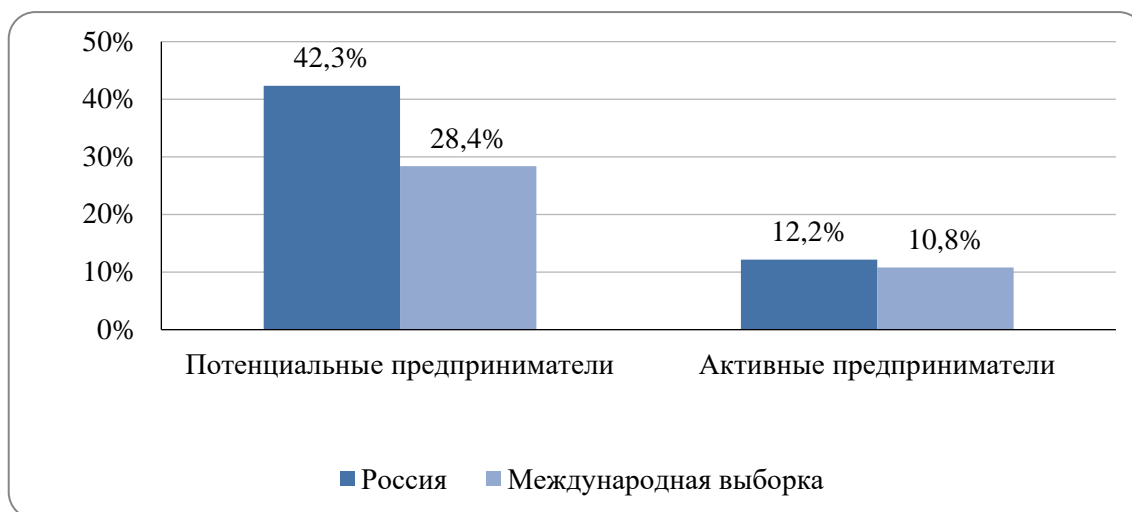


Рис. 25. Начало собственного бизнеса в период обучения в вузе

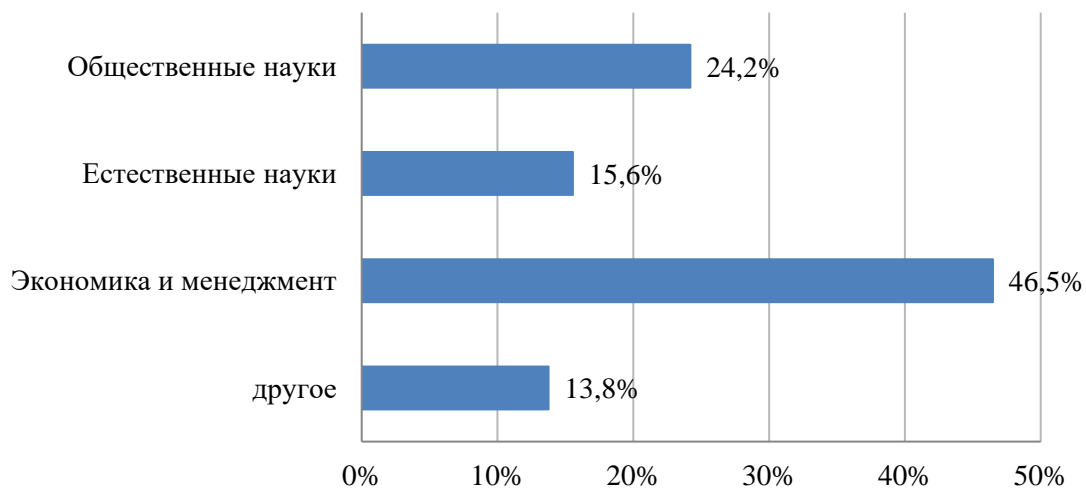


Рис. 26. Потенциальные предприниматели среди российских студентов и их специализация

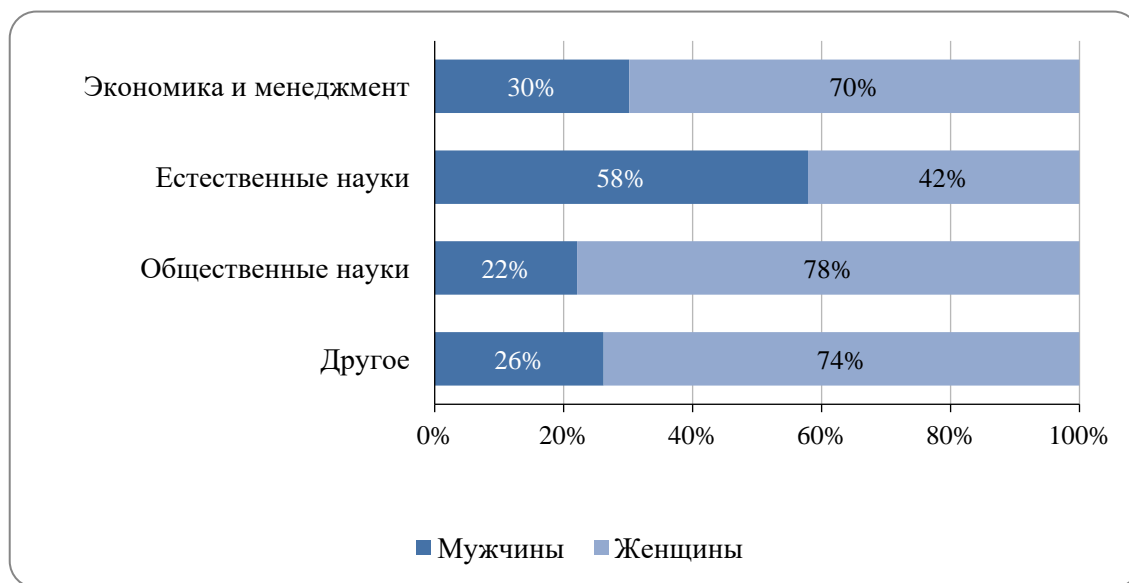


Рис. 27. Потенциальные предприниматели среди российских студентов, их гендерный состав и специализация

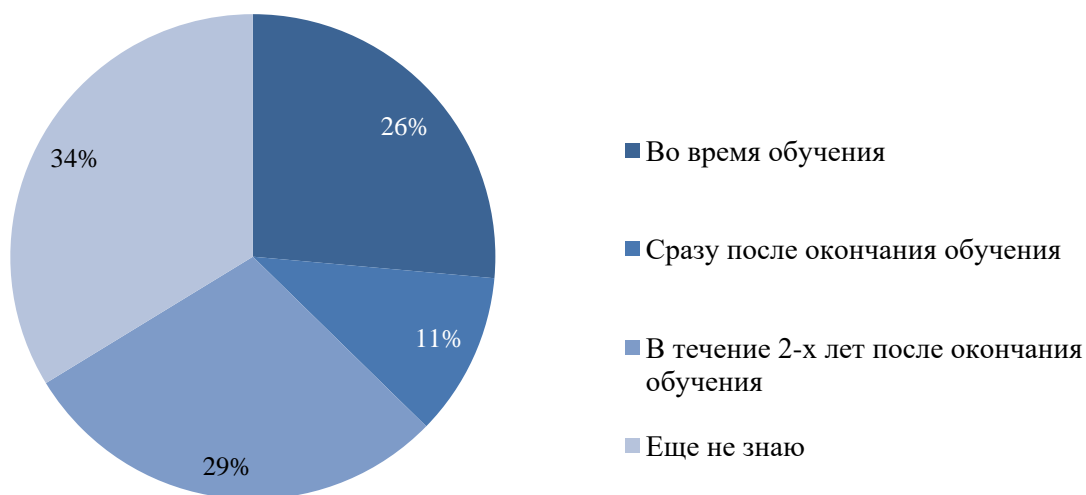


Рис. 28. Планы по открытию фирмы среди российских студентов - потенциальных предпринимателей

У подавляющего большинства российских студентов — потенциальных предпринимателей отсутствует предыдущий опыт создания бизнеса (рис. 29). На рис. 30 представлена классификация будущих фирм в России по секторам. 16,51% потенциальных предпринимателей нацелены на открытие бизнеса в сфере рекламы/маркетинга/дизайна (что превышает данный показатель по международной выборке — 12,31%). На втором месте по популярности стоит сфера оптовой или розничной торговли, на третьем — образование и тренинги.

Так как открытие своей фирмы сопряжено с высокой долей риска, а многие хотели бы его снизить, то один из выходов — разделить риски с

партнером (или партнерами). В России 28% потенциальных предпринимателей полагают открывать свою фирму вместе с как минимум одним партнером (табл. 7). К полностью самостоятельному ведению предпринимательской деятельности готовы 57% российских респондентов. При этом, большинство студентов (65%) отмечают, что придумали идею для данного бизнеса самостоятельно вне университета (рис. 31). 30% респондентов отметили, что не искали партнеров по бизнесу, так как такой тип самозанятости не предполагает партнёров (табл. 8). При этом 20% студентов ещё не искали себе партнеров, но планируют сделать это в будущем.

Таблица 7

Партнеры для будущего бизнеса

Партнеры по бизнесу	Россия, %	Международная выборка, %
Нет	57%	53%
Один партнер	28%	28%
Два партнера	10,4%	11%
Три партнера и более	5%	7%

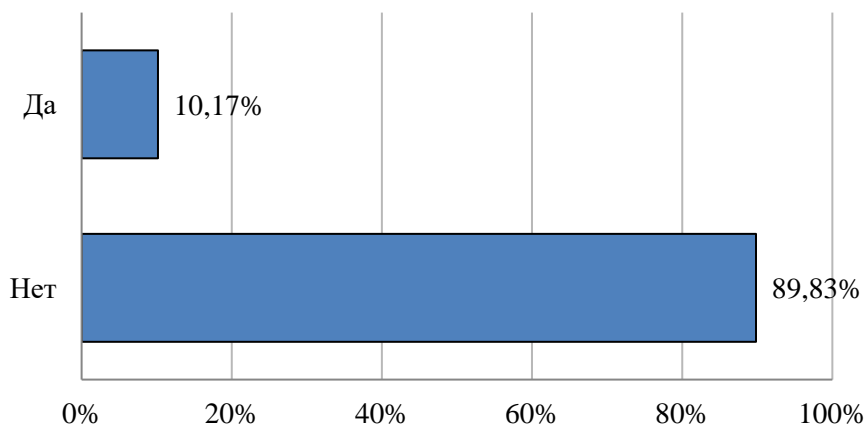


Рис. 29. Наличие опыта создания бизнеса у российских студентов — потенциальных предпринимателей

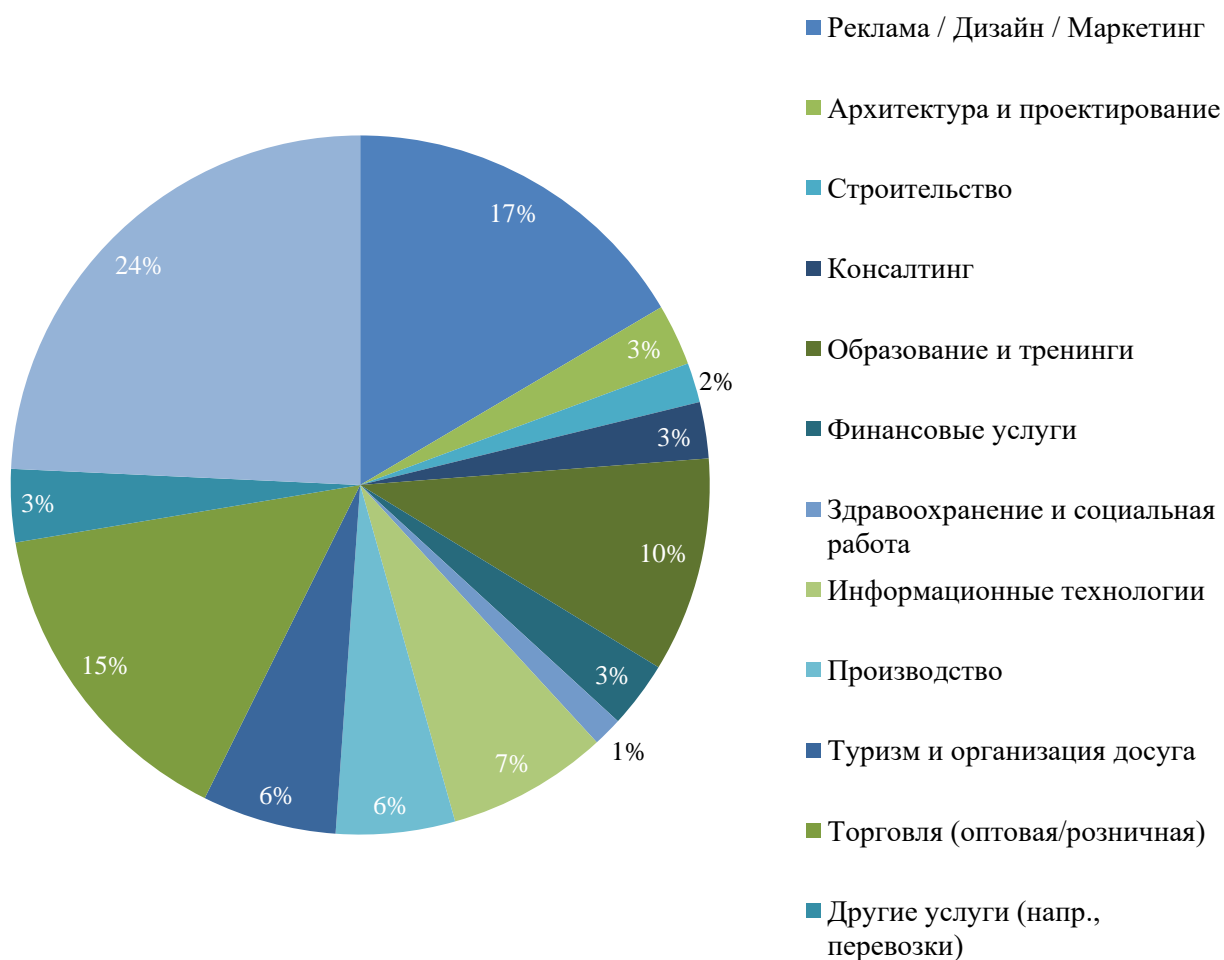


Рис. 30. Сектор деятельности будущей фирмы российских студентов — потенциальных предпринимателей

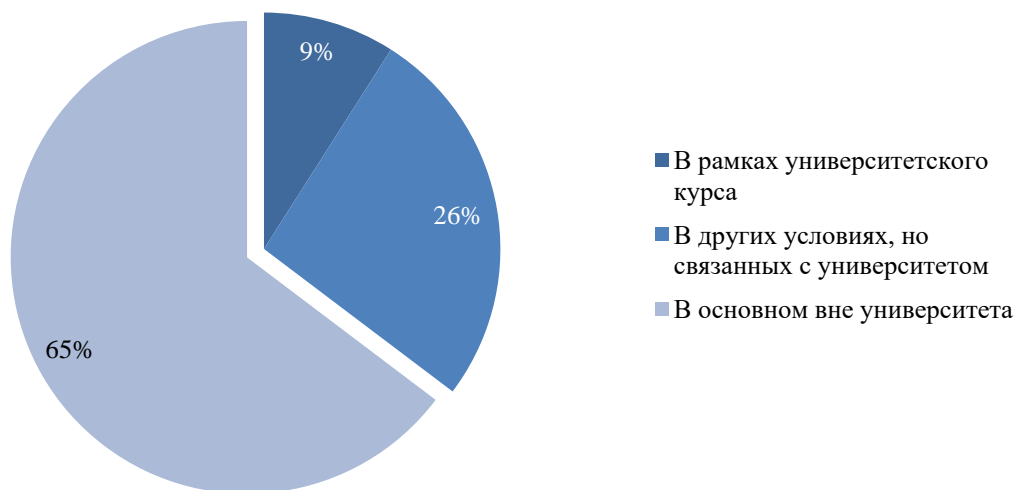


Рис. 31. Связь бизнес-идеи и университета

Таблица 8

Как создавалась команда со-основателей (партнеров по бизнесу)

Создание команды	Россия, %	Международная выборка, %
Это тип самозанятости, поэтому партнер по бизнесу не нужен	30%	27%
Я не хочу, чтобы у меня был партнер, я хочу начать свой бизнес самостоятельно	27%	23%
Я искал партнера по бизнесу, но не нашел подходящего	5%	8%
Я еще не искал партнера по бизнесу, планирую делать это в будущем	20%	29%
Ничего из вышеперечисленного	18%	14%

Так как студенты в категории потенциальных предпринимателей отмечали тот факт, что они уже пытаются начать свой бизнес, то возникает закономерный вопрос: на каком этапе они находятся, какие шаги уже предприняли? Порядка 24% потенциальных предпринимателей среди российских студентов еще не приступили к активным действиям, 15% студентов обсудили бизнес-идею с потенциальными клиентами, 17% собрали информацию о рынке и конкурентах, 11% — написали бизнес-план, а 13% начали разработку продукта/услуги. (рис. 32).

Количество предпринятых шагов для начала бизнеса позволяет создать еще один

индекс, который отражает степень предпринимательской активности среди тех студентов, которые нацелены на открытие своей фирмы. Индекс вычисляется как сумма сделанных шагов от 0 («ничего из перечисленного не было сделано») до 10, где 10 — максимально возможное количество предпринятых действий, представленных на рис. 38. В результате, на основании сделанных вычислений, были получены следующие результаты: наивысший индекс предпринимательской активности характерен для Бразилии, Швеции и Колумбии, а наименьший — для Нигерии, Катара и Туниса. Для России индекс составляет 2,36 (табл. 9).



Рис. 32. Предпринятые российскими студентами шаги для начала своего бизнеса

Таблица 9

Индекс предпринимательской активности

№	Страна	Индекс	№	Страна	Индекс
1	Бразилия	3,8	17	Бельгия	2,4
2	Швеция	3,14	18	Казахстан	2,37
3	Колумбия	2,94	19	Россия	2,36
4	Германия	2,64	20	Боливия	2,34
5	Швейцария	2,62	21	Пакистан	2,28
6	Венгрия	2,61	22	Австрия	2,27
7	Чили	2,59	23	Новая Зеландия	2,25
8	Коста Рика	2,48	24	Саудовская Аравия	2,22
9	Италия	2,47	25	Эстония	2,21
10	Мексика	2,47	26	Индонезия	2,16
11	Словакия	2,44	27	Испания	2,15
12	Иордания	2,43	28	Чехия	2,11
13	Португалия	2,43	29	Греция	2,06
14	Япония	2,43	30	Болгария	2,06
15	Эквадор	2,42	31	Хорватия	2,05
16	Панама	2,42	32	Объединенные Арабские Эмираты	2,02

33	Литва	2	44	Лихтенштейн	1,72
34	Корея	1,97	45	Польша	1,7
35	Украина	1,91	46	Непал	1,69
36	Доминиканская Республика	1,89	47	Нидерланды	1,39
37	Иран	1,84	48	Финляндия	1,36
38	Эль Сальвадор	1,8	49	Перу	1,33
39	Ирак	1,76	50	Австралия	1,32
40	Албания	1,75	51	Ливан	1,11
41	Уругвай	1,75	52	Нигерия	1,08
42	Марокко	1,73	53	Катар	0,91
43	Республика Северная Македония	1,72	54	Тунис	0,85

Примечание: по Англии, Ирландии и США индекс не рассчитывался в силу малого количества наблюдений (меньше 15)

4.3.2. Активные предприниматели

Лишь 12.2% студентов в российской и 10.8% в международной выборке уже ведут свой собственный бизнес (в абсолютных показателях — 657 и 28877 человек соответственно).

Большинство студентов в российской выборке основало свою фирму недавно: 35,2% в 2020 г. и порядка 20% — в 2021 гг. В 2018-2019 гг. начали свой бизнес порядка 30% респондентов (табл. 10). В международной выборке порядка 31% студентов организовали фирму в 2020 г., что составило большую часть выборки, 18% — в 2021 гг., остальные — в 2019 г. или раньше. В России в фирме в среднем работает 3 человека, а в среднем по международной выборке — 9 человека. Большая доля собственности сосредоточена в руках самих предпринимателей. Среди активных предпринимателей почти треть респондентов ведут бизнес вместе с партнерами.

Согласно результатам опроса 2021 года большинством активных предпринимателей движет мотив собственного финансового благополучия. В соответствии с типологией предпринимателей, предложенной в исследовании [Fauchart & Gruber, 2011], такие предприниматели характеризуются дарвинистской социальной идентичностью (Darwinian social identity). В России около 60% активных предпринимателей обладают этим типом идентичности в качестве доминирующего. В таких странах, как Саудовская Аравия и Бразилия этот показатель еще выше – 82% и 76% соответственно.

Помимо дарвинистской социальной идентичности, исследователи выделяют также предпринимателей с коммунитарным

(Communitarian social identity) и миссионерским типами идентичности (Missionary social identity) [Fauchart & Gruber, 2011]. Предприниматели коммунитарного типа движимы интересами локального сообщества, к которому принадлежат, созданием ценности для членов этого сообщества. В таких европейских странах, как Финляндия и Германия, данный тип является доминирующим среди опрошенных активных предпринимателей – 52% и 46% соответственно. Предприниматели-миссионеры отличаются от дарвинистского и коммунитарного типов тем, что их основной мотив создания бизнеса – это решение глобальных проблем человечества. Они обеспокоены вопросами устойчивого развития, сохранения благоприятных условий жизни для будущих поколений, созданием ценности не просто для локального сообщества, а для всего человечества. Данный тип идентичности наименее выражен среди предпринимателей в России. В таких странах, как Бразилия и Саудовская Аравия, сопоставимый процент активных предпринимателей обладает коммунитарным и миссионерским типами идентичности в качестве доминирующих.

В процессе рассмотрения гендерных различий среди активных предпринимателей разных типов было обнаружено, что женщины обладают более выраженной предпринимательской идентичностью вне зависимости от того, какой смысл они вкладывают в существование своего бизнеса (рис. 33).

Активным предпринимателям было предложено оценить результаты деятельности своего бизнеса. Оценки были получены довольно

умеренные. Взглянув на данные представленные на рис. 34, стоит обратить внимание на то, что среди российских студентов оценка успешности бизнеса, включая рост продаж, увеличение доли рынка, прибыли, создание рабочих мест и инновационность, несколько ниже, чем по международной выборке. Тем не менее, общий уровень удовлетворенности собственным бизнесом находится среди российских студентов на уровне выше среднего (4,26 из 7 баллов).

При рассмотрении взаимной зависимости между результатами деятельности фирмы и типом социальной идентичности предпринимателей можно заметить, что предприниматели-дарвинисты преуспевают в бизнесе с точки зрения обеспечения его роста, а также инновационности. Для предпринимателей коммунитарного и миссионерского типов характерна высокая значимость инновационности фирмы и создания новых рабочих мест (рис. 35).

Таблица 10

Характеристики существующего бизнеса

	Россия	Международная выборка
В каком году вы основали фирму?		
2021	20,0%	18,4%
2020	35,2%	31,6%
2019	17,4%	14,8%
2018	12,1%	9,3%
2017	3,2%	5,6%
2016 и ранее	12,1%	20,3%
Количество сотрудников	3	10
Какова ваша доля собственности?		
0-49%	16,2%	21,7%
50%	17,9%	20,8%
51-100%	65,9%	57,6%
Количество совладельцев		
0	62,7%	37,3%
1	23,2%	29,7%
2	7,9%	18,8%
3	2,7%	7,6%
Больше 3	3,4%	6,6%

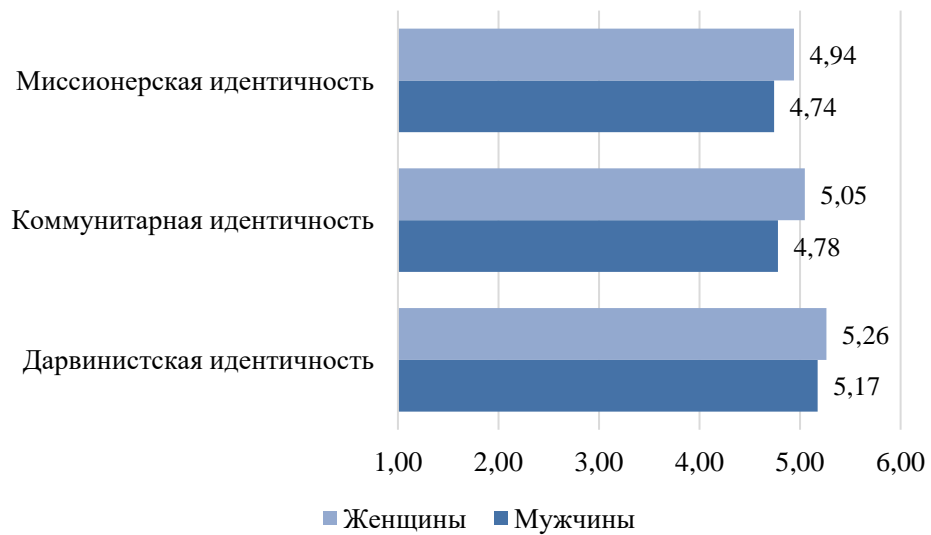


Рис. 33. Социальная идентичность активных предпринимателей – гендерный аспект

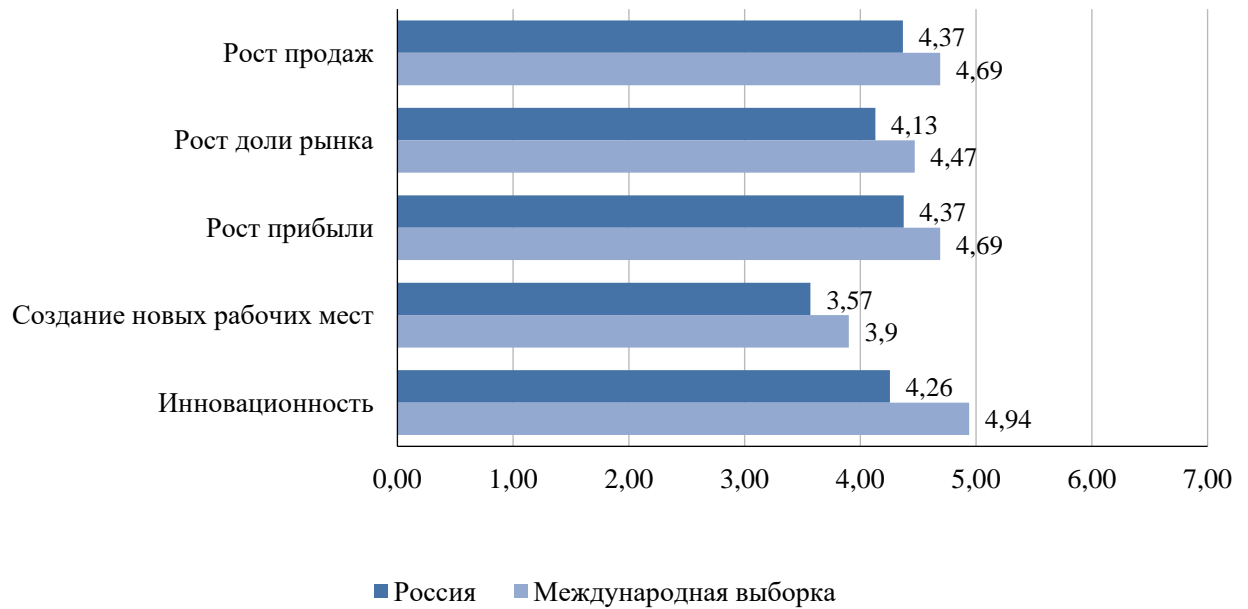


Рис. 34. Результаты деятельности бизнеса среди активных предпринимателей

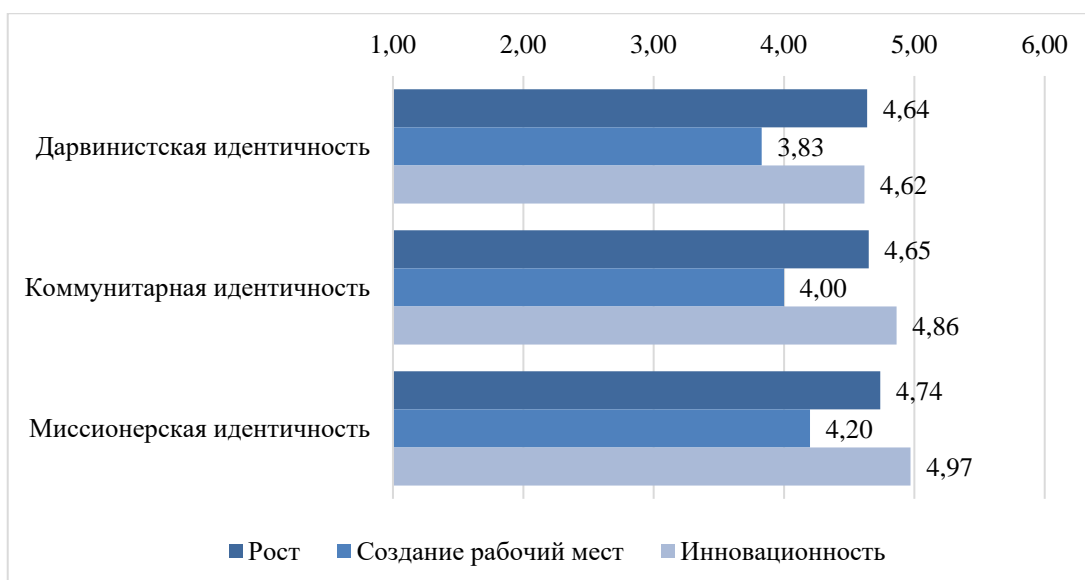


Рис. 35. Результаты деятельности бизнеса среди активных предпринимателей с разными типами идентичности

Как уже отмечалось ранее, опрос 2021 года проводился во время очередной волны пандемии COVID-19, что определило особое внимание к контексту кризиса и его роли с точки зрения предпринимательской активности. Для большого числа молодых людей пандемия послужила источником возможностей для создания своего бизнеса. В России в ответ на пандемию основная часть новых фирм была создана в рамках одной из трех следующих отраслей: реклама/дизайн/маркетинг (22,5%), торговля (16,7%) и образование и тренинги (14,7%). В рамках международной выборки эти

же отрасли лидировали, но с другим соотношением, а именно на торговлю пришлось почти 29% вновь созданных фирм, на реклама/дизайн/маркетинг – почти 13%, а на сферу образования – 7,2% (см. табл. 11).

Интересно, что среди активных предпринимателей, кто начал бизнес в ответ на кризис, в международной выборке преобладают женщины (59% женщин против 41% мужчин). В России примерно равный процент мужчин и женщин воспользовались открывшимися в этот период возможностями.

Таблица 11

Отрасли, в рамках которых создавался новый бизнес в ответ на пандемию COVID-19

Сектор	Россия	Международная выборка
Реклама / Дизайн / Маркетинг	22,55%	12,90%
Архитектура и проектирование	0,98%	2,24%
Строительство	5,88%	1,62%
Консалтинг	0,98%	2,40%
Образование и тренинги	14,71%	7,22%
Финансовые услуги	1,96%	2,63%
Здравоохранение и социальная работа	0,98%	2,83%
Информационные технологии	5,88%	3,99%
Производство	5,88%	2,32%
Туризм и организация досуга	2,94%	2,05%
Торговля (оптовая/розничная)	16,67%	28,88%
Другие услуги (напр., перевозки)	0	3,60%
Другое	20,59%	27,32%

4.3.3. Потенциальные преемники

Карьерные планы студентов могут формироваться под влиянием предпринимательской среды в их семье, ведь когда родители имеют свой собственный бизнес, то у детей раньше складывается представление, как можно организовать свое дело. Около 27,9% участников исследования в России отметили, что, хотя бы один из их родителей — предприниматель (данный показатель по международной выборке составил около 41%), а в 23% — основной владелец бизнеса. Основные характеристики семейного бизнеса в российской и международной выборках близки: примерно в 70% фирм родители респондентов владеют более 51% бизнеса. В международной выборке в 73% случаев родители активно вовлечены в операционное управление организацией, тогда как в российской выборке данный показатель составляет 82%. Если рассматривать соотношение респондентов, которые не владеют личной долей в семейном бизнесе, то этот показатель в России и в мире сопоставим: 89% в России против 87% в мире. Как в России, так и по всем странам, порядка 40% участников опроса имеют опыт работы на семейном предприятии. Основные различия между российской и международной выборками — время владения фирмой и количество сотрудников. В России, как правило, родители ведут свой бизнес около 16 лет, а среднее значение по всей выборке составляет 22 года. В среднем в российской фирме работают порядка 42 сотрудников, а в международной выборке среднее число работников существенно выше — 52 человека.

Распределение семейного бизнеса российских студентов по отраслям представлено

на рис. 36. Отметим, что 30% студентов в России относят семейный бизнес к сектору торговли. В международной выборке набор доминирующих отраслей такой же, но соотношение между ними другое.

Оценки успешности семейного бизнеса, в целом, сравнимы, хотя можно отметить несколько более низкий уровень по ряду показателей среди российских студентов (рис. 37). Самый близкий показатель между двумя группами — создание новых рабочих мест, получившее оценку чуть выше среднего в обеих группах.

Но насколько сами студенты готовы стать преемниками семейного бизнеса? В российской выборке лишь около 7,6% опрошенных отметили, что управление семейным бизнесом является их профессиональной целью (сразу после окончания университета и спустя 5 лет после выпуска). В других странах данный показатель находится на уровне около 4,5%.

Студенты как в России, так и в международной выборке довольно нейтрально оценили привлекательность карьеры преемника семейного бизнеса. В среднем показатели получились сравнимыми, общий индекс намерений стать преемником («готовности») по международной выборке находится на уровне 2,5, а по российской составляет 2,6 (см. табл. 12).

Около 21% респондентов, которые ведут собственный бизнес, ответили, что работают в той же сфере, в которой функционирует бизнес родителей. При этом у 20% респондентов родители владеют частью их бизнеса. Порядка 17% респондентов отметили, что их компания сотрудничает с бизнесом родителей.



Рис. 36. Сектор бизнеса семейной фирмы

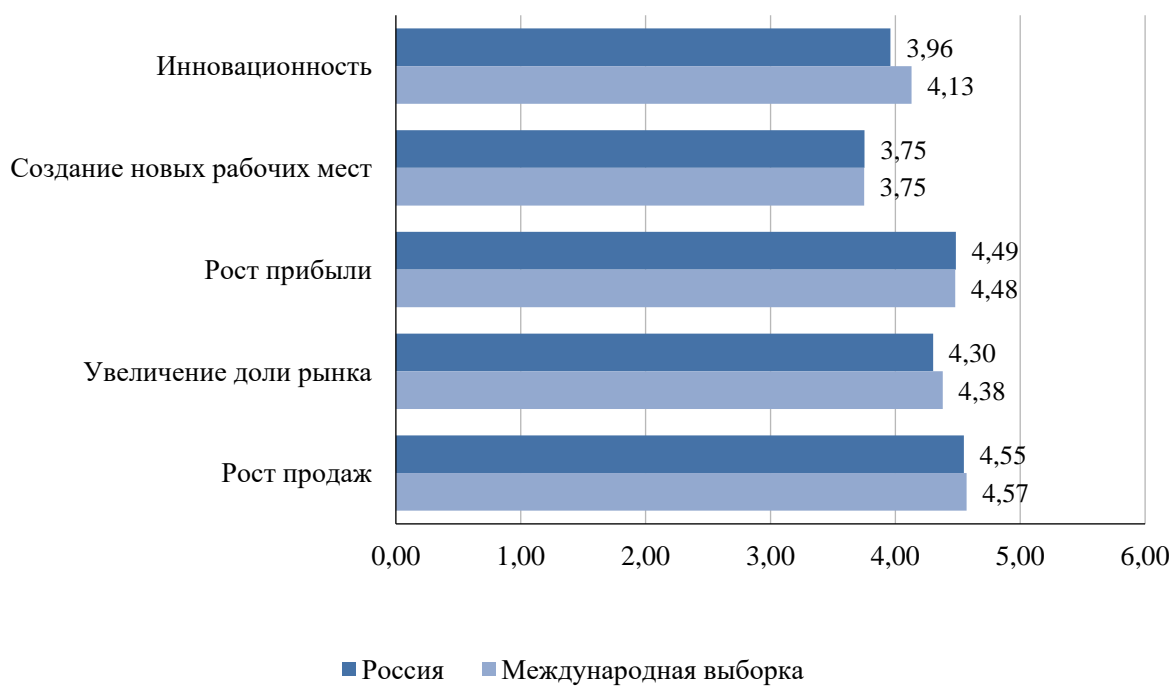


Рис. 37. Успешность семейного бизнеса

Примечание: представлены средние значения; шкала от 1 до 7: 1 — намного ниже, чем конкуренты, 7 — намного выше, чем конкуренты

Отношение к карьере преемника в семейном бизнесе

	Россия	Международная выборка
Я готов(а) сделать все, что угодно, чтобы стать преемником фирмы моих родителей	2,9	2,8
Моя профессиональная цель – стать преемником моих родителей и продолжить семейный бизнес	2,5	2,5
Я готов(а) предпринять все необходимые усилия, чтобы стать преемником фирмы моих родителей	2,7	2,5
Я решительно настроен(а) стать преемником фирмы моих родителей в будущем	2,5	2,4
Я серьезно обдумываю возможность стать преемником бизнеса моих родителей	2,6	2,5
У меня есть серьезное намерение однажды стать преемником фирмы моих родителей	2,5	2,4

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

Выводы

В рамках национального отчета были рассмотрены основные результаты исследования GUESSSS 2021 г., и по целому ряду характеристик было приведено сравнение российской и международной выборки. Многие тенденции оказались близкими, но можно выделить и ряд особенностей, которые отличают российский контекст. Приведем основные наблюдения и выявленные различия.

- Почти половина студентов в России рассчитывает получить работу по найму сразу после окончания вуза (49%), что значительно ниже показателя международной выборки (почти 65%). В 2018 году результаты опроса были намного выше – 74% и 79% соответственно. Перераспределение произошло в том числе и в пользу карьеры предпринимателя. Доля студентов, которые готовы создать свой бизнес с нуля сразу после вуза, составляет в России более 22% (для сравнения, 9% в 2018 году), в международной выборке – около 18%. С перспективой в 5 лет доля желающих стать предпринимателями среди российских студентов возрастает до 42%, в международной выборке – до 32%. Данная тенденция повторяет результаты исследований GUESSSS с 2011 г. Одно из объяснений — желание студентов приобрести необходимый опыт работы в существующей компании, прежде чем перейти к организации своего дела. Вместе с тем, доля студентов, рассматривающих для себя карьеру предпринимателя сразу после окончания вуза существенно выросла по сравнению с предыдущими результатами исследования.
- Однако карьерные планы студентов ничего не говорят о готовности студентов к предпринимательской деятельности. В связи с этим был рассчитан индекс предпринимательских намерений по всем 58 странам, принявшим участие в исследовании. Данный индекс в России составляет 3,76, что ниже показателя 2018 года (4,1) и показателя 2016 года (4,45). Наибольший индекс предпринимательских намерений характерен для студентов, изучающих экономику и менеджмент — он составляет 4,4, а наименьший (3,3) — для естественных наук. Россия занимает 39 место по индексу предпринимательских намерений из 58 стран, потеряв 10 позиций за 3 года. Первые позиции в рейтинге заняли Перу, Панама, Боливия. В конце списка стоят Япония, Германия, Швейцария. Такая картина указывает на наличие определенной разницы в формировании предпринимательских устремлений студентов между странами с развитой и развивающейся экономикой.
- В рамках исследования особое внимание уделялось тем факторам, которые способны объяснить формирование карьерных намерений студентов. Университетская среда — один из ключевых элементов формирования предпринимательской экосистемы. По сравнению с 2018 годом в России повысилась степень внедрения предпринимательской составляющей в программу обучения. В 2021 году около 54% студентов отметили, что у них вовсе не было курсов по предпринимательству, что сопоставимо с показателем по международной выборке – 53%. В 2018 году этот показатель в России составлял 63%. Кроме того, роль среды обучения и соответствующих курсов в развитии предпринимательства среди студентов была оценена последними на достаточно невысоком уровне, особенно среди студентов естественных наук.
- Наличие в семье родителей-предпринимателей зачастую рассматривается как фактор, способствующий становлению их детей как будущих предпринимателей. В России было выявлено, что процент студентов, которые собираются стать предпринимателями, выше, если их родители также предприниматели (51%), в отличие от не предпринимателей (39%).
- Так как в теоретической модели GUESSSS выделяется социально-культурный аспект, он также был детально проанализирован. Оказалось, что российские студенты несколько больше уверены в положительной реакции близкого окружения на их предполагаемое решение стать предпринимателем. Также потенциальные предприниматели в России склонны выше оценивать свою способность контролировать ситуацию по сравнению теми, кто планирует выбрать карьеру наемного работника. Важно отметить, что в целом оценка способности контролировать ситуацию в России ниже, чем в рамках международной выборки.
- Среди российских студентов наблюдается более положительное отношение к предпринимательству, чем в международной выборке. Карьера предпринимателя является привлекательной для студентов, они

отмечают, что такая деятельность принесла бы им большее чувство удовлетворения. Кроме того, улучшилась ситуация с оценкой обеспеченности ресурсами. Данный показатель сравнился с международной выборкой. Однако российские студенты отмечают у себя более низкий уровень предпринимательской самоэффективности, что подчеркивает необходимость развития их компетенций и навыков предпринимательской деятельности.

- Респонденты были также разделены на категории потенциальных и активных предпринимателей; каждая из этих групп была проанализирована в отдельности. В России процент потенциальных предпринимателей существенно выше, чем в международной выборке (43% против 28%). Данный показатель улучшился по сравнению в 2018 годом, когда он составлял около 30%. Большинство (порядка 46%) изучают экономику и менеджмент и планируют фактическое открытие фирмы в течение обучения или в пределах двух лет после его окончания. Потенциальные предприниматели среди российских студентов нацелены на открытие бизнеса в сфере рекламы, дизайна и маркетинга (16,5% против 12% по международной выборке), на втором месте по популярности стоит сфера оптовой или розничной торговли (15% против примерно 16% по международной выборке), на третьем – образование и тренинги (10% против почти 8% по международной выборке). Проанализировав предпринятые действия по созданию своей фирмы, можно отметить, что многие предприниматели уже имеют представление о рынке (17%), обсудили бизнес-идею с потенциальными покупателями (15%) или начали разработку продукта/услуги (13%). По сравнению с 2018 годом доля тех, кто приступил к активным действиям, снизилась. Возможно, это связано

с возросшей степенью неопределённости окружающей среды. Около 24% потенциальных предпринимателей не приступали к каким-либо действиям. В 2018 году этот показатель составлял 15%. Опираясь на агрегированный показатель предпринятых шагов, был составлен индекс предпринимательской активности. Россия заняла 19 место против 36 места в 2018 году с индексом 2,36 (размер индекса не изменился по сравнению с 2018 годом).

- Доля активных предпринимателей в России составила около 12% против 7% в 2018 году. Это несколько выше, чем в международной выборке (почти 11%). Российские респонденты несколько ниже оценивают успешность своей деятельности, чем студенты в целом по всем странам.
- Важной характеристикой активных предпринимателей является их социальная идентичность, понимание того, какой смысл они вкладывают в предпринимательскую деятельность, какими мотивами руководствуются. В России доминирующим является дарвинистский тип идентичности, когда в качестве приоритетов предпринимателя выступают собственное финансовое благополучие. Учитывая тот факт, что в настоящее время растут ожидания общества в отношении социальной роли предпринимательской деятельности, важной задачей является развитие предпринимательского потенциала среди людей, которые склонны к коммунитарной или миссионерской идентификации себя как предпринимателя, когда создание ценности для локального или глобального сообщества выходят на первый план. В этом случае ожидается, что создаваемые такими предпринимателями фирмы смогут достичь больших результатов в части инновационной деятельности и в части создания рабочих мест.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хотелось бы отметить, что в России наблюдается постепенное улучшение среды для развития предпринимательства среди молодежи, характеризуемая улучшением доступа к ресурсам и инфраструктуре, развитием образовательных возможностей в сфере предпринимательства, положительным отношением общества к карьере предпринимателя, желанием молодежи строить свое профессиональное развитие в направлении создания собственного дела. Однако трансформация данного потенциала в реальную предпринимательскую активность требует всесторонней поддержки со стороны институциональной среды, что стало очевидно в ходе опроса 2021 года, организованного в непростое время пандемии COVID-19. Возросшая неопределенность и враждебность внешней среды оказали негативное влияние на активность молодых людей с точки зрения предпринимаемых ими действий по созданию бизнеса при одновременно высоком желании стать предпринимателями. Снизилась оценка возможности контролировать ситуацию вокруг, что привело к замораживанию процесса трансформации намерений молодых людей создать свой бизнес в активные предпринимательские действия. Особенно важными для категории молодого населения видятся инициативы, которые могут быть внедрены на уровне университета. Развитие университетской предпринимательской инфраструктуры может служить важным фактором, способным повлиять на реализацию предпринимательских намерений в рамках запуска и развития нового предприятия. Так, внедрение в учебные программы курсов по предпринимательству либо развитие отдельных образовательных программ в этой области позволят обеспечить студентам доступ к такому предпринимательскому ресурсу как человеческий капитал, а именно набору знаний, умений и навыков, необходимых в процессе создания и

развития бизнеса, а также усилить веру в собственные силы и возможности для преодоления страха перед созданием своего дела. Важной задачей видится внедрение курсов по предпринимательству на естественнонаучных образовательных программах, на которых молодые люди обладают высоким потенциалом инновационной деятельности.

Помимо этого, немаловажным является продолжение развития общей институциональной среды вуза в области поддержки предпринимательства. Развитие программ менторства и наставничества, которые могут реализовывать приглашенные предприниматели в виде встреч, семинаров, «клуба практиков», позволит не только сформировать позитивный имидж предпринимателя в глазах студентов, но также будет способствовать формированию социального капитала, который особенно важен в условиях кризиса. Проведение образовательных курсов, круглых столов, деловых игр, организация семинаров с предпринимателями и венчурными инвесторами помогают в целом укрепить предпринимательский дух студентов. Он в свою очередь вносит важный вклад в формирование у молодых людей проактивности и самостоятельности, которые играют существенную роль в устойчивости их жизненных позиций в условиях высокого динамизма и непредсказуемости внешней среды.

Мы убеждены, что проект «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS) чрезвычайно важен в деле изучения и развития предпринимательства как в глобальном масштабе, так и на уровне отдельно взятой страны. Нашедшие отражение в отчете результаты дают возможность оценить ситуацию и принять меры в направлении создания более благоприятной среды обучения для развития и реализации предпринимательских намерений студентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Doing business*. 2020. World Bank Group. <https://archive.doingbusiness.org/ru/reports/global-reports/doing-business-2020>
2. Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211.
3. Ajzen, I. 2002. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665–683.
4. Bogatyreva, K., Edelman, L., Manolova, T., Osiyevskyy, O., Shirokova, G. 2019. When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96, 309–321.
5. Fauchart, E., Gruber, M. 2011. Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957.
6. Fishbein M., Ajzen I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
7. *Global Competitiveness Report*. 2019. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>
8. *Global Entrepreneurship Monitor*. 2020-2021. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
9. Kvedaraite N. 2014. Reasons and obstacles to starting a business: Experience of students of Lithuanian higher education institutions. *Management*, 19 (1), 1-16
10. Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., Patzelt, H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27 (4), 414-435.
11. Linan, F., Chen, Y. W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.
12. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. 2014. Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
13. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. 2016. Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
14. Souitaris V., S. Zerbinati and A. Al-Laham. 2007. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566-591.
15. Shirokova G., Osiyevskyy O., Bogatyreva K. 2016. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34, 386-399.
16. Zellweger T., P. Sieger and F. Halter. 2011. Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26 (5), 521-536