



Университет «Туран»



**GUESSS:
глобальное исследование
предпринимательского
духа студентов**

**Национальный отчет
GUESSS Kazakhstan–2018**

**Алматы
2019**

УДК 005:378
ББК 65.290-2:74.58
G 93

Под общей редакцией
Тазабекова К.А., профессора,
руководителя проекта GUESSS Kazakhstan

Коллектив авторов под руководством
Таменовой С.С., Судибор О.Л.:
Нуртаева Д.К., Искакова А.Б., Герасимова Н.С., Кузнецова Г.Х.,
Нусупекова А.Б., Амангельдиева Н.С., Нуркеев А.С.

G 93 GUESSS: глобальное исследование предпринимательского
духа студентов. Национальный отчет GUESSS Kazakhstan–2018. –
Алматы: Университет «Туран», 2019. – 64 с.

ISBN 978-601-214-403-1

С 2003 года швейцарские эксперты в области малого и среднего бизнеса и предпринимательства проводят опрос студентов в разных странах мира «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (GUESSS).

На сегодняшний день, когда вопросы развития предпринимательской среды, укрепления позиций малого и среднего бизнеса на рынке, распространения обучающих программ по вопросам ведения бизнеса и предпринимательства неизменно входят в повестку различных стратегических документов, возникает необходимость получать обратную связь от стейкхолдеров / участников процесса формирования предпринимательской среды, отслеживать успешность предпринимаемых усилий.

Исследование GUESSS является инструментом, который помогает выявлять различные тенденции предпринимательской деятельности среди студенчества, а также узнать мнение обучающихся об университетских академических программах, направленных на развитие бизнес-навыков.

Глобальный проект GUESSS осуществляется при поддержке Ernst & Young, организатором национального проекта GUESSS Kazakhstan является университет «Туран».

УДК 005:378
ББК 65.290-2:74.58

ISBN 978-601-214-403-1

© Университет «Туран», 2019



ВВЕДЕНИЕ

В 2018 году в 54 странах мира 208 000 студентов более чем из 3000 университетов приняли участие в 8-м раунде международного лонгитюдного исследования предпринимательского духа студентов (GUESSS – Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey). Проект был инициирован в 2003 году швейцарским исследовательским институтом малого бизнеса и предпринимательства при Университете Санкт-Галлен (University of St. Gallen KMU-HSG).

Казахстан впервые принял участие в данном проекте в 2016 году благодаря усилиям Ассоциации вузов РК, Казахстанского института проектных менеджеров и университета «Туран». Функции координатора проекта в Республике Казахстан исполняет университет «Туран».

Данная работа представляет результаты национального исследования GUESSS Kazakhstan–2018, которое является частью глобального исследования предпринимательского духа студентов, проводимого Университетом Санкт-Галлен и Университетом Берна (Bern University). Результаты исследования раскрывают аутентичную информацию о настроениях, намерениях и планах студентов вузов Республики Казахстан, участвующих в исследовании, относительно карьеры предпринимателя. Отчетные данные основываются на ответах обучающихся вузов РК.

Методология исследования, равно как и вопросы для анкетирования, разрабатываются швейцарскими университетами. Каждые два года разрабатывается аутентичная анкета с вопросами, которая переводится на языки стран-участниц проекта. Координаторы проекта оповещают университеты своей страны о старте опроса, высылают разъяснительную информацию, консультируют вузы и предоставляют специально сформированную для каждого вуза ссылку для анкетирования. В течение нескольких месяцев происходит сбор данных, которые поступают в единую базу менеджера проекта в Швейцарии. Затем полученные результаты обрабатываются и используются для



подготовки международного, а также национального отчетов. Анкетирование анонимное, информация по отдельным вузам не представляется третьим лицам.

Этот проект невозможно было бы осуществить в республике без инициативы казахстанских вузов, сотрудников университетов, студентов, исследователей-волонтеров, которые вкладывают свои совместные усилия для того, чтобы повысить осведомленность о развитии предпринимательства среди молодежи в Казахстане, а также вносят свой вклад в продвижение проекта GUESSSS – Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey.

Более подробную информацию о странах-участницах, методологии исследования, международных и национальных отчетах и т.д. можно найти на официальном сайте проекта: www.guesssurvey.org.

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСПОНДЕНТОВ

Общий объем казахстанской выборки в 2018 году составил 3425 обучающихся, что в 3 раза превышает показатель 2016 года и свидетельствует о растущем интересе как вузов, так и самих обучающихся к проекту. Респонденты из технических вузов составили 36%, из педагогических – 27%, многопрофильных и экономических – 25%, медицинских – 12%.

Другими словами, будущие специалисты, которые непосредственно обучаются тому, как разрабатывать новые продукты и услуги, как контролировать и оптимизировать производственный процесс, как составлять бизнес-план, разбираться в финансовых вопросах и т.д., составляют большинство в общем количестве обучающихся – 63%. Всего в опросе приняли участие более 20 вузов Казахстана, однако наиболее значительные количественные результаты показали 15 организаций высшего образования.

Обучающиеся по программам бакалавриата являются подавляющим большинством в казахстанской выборке (90%), за ними следуют респонденты программ магистратуры (7,3%) и



докторантуры (2,2%). Обучающиеся других программ, например, МВА, составляют меньшинство – 0,5%. В основном возраст респондентов составляет 18–26 лет. Только 3% заявили, что обучаются без отрыва от производства.

Таблица 1 – Количество респондентов в разрезе вузов

Высшие учебные заведения	Количество студентов
1. Павлодарский государственный педагогический университет	883
2. Алматинский технологический университет	649
3. Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева	470
4. Университет «Туран»	426
5. Государственный медицинский университет (г. Семей)	338
6. Казахский национальный университет им. аль-Фараби	139
7. Университет «Туран-Астана»	134
8. Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза	119
9. Медицинский университет «Астана»	78
10. Казахский национальный исследовательский технологический университет им. К. Сатпаева	54
11. Таразский государственный педагогический университет	28
12. Казахстанско-Британский технический университет	23
13. АО «Финансовая академия»	23
14. Рудненский индустриальный университет	16
15. Восточно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир-хана	15
Другие	30
Всего	3425



Гендерная характеристика выборки показывает, что в опросе приняли участие больше девушек (76%), чем молодых людей (24%). Данная картина не подтверждает реальное соотношение мужчин и женщин в казахстанском обществе (48,4% и 51,6% соответственно на 1 октября 2018 года) [1] и скорее говорит об активности и готовности девушек участвовать в социальных опросах. Что касается семейного статуса, 90% опрошенных не состоят в браке, остальные 10% либо имеют семью, либо состоят в разводе.

Интересно отметить, что 9,2% обучающихся уже участвовали в опросе GUESSS Kazakhstan в 2016 году.

2 КАРЬЕРНЫЕ ПЛАНЫ И НАМЕРЕНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Полученные данные демонстрируют, с одной стороны, что почти четверть всех опрошенных обучающихся пока не знают наверное, чем будут заниматься сразу по окончании вуза и даже через 5 лет (24% и 22% соответственно). Практически 60% планируют быть наемными сотрудниками, а 17% ответивших собираются быть владельцами собственного бизнеса, завершив обучение. Уже через 5 лет планы студентов выглядят следующим образом: количество тех, кто собирается оставаться наемными сотрудниками сокращается вдвое (34%), а тех, кто намеревается быть предпринимателем, увеличивается почти в 3 раза (44,5%) в большей степени за счет тех, кто планирует создание собственного бизнеса (таблица 2, стр. 7).

Сравнительный анализ за 2016 и 2018 годы показывает, что тенденция по многим карьерным предпочтениям выпускников сразу после окончания университета сохраняется (рисунок 1, стр. 8).

11% респондентов (N = 374) заявляют, что уже являются владельцами бизнеса (действующими предпринимателями) и почти половина – 1694 (49,45%) ответивших не исключают возможность того, чтобы создать свое дело, или уже предпринимают



попытки основать бизнес (зреющие предприниматели). Среди зреющих предпринимателей 2,3% опрошенных являются сотрудниками стартап-компаний, которые были созданы за последние 5 лет.

Таблица 2 – Карьерные планы обучающихся

GUESSS Kazakhstan–2018	Какую карьеру вы предпочтете в будущем?										Всего
	Работником в малой компании (1–49 сотрудников)	Работником в средней компании (50–249 сотрудников)	Работником в большой компании (250 и более сотрудников)	Работником в некоммерческом секторе	Работником в академии (вузе, университетской среде)	Работником в общественном секторе	Учредителем и работать в своей собственной фирме	Преимником в семейном деле	Преимником на фирме, которая в данный момент не принадлежит моей семье	Другое / Пока еще не знаю	
Сразу после окончания учебы (N)	308	374	755	51	432	100	397	64	131	813	3425
%	9,0	10,9	22,0	1,5	12,6	2,9	11,6	1,9	3,8	23,7	
Спустя 5 лет после окончания учебы (N)	86	138	514	36	323	71	1228	84	208	737	
%	2,5	4,0	15,0	1,1	9,4	2,1	35,9	2,5	6,1	21,5	

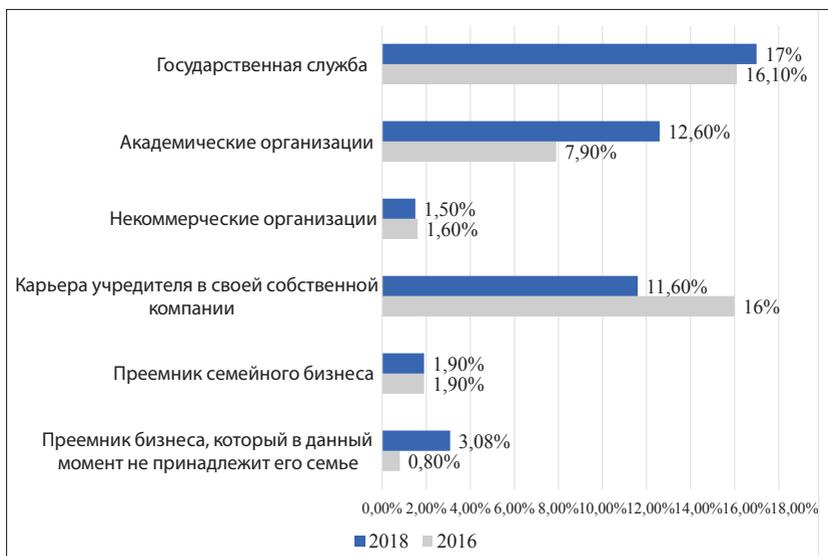


Рисунок 1 – Карьерные планы выпускников

35,9% молодых людей представляют себя владельцами бизнеса в долгосрочном периоде, этот результат на 16% меньше, чем в исследовании за 2016 год [2], и на 1,2% превышает средний результат международного исследования – 34,7% международных студентов предпочитают карьеру предпринимателя [3]. В то же время карьера в крупном бизнесе остается второй предпочитаемой перспективой через пять лет после окончания университета (22%).

Таблица 3 (стр. 9) показывает предпринимательские намерения респондентов, которые относятся к группе «зреющих предпринимателей». Исходя из полученных результатов, около половины обучающихся в этой категории серьезно задумываются о карьере предпринимателя и готовы прикладывать все усилия для осуществления задуманной цели (48,7% и 60% соответственно – сумма шкал 5, 6, 7).

**Таблица 3 – Предпринимательские намерения**

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Моя профессиональная цель – стать предпринимателем	252	122	194	260	290	167	330	1615
Я готов(а) предпринять все необходимые усилия для начала своего дела и управления своей собственной фирмой	161	89	169	235	288	223	450	1615
Примечание – 1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да».								

64% респондентов уверены, что, занимаясь предпринимательством, они извлекут больше плюсов, чем минусов. Тем не менее данные таблиц 2 (стр. 7) и 4 (стр. 10) говорят о том, что приблизительно 40% от общего числа выборки и такой же процент в сегменте тех, кто обозначает себя как подумывающий о карьере предпринимателя, не уверены, что занятие предпринимательством принесет им пользу. 67,9% обучающихся указывают, что наличие ресурсов и возможностей может быть главным катализатором в их решении быть предпринимателями. Лишь 20% не считают, что могли бы испытывать удовлетворение от карьеры предпринимателя и немного больше респондентов (24% – сумма шкал 1, 2, 3) ответили, что при прочих равных условиях предпринимательство бы их не привлекло. Однако подавляющее большинство воспользовались бы шансом завести свое собственное дело.

**Таблица 4 – Привлекательность карьеры предпринимателя**

GUESSS Kazakhstan-2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Карьера предпринимателя подразумевает больше преимуществ, чем недостатков	127	55	114	284	373	277	417	1647
Если бы у меня были возможности и ресурсы, я бы стал(а) предпринимателем	122	61	97	238	277	232	590	1617
Работа в качестве предпринимателя принесла бы мне большее чувство удовлетворения	144	65	112	288	288	247	457	1601
Среди всех возможных вариантов я бы предпочел(ла) стать предпринимателем	156	77	154	296	293	195	436	1607
Примечание – 1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да».								

Число респондентов резко сокращается, когда необходимо четко указать, какие действия запланированы для того, чтобы запустить свой бизнес-проект (таблица 5, стр. 11).

В целом меньше трети респондентов из числа «зреющих предпринимателей» попытались оценить реалистичность своих планов. 43,8% знают, что они сделают в качестве первого шага на начальном пути открытия своего дела, приблизительно 48,4% знают, когда начнут первые шаги в открытии своего бизнеса, 47,7% понимают, в какой области им предпринимать первые шаги для начала стартапа (таблица 5). Однако, если вычесть количество респондентов, которые ответили, что уже занимаются своим собственным делом ($N = 374$) из общего числа обучающихся в выборке ($N = 3425$) и высчитать из получившегося числа ($N = 3051$) процент тех, кто определился с четким планом



действий, то получаем следующий результат: 1-й вопрос – 8%, 2-й вопрос – 8,7%, 3-й вопрос – 8,5%. При подсчете учитывается сумма шкал 5, 6, 7, что вкпе дает более или менее уверенное «да» при ответе на вопрос.

Таблица 5 – Планирование бизнес-проекта

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите ваш уровень согласия со следующими утверждениями (1 = категорически не согласен, 7 = полностью согласен). Я уже точно спланировал...							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
... что я сделаю в качестве первого шага, для того чтобы начать свой бизнес	54	50	94	115	125	51	68	557
... когда начать свой первый шаг, для того чтобы начать свой бизнес	46	49	82	105	122	72	70	546
... где начать свой первый шаг, для того чтобы начать свой бизнес	54	43	78	109	111	75	73	543
Примечание – 1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да».								

3 ВЛИЯНИЕ УНИВЕРСИТЕТА НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ДУХ СТУДЕНТОВ

Среда университета выступает в роли движущей силы, воздействуя на формирование личности, становление профессиональных интересов. Ответы на следующие вопросы демонстрируют, в какой степени атмосфера университета влияет на студентов и предпринимаемые ими шаги для открытия собственного дела [4]. Студенты должны были дать оценку по этому параметру по семибалльной шкале (1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да»). Судя по полученным данным (таблица 6, стр. 12), 53,6% студентов (среднее значение суммы шкал 5, 6, 7,



что вкупе означает более или менее уверенное «да») из 3380 ответивших на этот вопрос находят атмосферу в своем университете вдохновляющей на то, чтобы задумываться, как создать новый бизнес-проект. Также половина опрошенных признались, что в учебном заведении среда способствует тому, чтобы начать предпринимательский проект. Чуть больше половины (57%) согласны с тем, что в их вузе предпринимательские инициативы всегда поощряются.

Таблица 6 – Атмосфера университета

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями о среде обучения в вашем вузе							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса	419	175	385	589	654	293	865	3380
В вузе благоприятный климат, для того чтобы стать предпринимателем	347	208	412	545	583	374	827	3296
В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность	355	168	344	503	560	427	867	3224
Примечание – 1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да».								

Если провести сравнение с данными за 2016 год, то наглядно можно проследить одинаковую тенденцию: мнения у респондентов по данному вопросу за 2 года практически не изменились (рисунок 2, стр. 13).

Следующий блок данных (таблица 7, стр. 13) акцентирует внимание на том, как академические программы культивируют знания об основных принципах предпринимательства, основах стартапа, развивают управленческие и коммуникативные навыки, умение анализировать окружающую среду для того, чтобы распознать возможности.



Рисунок 2 – Атмосфера университета (данные за 2016 и 2018 годы)

Таблица 7 – Содержание учебных программ

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями о полученных знаниях во время вашего обучения. Курсы и занятия, которые я посетил(а)...							Всего
	1	2	3	4	5	6	7	
... углубили мое понимание ценностей и мотивации предпринимателей	392	200	351	543	617	411	840	3354
... углубили мое понимание в отношении действий, которые необходимо предпринять для открытия своего дела	372	216	326	505	620	425	722	3186
... усовершенствовали мои практические управленческие навыки, необходимые для создания своего бизнеса	362	205	406	530	609	373	702	3187
... развили мою способность завязывать личные контакты	285	170	334	496	601	436	869	3191
... улучшили мою способность выявлять возможности для бизнеса	337	205	362	564	588	383	754	3193

Примечание – 1 = уверенное «нет», 7 = уверенное «да».



Вопросы 1–5, посвященные тому, как академическая стратегия вуза влияет на развитие предпринимательских компетенций, выявили, что от 53% до 60% обучающихся оценивают академическую подготовку на достаточно высоком уровне. Сумма шкал 5, 6, 7 по каждому вопросу в процентном отношении: 1-й вопрос – 55,7%, 2-й вопрос – 55,5%, 3-й вопрос – 52,8%, 4-й вопрос – 59,7, 5-й вопрос – 54%.

Многие вузы Республики Казахстан разрабатывают стратегии, которые нацелены на развитие предпринимательства среди студенчества. Рисунок 3 демонстрирует положительную динамику за последние два года в плане совершенствования предпринимательских компетенций обучающихся в вузах-участниках опроса.

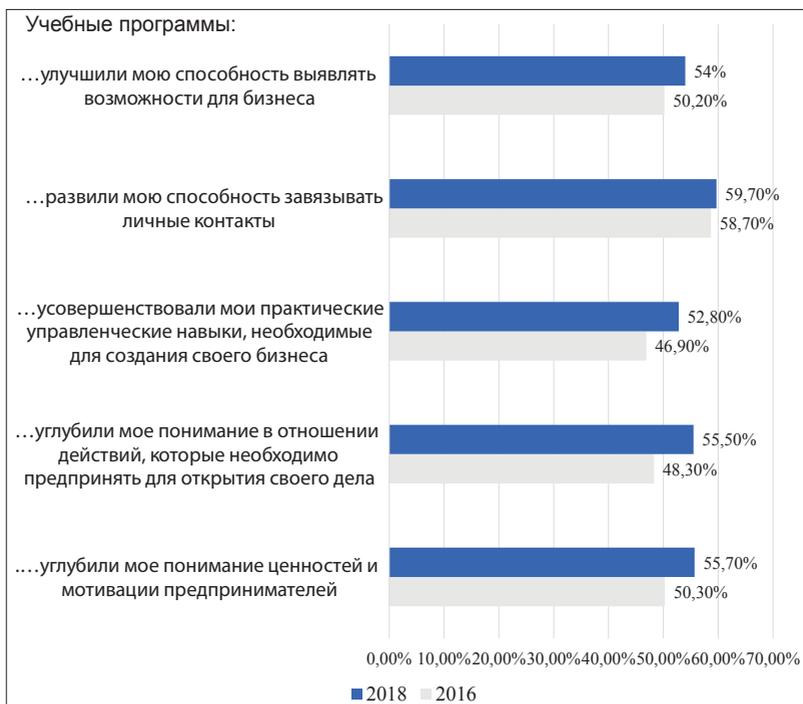


Рисунок 3 – Эффективность учебных программ (данные за 2016 и 2018 годы)



В ходе исследования было выявлено, что 46,7% студентов не изучают дисциплины по предпринимательству (таблица 8). Этот показатель немного меньше средневзвешенного показателя международного исследования (51,9%) [3].

Таблица 8 – Содержание предпринимательства в университете

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите, какие из следующих высказываний применимы к вам
У меня не было курса по предпринимательству до настоящего момента	1601
У меня был, по меньшей мере, один курс по предпринимательству в качестве курса по выбору	457
У меня был, по меньшей мере, один курс по предпринимательству в качестве обязательного курса в рамках программы обучения	470
Я обучаюсь по специальной программе по предпринимательству	293
Основной причиной моего выбора относительно обучения именно в этом вузе стала его солидная предпринимательская репутация	787
Всего	3425

Среди опрошенных студентов изучили только одну дисциплину 27%, специальную программу по предпринимательству в своем вузе – 8,6%. Необходимо отметить, что почти четверть студентов (23%) выбрали университет в основном из-за его признанного предпринимательского статуса.

Несмотря на то что в исследовании 2018 года приняли участие только треть вузов, участвовавших в проекте GUESSS в 2016 году, а количество респондентов увеличилось в 3 раза, эти факторы не оказали значительного влияния на показатели по предпринимательскому образованию в вузах-участниках (рисунок 4, стр. 16).

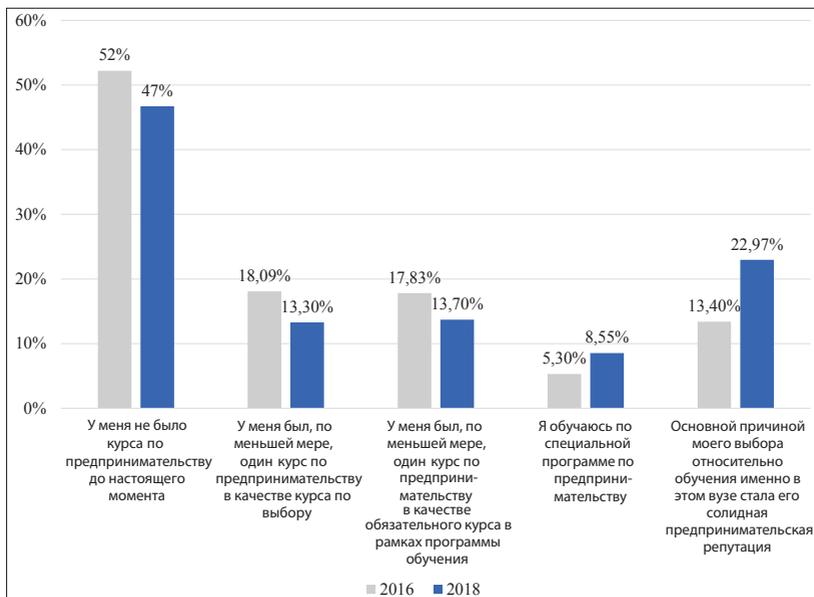


Рисунок 4 – Содержание предпринимательства в университете (2016–2018 годы)

Далее студентам было предложено оценить свои предпринимательские навыки. Больше всего затруднений вызывает определение бизнес-возможностей. В ходе опроса не смогли ответить утвердительно на этот вопрос 45,4% респондентов (сумма шкал 1, 2, 3, 4 – таблица 9).

Таблица 9 – Самооценка предпринимательских навыков

GUESSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите свой уровень компетентности при выполнении следующих задач (1 = очень низкая компетентность, 7 = очень высокая компетентность)							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Можете определить новые бизнес-возможности	152	76	185	330	379	199	315	1636
Можете создать новые товары или услуги	134	85	180	297	333	211	372	1612



Продолжение таблицы 9

Сможете управлять инновациями в компании	132	83	154	311	345	234	347	1606
Вы лидер и эффективный коммуникатор	111	67	140	231	312	228	517	1606
Можете создать профессиональную сеть	113	76	129	283	343	232	420	1596
Не затрудняетесь коммерциализировать новую идею или разработки	111	78	156	281	343	228	398	1595
Можете успешно управлять бизнесом	110	57	117	238	295	236	554	1607

Создание новых товаров и услуг и управление инновациями занимают вторую (43,2%) и третью позиции (42,4%) соответственно в списке компетенций, которые вызывают наибольшие трудности. Тем не менее обучающиеся выражают большую уверенность в том, что у них достаточно развиты лидерские качества и они справятся с управлением бизнес-организации, т.к. только около трети студентов не смогли оценить эти компетенции положительно (34,2% и 32,5%).

4 ВЛИЯНИЕ СЕМЬИ И ОБЩЕСТВА

Семья и окружение влияют на формирование отношения к предпринимательству в целом, а также являются примером ролевой модели поведения для молодежи и, возможно, в будущем могут стать стартовым фундаментом для определения направления в бизнесе. Положительная взаимосвязь между степенью институционализации и восприятием предпринимателем предпринимательского климата сильнее для учащихся с самозанятыми родителями [5].

Наблюдая за своими работающими не по найму родителями и взаимодействуя с ними, люди извлекают выгоду из передачи деловых и отраслевых знаний от поколения к поколению, а также получают базовое понимание возможностей и проблем предпринимательской карьеры.



На вопрос о занятости родителей опрошиваемых студентов большая часть участников ответили, что их родители не являются самозанятыми (73%), по результатам исследования в 2016 году, 69,8% родителей были наемными работниками. В то же время 11,4% опрошиваемых ответили, что только их отец является самозанятым; у 5,9% ответивших владельцем бизнеса является мать; у 9,7% ответивших оба родителя – самозанятые. Таким образом, в казахстанской выборке у 27% респондентов в семье есть зрелые предприниматели.

Общество, безусловно, оказывает влияние на формирование человеческих ценностей и предпочтений. В связи с этим опрошиваемым студентам было предложено ответить на ряд вопросов, связанных с взглядами общества на предприимчивость, успехом и отношением к семейному бизнесу. Респондентам был представлен ряд вопросов, как их близкие отнеслись бы к тому, что они стали предпринимателями. Из 3369 респондентов практически половина ответили, что близкие родственники отнеслись бы очень позитивно (52,2%, N = 1760) и только около 20% (N = 681) ответили, что более негативно, чем позитивно. Друзья и сокурсники практически также отреагировали бы на предпринимательскую активность респондентов (47,4% – с воодушевлением, около 30% – положительно, остальная часть – нейтрально или негативно).

Рисунок 5 (стр. 19) демонстрирует, что респонденты больше надеются на поддержку и одобрение семьи и друзей, чем своих сокурсников.

Стереотипы в обществе (таблица 10, стр. 19) формируются под влиянием многих факторов: исторического прошлого страны, становления общественного строя и т.д. Молодое поколение зреет под воздействием довлеющих взглядов и в дальнейшем принимает решения и выбирает поведенческую позицию исходя из того, что будет считаться «правильным» для большинства.

В ходе опроса 39% респондентов (N = 1322, сумма шкал 1, 2, 3) ответили, что влияние человека основывается на его личностных достижениях и способности трансформировать общество через свой личный вклад. Уверены в том, что влияние человека основывается на его авторитете в обществе, 30% респондентов (N = 1018 – сумма шкал 5, 6, 7), а 30,4% (N = 1020) занимают нейтральную позицию.

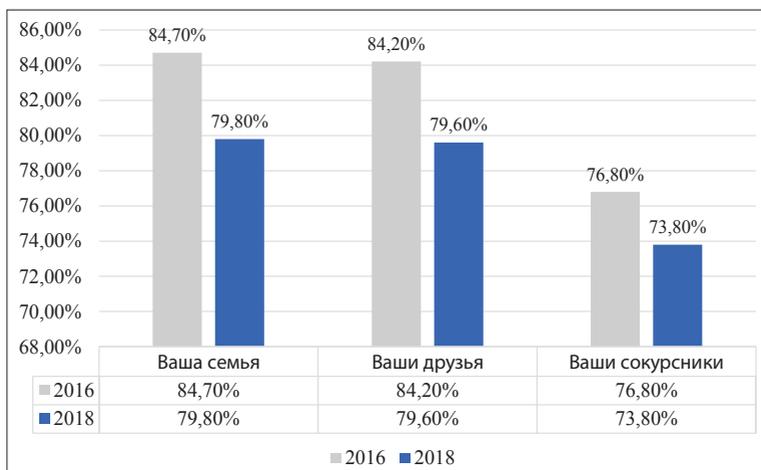


Рисунок 5 – Динамика взглядов в обществе на предпринимательство (2016 и 2018 годы)

Таблица 10 – Стереотипы в обществе

GUESSS–2018			↑↓
Влияние личности	Отношения с лидерами	Распределение власти	
Авторитет зависит от способностей и вклада в общество (где 1 – уверенное «да»)	Люди в подчинении задают критические вопросы или выражают несогласие руководству или лидеру (где 1 – уверенное «да»)	Власть распределена в обществе (где 1 – уверенное «да»)	1
			2
			3
Авторитет зависит от занимаемого положения в обществе (должности) (где 7 – уверенное «да»)	Люди в подчинении следуют за руководством или лидером, не задавая вопросов (где 7 – уверенное «да»)	Власть сосредоточена наверху (где 1 – уверенное «да»)	4
			5
			6
			7

Практически такая же картина наблюдается, когда было предложено определить поведенческие стереотипы в обществе, отстаивать свою позицию, рассмотреть альтернативные варианты и т.д. Такие качества характеризуют предприимчивых и критически мыслящих людей (рисунок 6).

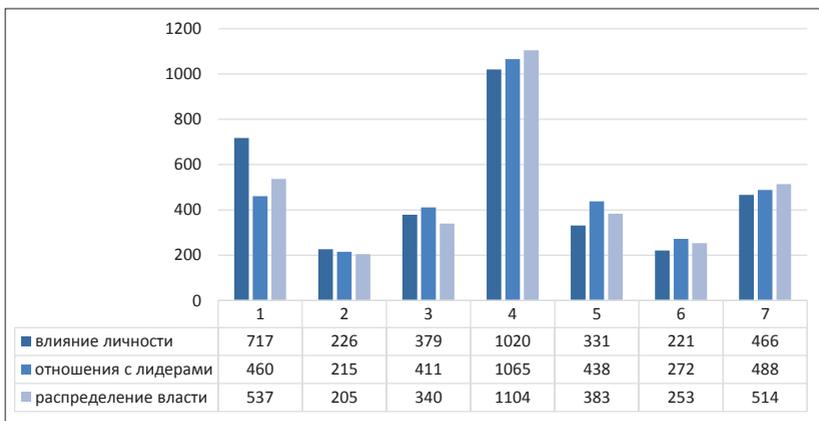


Рисунок 6 – Стереотипы в обществе

Ответы казахстанских респондентов распределились практически поровну с незначительными колебаниями между опциями «в обществе принято высказывать свою точку зрения, даже если ты в позиции подчиненного» (N = 1086), «в обществе принято проявлять максимальную лояльность к руководству и не возражать» (N = 1198), «в обществе возможны разные модели поведения» (N = 1065).

Имеют мнение, что распределение власти в обществе идет сверху вниз (вертикаль власти), 33,6% респондентов (рисунок 6). Противоположного мнения – власть принадлежит различным группам в обществе – придерживаются 30,7% опрошенных, 32,2% не смогли ответить однозначно на этот вопрос.

В 2016 году в Казахстане предпринимательство рассматривалось как хороший выбор карьеры примерно у 75% опрошиваемых студентов. В 2018 году показатели были значительно ниже и составили 59,7%.



В соответствии с результатами исследования GEM [6] в связи с улучшением экономической ситуации в стране малый бизнес менее привлекателен для выбора карьеры по сравнению с получением работы в существующей компании. Также отмечается, что владение малым бизнесом рассматривается с некоторой снисходительностью – как не очень привлекательное занятие. В связи с этим успешные предприниматели – как правило, владельцы инновационных предприятий или крупных компаний, в отличие от владельцев малого бизнеса рассматриваются как лица, имеющие высокий статус в Казахстане (80,1%).

5 ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ

Эта часть исследования посвящена тем респондентам, которые планируют начать свой собственный бизнес и относятся к категории потенциальных предпринимателей (901 респондент, или 26% от общего числа опрошенных). В этом сегменте обучающихся 23% планируют основать свой бизнес в течение полугода с момента проведения анкетирования, 21% – в течение одного года, 17% – в течение полутора лет и 39% респондентов понадобится от двух лет и более (рисунок 7).

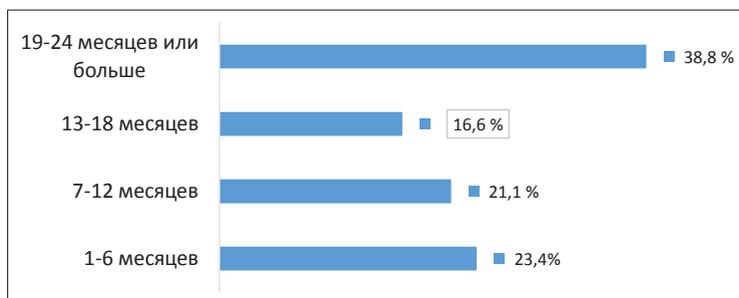


Рисунок 7 – Предполагаемый срок основания своего бизнеса



Из 930 респондентов, планирующих заниматься предпринимательством, 554 (16,2%) хотели бы бизнесом заниматься как основной деятельностью, а 262 респондента (7,6%) – как дополнительным видом деятельности.

Большинство респондентов (94,4%) не имели в прошлом опыта в предпринимательстве, а 52 человека (5,6%) уже занимались бизнесом ранее.

Таблица 11 показывает выбор студентами отрасли «экономика» для предпринимательской деятельности [6]. Удивительно, но традиционная ниша для МСБ в РК – торговля – не набрала большинства голосов. Напротив, из предложенных вариантов ответов четверть обучающихся не смогли найти подходящий вариант и ответили «другое». Такая тактика ответов может указывать на то, что в качестве выбора ниши для развития бизнеса планируются либо новые (инновационные) товары и услуги, либо франшизы, которых еще нет в Казахстане. Нельзя не отметить тот факт, что такие сферы, как IT-технологии, архитектура и инженерия, производство, вместе взятые, составляют всего около 18%, несмотря на то что выборка представлена 36% студентов технических вузов. Тем не менее в абсолютном отношении Топ-3 ниши среди зреющих предпринимателей составляют торговля, образование, реклама (в порядке убывания).

Таблица 11 – Сектор экономики для развития бизнеса – выбор зреющих предпринимателей

GUESSS–2018	%	N
Реклама / дизайн / маркетинг	10,0	83
Архитектура и инженерия	3	25
Строительство	1,3	11
Консалтинг (HR, право, менеджмент, налоги)	1,3	11
Образование и обучение	11,4	95
Финансовые услуги (включая банковские услуги, страхование, инвестиции, недвижимость)	2,3	19
Деятельность в области здравоохранения и социальной работы	6,5	54
Информационные технологии (ИТ) и связь (включая программное обеспечение и ИТ-услуги)	5,3	44



Продолжение таблицы 11

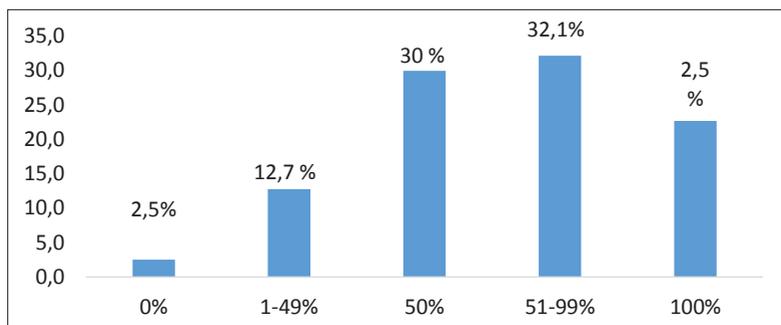
Производство	9,5	79
Туризм и досуг	6,1	51
Торговля (оптовая торговля / розничная продажа)	14,8	123
Другие услуги (например, транспорт)	3,1	26
Другое	25,3	210
Всего	100	831

Далее обучающиеся должны были указать, какие конкретно шаги уже были предприняты ими для того, чтобы развивать свой бизнес-проект (таблица 12, стр. 24). Подавляющее большинство ответов приходится на составление бизнес-плана. Следом идут работа с потенциальными клиентами и анализ конкурентной среды – маркетинговые исследования. Ответы респондентов на вопросы указывают на то, что студенты серьезно готовятся к открытию бизнеса (закуплены материалы, проведена рекламная кампания, привлечено внешнее финансирование). Есть среди них студенты, которые уже относятся к категории активных предпринимателей (бизнес зарегистрирован, осуществляется сбыт товаров), а также студенты, которые в рамках академического курса учились составлять бизнес-план и проводить маркетинговые исследования. Этот вывод можно сделать на основе того, что треть студентов ничего не предприняли для создания бизнеса на момент опроса и являются либо потенциальными зреющими предпринимателями, либо студентами, которые имеют практические бизнес-навыки.

Как видно из приведенных данных (рисунок 8, стр. 24), почти 55% зреющих предпринимателей хотят иметь больше половины доли при партнерстве в создании бизнеса либо полностью владеть компанией. Треть ответивших на этот вопрос предпочитают иметь ровно половину. Другими словами, подавляющее большинство респондентов видят себя в роли главных основателей и полноправных владельцев, что указывает на достаточно амбициозные ожидания в развитии собственного бизнеса.

**Таблица 12 – Предпринятые действия для организации собственного дела**

GUESSSS–2018	N
Обсуждение продукта или бизнес-идеи с потенциальными клиентами	182
Собранная информация о рынках или конкурентах	138
Письменный бизнес-план	215
Начата разработка продукта / услуги	77
Начало маркетинговых или рекламных мероприятий	24
Закупленные материалы, оборудование или оборудование для бизнеса	39
Попытка получения внешнего финансирования	39
Заявка на патент, авторское право или товарный знак	22
Зарегистрированный бизнес	23
Проданный товар или услуга	47
Пока ничего не предпринято	405
Всего	1217

**Рисунок 8 – Ожидаемая доля владения бизнесом**

По вопросу о том, как и с кем обучающиеся ищут способы создать свое дело, большая часть отметила желание быть самостоятельными (40%) либо с еще одним партнером (26%).



Данный факт подтверждает желание студентов быть главными действующими лицами и нести ответственность самостоятельно либо только с одним партнером.

Общее количество имеющих у зреющих предпринимателей соучредителей (партнеров, с которыми вынашиваются бизнес-идеи и ведется подготовительная работа) – 369, среди них 62% – представительницы женского пола.

Скорее всего, этот факт объясняется тем, что 76% респондентов – женщины, которые считают, что им более комфортно видеть представительниц своего пола в качестве бизнес-партнера. В этой связи, наверное, уместно отметить, что в секции «другое» многие женщины-респонденты могли подразумевать бьюти- или фэшн-индустрию, специфика которой более близка женщинам.

По результатам опроса, 46% действующих и потенциальных соучредителей являются родственниками, 49% – сокурсниками университета.

Таблица 13 – Способы учреждения нового бизнеса

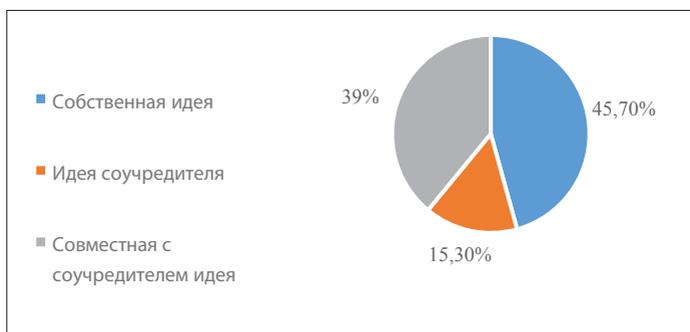
GUESSS–2018	N
Самостоятельно	367
С 1-м соучредителем	234
С 2-мя соучредителями	83
С 3-мя соучредителями	29
С 4-мя или более соучредителями	26
Я хочу начать этот бизнес с соучредителем, но еще не нашел его	179
Всего	918

При проведении опроса по формированию команды учредителей (таблица 14, стр. 26), мы снова находим подтверждение тому, что у зреющих предпринимателей явно лидерские характеристики, которые позволяют им проявлять инициативу. Как видно из таблицы 14, 28,1% опрошенных инициировали создание команды соучредителей.

Таблица 14 – Команда учредителей

GUESSS–2018	N	%
Я намеренно искал(-а) соучредителей и собрал(-а) команду	77	21,2
Ко мне подошел однокурсник(-ца) и собрал(-а) команду	25	6,9
Соучредитель из неуниверситетской среды подошел ко мне и собрал команду	27	7,4
Никто не взял на себя явное лидерство. Команда основателей возникла из курса, проекта или деятельности, связанной с университетом	21	5,8
Никто не взял на себя явное лидерство. Команда основателей возникла из курса, проекта или деятельности, не связанной с университетом	41	11,3
Ни одно из вышеперечисленных	173	47,5
Всего	364	100

Команда основателей из университетской среды почти в два раза меньше по сравнению с деятельностью, не связанной с университетом. Более 47,5% ответивших не нашли подходящей категории для ответа и, скорее всего, многие из этих респондентов представляют сегмент зреющих предпринимателей, ответивших, что их соучредителями являются родственники.

**Рисунок 9 – Идеи для создания бизнеса**



Опрос по выяснению разработки бизнес-идей показал, что 45,7% опрошенных студентов реализовали собственную бизнес-идею. Идея соучредителя как основа для создания бизнеса присутствовала у 15,3%, совместная идея соучредителей – у 39% респондентов.

6 АКТИВНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ

Исследование Глобального мониторинга предпринимательства (GEM, Global Report 2017–2018) констатирует, что в Казахстане восприятие возможностей развития бизнеса составляет 64,7%. При этом отмечается, что этот показатель выше среднего среди стран с ресурсно-ориентированной экономикой [6].

Тренды в развитии стартапов отслеживаются с помощью различных исследовательских инструментов. Так, например, согласно проведенному национальному экспертному опросу (NES) по 9-балльной шкале Лайкерта было выявлено улучшение структурных условий для развития стартапов в Казахстане. Оценка содействия развитию стартапа через создание научных парков и бизнес-инкубаторов выросла в 2016 году до 4,03 с 2,47 в 2014 году (GEM Global Report 2017/18).

Государственная поддержка предпринимательства в Казахстане оценена экспертами на 4,2, что выше по сравнению с ресурсно-ориентированной и эффективно-ориентированной экономикой, которые составили 3,9 и 4,0 соответственно. В то же время средний показатель GEM составляет 4,3, а показатель для инновационно-ориентированной экономики – 4,7.

Исследование GUESSS–2018 предпринимательской активности студентов в Казахстане показывает, что 8,9% (N = 306) респондентов обозначили себя как активные предприниматели.

Динамика предпринимательской активности студентов за 2000–2018 годы имеет тенденцию роста с 2015 по 2018 год. Так, в 2018 году наблюдается увеличение количества предпринимателей среди студентов в 4 раза по сравнению с 2016 годом, в 1,8 раза – по сравнению с 2017 годом (рисунок 10, стр. 28), так как наблюдается тенденция роста студенческих стартапов.

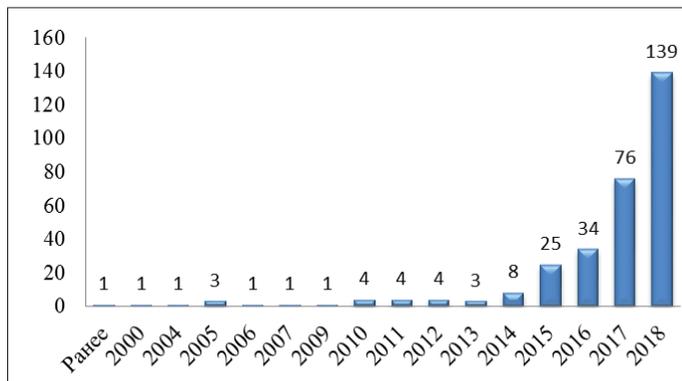


Рисунок 10 – Годы основания стартапа студентами-предпринимателями

Важным показателем развития предпринимательской деятельности является ожидание создания рабочих мест и трудоустройства населения. Необходимо отметить, что традиционно предпринимательская активность студентов развивается в сфере МСБ, но встречаются и представители крупного бизнеса.

Опрос активных студентов-предпринимателей показал, что 10,3% из них работают самостоятельно, однако у 279 человек есть команда сотрудников. 77% студентов нанимают от 1 до 5 сотрудников в свой бизнес, от 6 до 10 сотрудников работают в организации, основанной 8% молодых предпринимателей. Лишь в единичных случаях студенты из выборки управляют средними и крупными предприятиями. Относительно гендерного состава работников наблюдается следующая картина: в 23% случаев девушки не являются частью команды молодых предпринимателей, в 21% случаев только девушки работают в стартапе. В остальных случаях заявлено, что минимум одна девушка является членом команды.

Относительно доли владения бизнесом 51% опрошенных ответили, что они являются единственными владельцами; 31% ответивших владеют 50% доли и около 18% обладают только четвертью предприятия. Практически половина ответивших



(192 из 360) ответили, что они не хотели бы менять направление деятельности своего бизнеса после окончания университета.

Развитие предпринимательской команды характеризуется следующими показателями: 26% имеют одного партнера, 24% – двух партнеров, 11% – трех партнеров, 10% – более трех партнеров. Как видим, только 29% респондентов планируют развитие бизнеса самостоятельно, без партнера.

В таблице 15 приведены данные опроса респондентов о соучредителях в лице родственников, сокурсников и женщин.

Таблица 15 – Состав соучредителей студентов-предпринимателей (в %)

Количество соучредителей	Родственники	Сокурсники	Женщины
0	39%	57%	21%
1	26%	14%	29%
2	17%	11%	21%
3	10%	11%	14%
Более 3	8%	7%	15%

В числе соучредителей не имеют родственников 39%, сокурсников – 57%, женщин – 21% опрошенных респондентов. Сокращается доля родственников в соучредителях от 26% в качестве единственного соучредителя до 8% более чем при 3-х соучредителях, сокурсников – от 14% до 7%, женщин – от 29% до 15%. Эта тенденция свидетельствует, что в качестве бизнес-партнера предпочтение имеют родственники и сокурсники только в качестве единственного соучредителя. При увеличении количества учредителей предпочтение имеют другие категории лиц, которые могут предоставить новые возможности развития бизнеса.

Активность студенческого предпринимательства в отраслях экономики Республики Казахстан представлена на рисунке 11 (стр. 30). Развитие бизнеса в различных экономических секторах варьируется среди активных студентов-предпринимателей.



Рисунок 11 – Активность студенческого предпринимательства в отраслях экономики (человек)

Как видно из рисунка, приоритетной отраслью для студентов-предпринимателей является торговля, затем следуют реклама / дизайн / маркетинг, обучение / образование. В этих отраслях развивают свой бизнес 43% опрошенных студентов-предпринимателей. Следующие 25% опрошенных предпринимателей задействованы в сферах туризма, производства, ИТ, финансовых услуг, здравоохранения и социальной работы, консалтинга, строительства, архитектуры и инженерии.

32% опрошенных активных предпринимателей не смогли выбрать подходящий вид деятельности для своего бизнеса среди предложенных вариантов и выбрали «другое». Результаты опроса GUESSS–2018 подтверждают тенденцию отраслевого аспекта развития предпринимательства в странах с ресурсно-ориентированной экономикой, где приоритетной является сфера торговли.

Исследование GEM–2017/2018 – исследование предпринимательской активности среди взрослого населения – показывает, что в группе отраслей ИКТ / финансы / услуги развивают



бизнес 42,2% предпринимателей. В странах с инновационно-ориентированной экономикой этот показатель составляет 50% и более.

Таким образом, мы видим, что показатели развития предпринимательства среди взрослого населения в Казахстане характеризуют переход от ресурсно-ориентированной экономики к инновационно-ориентированной, в то время как более молодому поколению легче себя реализовать в традиционных отраслях бизнеса.

7 ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ В СТУДЕНЧЕСКОМ СТАРТАПЕ

Руководители компаний и исследователи считают социальное сексуальное поведение на рабочем месте девиантным. Однако независимо от этой точки зрения социальное сексуальное поведение является неизбежной чертой человеческого взаимодействия, которая не может полностью контролироваться в организациях. Более того, существует много аспектов социального сексуального поведения, которые не были рассмотрены исследователями. В рамках проекта GUESSSS уделяется отдельное внимание вопросам социального сексуального поведения на работе, поскольку оно не исключает возникновения взаимности или неприятия в коллективе.

В ходе опроса студентов о проявлении сексуального поведения [7] на работе были получены следующие результаты:

♦ 76,5% респондентов отрицают, что кто-то смотрел на них сексуально-провокационным образом. Более 10 раз за последние полгода были такие ситуации у 5,2% респондентов: «очень приятными» эти действия расценили 23,3%, «очень неприятными» – 24% респондентов;

♦ 36,5% респондентов ответили отрицательно на вопрос «сколько раз за последние полгода кто-то говорил вам, что вы красивы?». Более 10 раз за последние полгода были такие ситуации у 24% респондентов: «очень неприятными» эти действия считают 21,6%, «очень приятными» – 25,1%;



♦ 48,3% респондентов за последние полгода не почувствовали себя привлекательными или желанными. Более 10 раз за последние полгода столкнулись с этим 13,6% респондентов: «очень неприятными» эти действия считают 19,5%, «очень приятными» – 19%;

♦ 59,6% респондентов не получали за последние 6 месяцев комплиментов о конкретной части тела, более 10 раз с этим столкнулись 12,3%, от 3 до 5 раз за последние полгода – 11,4%;

♦ 63,7% респондентов ответили, что с ними не флиртовали, ответили положительно 9,3%. «Очень неприятными» эти действия считают 18%, «очень приятными» – 17% респондентов;

♦ 70% респондентов не оказывались за последние полгода в ситуации, когда им рассказывали эротическую шутку или историю. Более 10 раз с этим столкнулись 6,46% респондентов: «очень неприятными» эти ситуации посчитали 20,8%, как «очень приятные» оценили 25%;

♦ 79% респондентов не сплетничали о сексуальной активности своих коллег, более 10 раз с этим столкнулись 4%: «очень приятными» эти действия посчитали 20,4%, «очень неприятным» – 27,3% студентов.

Результаты исследования свидетельствует о том, что большинство опрошенных студентов отрицают сексуальное поведение на работе. Из числа респондентов, сталкивающихся с таким поведением, считают его «очень приятным» в зависимости от ситуации от 17% до 25%, «очень неприятным» – от 18% до 27,3%.

8 ОБОБЩЕННАЯ САМООЦЕНКА ЛИЧНОСТИ АКТИВНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Самоуважение как обобщенная самооценка личности и как целостное отношение к себе проводится на основе шкалы самоуважения, которая измеряет более или менее устойчивую степень положительности уважения индивида к себе [8].



Социально-психологические исследования индивида показывают, что самоуважение ассоциируется с положительными, а низкое – с отрицательными эмоциями. Мотив самоуважения – это личная потребность максимизировать положительные эмоции, минимизировать переживание отрицательных установок по отношению к себе.

В основе обобщенной самооценки личности лежит социально-психологическое исследование, сосредоточенное на личных суждениях индивидов об их собственной компетентности, суммируемых в различных областях.

Самооценка может соотносить потребности и притязания человека и его возможности, поэтому она выполняет функцию регуляции поведения и деятельности.

Высокая самооценка позволяет обращаться к другим с уважением и добрыми намерениями, иметь убежденность в том, что ты достоин успеха, а также влияет на достижение высокого уровня социальной кооперации и чувства собственной значимости.

Адекватная самооценка (или объективное отражение собственной личности) ведет, как правило, к самокритичности и требовательности к себе, формирует уверенность в своих силах, определенный уровень притязаний личности.

В ходе GUESSS-исследования респондентам было предложено пройти тест самооценки Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale – RSS) [9].

Положительные элементы 1, 2, 4, 6 и 7 шкалы Розенберга оцениваются от 0 до 7 баллов, а элементы 3, 5, 8, 9 и 10 оцениваются в противоположном направлении. Максимально возможное количество баллов – 70, минимальное – 40. Чем выше баллы, тем выше самооценка личности.

В ходе исследования был использован подход Розенберга к выделению уровней (нижний, средний и верхний). Было сформировано три группы: 40–50 – низкая, 50–60 – средняя, 60–70 – высокая самооценка.

Обобщенная самооценка студентов по шкале самоуважения приведена в таблице 16 (стр. 34).

**Таблица 16 – Результаты опроса студентов по шкале самоуважения**

GUESSS–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими утверждениями (1 = абсолютно не согласен; 7 = абсолютно согласен)							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Я чувствую, что я достойный человек или нахожусь хотя бы наравне с другими	25	12	17	54	39	38	156	340
Я чувствую, что у меня есть много хороших качеств	17	11	21	35	49	50	142	325
В общем я склонен чувствовать, что я неудачник	123	47	41	54	16	9	44	334
Я могу делать работу так же, как и большинство других людей	28	20	29	50	55	43	102	327
Я чувствую, что мне нечем гордиться	131	40	23	38	33	21	39	325
Я к себе позитивно отношусь	33	8	28	33	34	52	162	340
В целом я доволен собой	17	11	11	40	44	49	155	327
Я хотел бы иметь больше уважения к себе	28	17	29	42	42	36	135	329
Я определенно чувствую себя бесполезным время от времени	84	36	34	65	28	24	56	327
Временами я думаю, что я не совсем хорош	106	28	38	43	46	8	55	324



В соответствии с данными таблицы 16:

- ♦ утверждают, что «я достойный человек или нахожусь хотя бы наравне с другими» 45,5%, категорически не согласны 7,35%, не ответили 15,8%;

- ♦ отмечают, что «...у меня есть много хороших качеств» 43,7%, не согласны с этим 5,2%, не ответили 10,7% респондентов;

- ♦ склонны чувствовать себя неудачником 13% респондентов, категорически не согласны с этим 36,8%;

- ♦ утверждают, что «могут делать вещи так же, как и большинство других людей» 31%, категорически не согласны с этим 8,56%;

- ♦ утверждают что «мне нечем гордиться» 12% респондентов, категорически не согласны с этим 40,31%;

- ♦ 47,6% респондентов имеют позитивную самооценку по отношению к себе, категорически не согласны с этим 6,8%;

- ♦ «в целом довольны собой» 47,4% респондентов, категорически не согласны с этим 5,2%;

- ♦ «хотели бы иметь больше уважения к себе» 41%, не согласны с этим 8,51%;

- ♦ «чувствуют себя бесполезными время от времени» 17,3%, категорически не согласны с этим 25,7% респондентов;

- ♦ «временами думаю, что я не совсем хорош» 13,7%, категорически не согласны с этим 32,7% респондентов.

Опрос показал, что студенты считают себя достойными людьми (45,5%, N = 156), знают о своих хороших качествах (43,7%, N = 142), уверены в своих способностях (31,9 %, N = 102). В целом хорошо к себе относятся 47,6%, (N = 162), в большинстве случаев довольны собой 47,4% (N = 155). Можно утверждать, что самооценка этих студентов помогает им чувствовать собственную значимость и добиваться определенных успехов в предпринимательской деятельности.

Результаты опроса по отрицательным элементам показали, что не удовлетворены собой («не совсем хорош») 16,9% (N = 55), время от времени считают себя бесполезными 17% (N = 56), испытывают неуверенность в себе и случается, что считают себя неудачниками, 13,1% опрошенных студентов (N = 44).

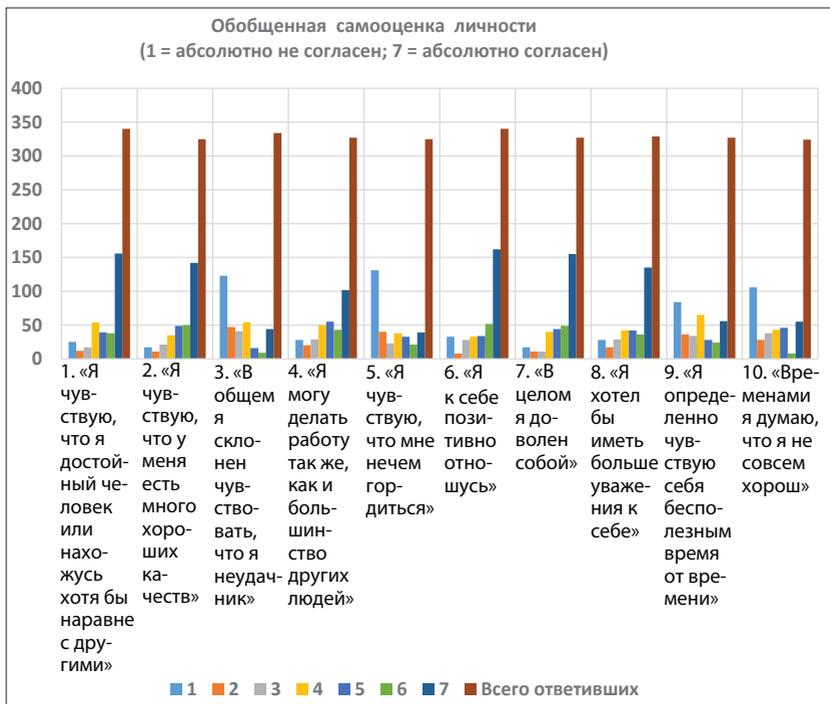


Рисунок 12 – Обобщенная самооценка личности студентов

9 ОПЫТ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ В КАЧЕСТВЕ СОТРУДНИКОВ

В рамках исследования GUESSS–2018 было выявлено, что 22 студента имеют опыт работы и являются сотрудниками стартап-организации. Как видно из рисунка 13 (стр. 37), за 2010–2018 гг. количество новых стартапов, в которых работают студенты, варьировало от 1 до 4 организаций в год.

Опрос казахстанских студентов показывает, что создание бизнес-организаций, в которых они работают по найму, началось ранее 2010 года, и 7% опрошенных в настоящее время имеют опыт работы в компаниях, основанных нереспондентами.

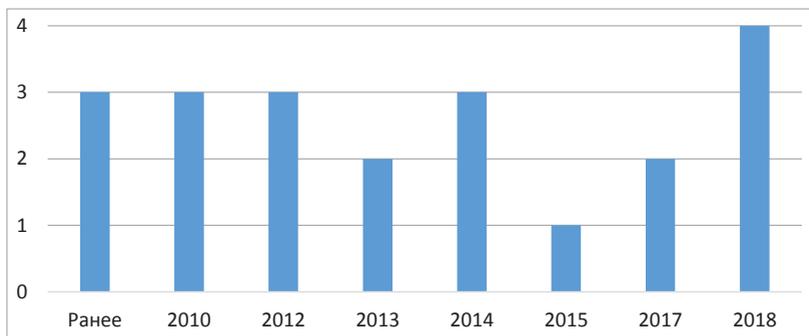


Рисунок 13 – Количество и годы основания бизнес-организаций

Результаты опроса показали, что подавляющее большинство бизнес-организаций имеют малочисленный состав работников: 65% – не более 10 человек в организации, 25% – от 15 до 50 человек. На долю компаний, относящихся к субъектам среднего бизнеса (от 100 и более 250 человек), в совокупности приходится лишь 10%, т.е. только две компании (таблица 17).

Таблица 17 – Численность сотрудников в бизнес-организациях

Численность работников в организациях	Количество организаций
Не более 10	13
От 15 до 50	5
Более 100	1
Более 250	1
Всего	20

При сравнении с казахстанским исследованием GUESSS за 2016 год можно увидеть, что численность большинства стартап-организаций также составила менее 10 человек (в 2016 году – 86,2%). В 2016 году «2 или 3 работника в организации» указали



33% опрошенных студентов, в 2018 году 19% имеют 4 сотрудника.

Средняя продолжительность рабочего времени в неделю для студентов в бизнес-организациях различна и составляет менее 10 часов в 4-х компаниях, от 10 до 40 часов – в 10 и более 40 часов – в 8 бизнес-организациях. Имеются случаи добровольного увольнения сотрудников из организации (85%) в течение последних 6 месяцев: 1 или 2 сотрудника – в 5 компаниях, 3 или 4 сотрудника – в 5 компаниях, 5 и более работников – в 7 компаниях.

Исследуя гендерный вопрос в коллективах бизнес-организаций, мы получили следующие результаты: в 45% организаций (N = 8) число сотрудников женского пола не превышает 50%, в 25% организаций составляет 50% (таблица 18). Исследование показывает гендерный перевес в сторону женщин. В общей сложности в 55% организаций доля сотрудников женского пола превышает 50% (N = 12).

Таблица 18 – Численность женщин в бизнес-организациях (%)

Численность сотрудников женского пола (%)	Количество организаций
1–49	8
50	5
51–99	5
100	2
Всего	22

Согласно опросу 12 из 22 респондентов (54,5%) по иерархической позиции в компании отнесли себя к среднему уровню, 18,2% респондентов находятся на нижнем уровне (ученик, стажер) и 27,3% – на высшем уровне (из команды высшего руководства).

Результаты опроса показали, что бизнес-организации, которые предоставляют рабочие места студентам, функционируют в различных секторах экономики. Как видно из рисунка 14 (стр. 39), студенты заняты в основном в сфере торговли и производства.

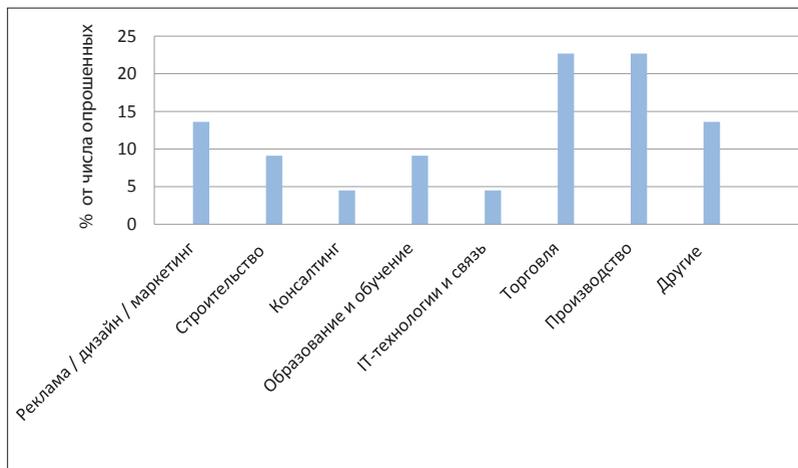


Рисунок 14 – Отрасли предпринимательской деятельности бизнес-организаций

Наименьшее количество обучающихся задействовано в сфере консалтинга и IT, что указывает либо на отсутствие необходимых навыков у обучающихся, чтобы быть востребованными в этих видах сферы услуг, либо на отсутствие рабочих мест. В то же время эта категория обучающихся – респонденты, которые являются наемными сотрудниками в стартап-компаниях или действующем бизнесе – в своем большинстве относят себя к категории менеджеров среднего звена или категории топ-менеджеров. Это дает основание полагать, что этот сегмент выборки включает больше магистрантов и докторантов, чем студентов бакалавриата.

10 ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ

На индивидуальном уровне восприятие людьми своего окружения влияет на психологический климат. Индивидуальное восприятие зависит от таких организационных характеристик и событий, как политика, практика и процедуры [10].



Психологический климат зависит не только от организационных аспектов, но и от взаимодействия окружающей среды и индивидуума. Психологическое восприятие климата людьми может различаться из-за организационных характеристик, которые по-разному воспринимаются как раздражители окружающей среды.

Командный дух и открытость в общении – это измерение групповой атмосферы. Исследователи групповой атмосферы отмечают, что общее понимание в командах может привести к улучшению производительности, помогая командам предвидеть поведение других, лучше координировать свою работу путем повышения мотивации членов команды. Для исследования групповой атмосферы респондентам (группе обучающихся, которые, помимо учебы, имеют занятость в компаниях) было предложено ответить на вопросы, касающиеся взаимоотношений в коллективе и формирования командного духа в стартап-организациях (таблица 19). Результаты опроса показали, что испытывают доверительные отношения к своим коллегам 67,5% респондентов (среднее значение суммы шкал 5, 6, 7) (рисунок 15, стр. 42).

Таблица 19 – Групповая атмосфера

GUESSS–2018	Пожалуйста, ответьте на следующие вопросы (1 = не совсем, 7 = очень много)							Всего
	1	2	3	4	5	6	7	
Насколько вы доверяете своим коллегам?	1	1	1	7	6	4	2	22
Насколько комфортно вы себя чувствуете, делегируя полномочия коллегам?	1	1	2	5	6	4	3	
Ваши коллеги правдивы и честны?	0	0	1	4	8	4	5	
Насколько вы уважаете своих коллег?	1	0	0	5	6	3	7	
Насколько вы уважаете идеи своих коллег?	1	0	0	1	7	7	6	



Продолжение таблицы 19

Насколько вам нравятся ваши коллеги?	2	0	1	2	9	3	5
В какой степени вы считаете своих коллег друзьями?	2	0	1	10	5	2	2
Насколько открыто обсуждение вопросов в стартапе?	2	0	1	5	9	3	2
В какой степени открыта коммуникация в стартапе?	2	0	1	4	8	1	6
В какой степени конфликт рассматривается открыто в стартапе?	0	0	2	4	10	3	3
Насколько сплоченной является ваша команда?	0	0	1	4	10	3	4
Насколько вы чувствуете, что ваша команда имеет командный дух?	0	1	1	4	9	2	5
В какой степени вы могли бы говорить о стартапе как об отличном месте для работы?	1	0	1	6	7	4	3

Таким образом, мы видим, что взаимоотношения сотрудников в бизнес-организациях построены на основе доверия, уважения, дружелюбия и открытости в общении.

Рисунок 16 (стр. 42) иллюстрирует командный дух в бизнес-организациях: 70% респондентов (среднее значение суммы шкал 5, 6, 7) отмечают командный дух и сплоченность членов команды.

Экстраролевое поведение является одним из важных результатов для успеха организации. Оно включает в себя необязательное поведение сотрудников при выполнении определенной работы, когда они по-прежнему демонстрируют повышение качества работы и косвенно повышают эффективность организации. Психологические исследования экстраролевого поведения основаны на выделении основных отличительных признаков такого поведения сотрудников [11].

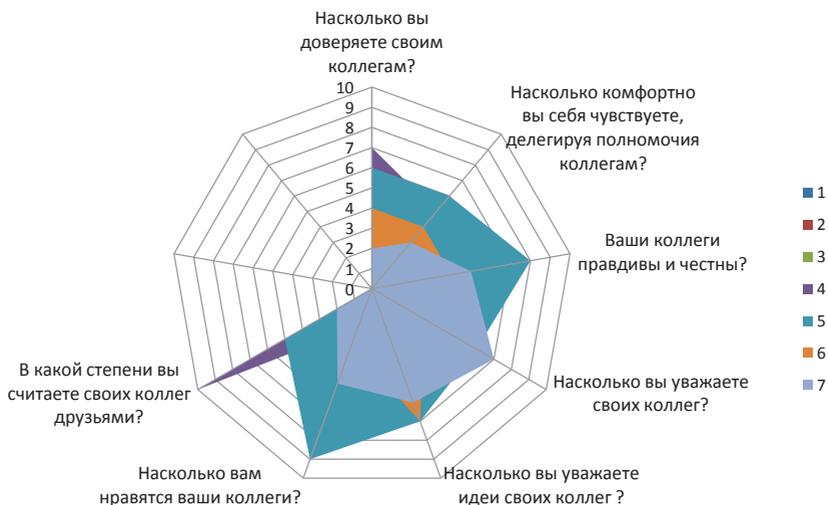


Рисунок 15 – Взаимоотношения с коллегами

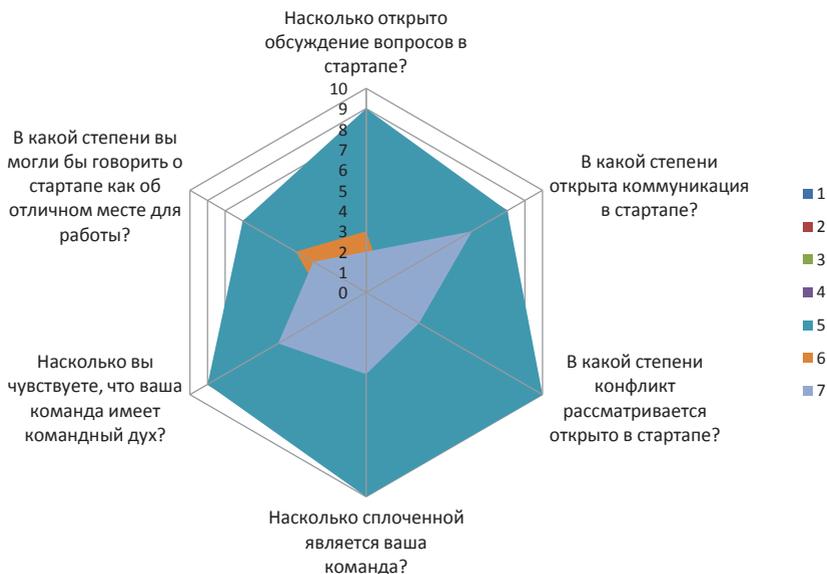


Рисунок 16 – Командный дух в стартап-организациях



Принято выделять следующие признаки:

- ♦ совершенствование выполнения трудовых функций, направленное на оптимизацию процесса и условий собственной работы, работы своего подразделения и организации в целом;
- ♦ сверхурочное выполнение трудовых функций, характеризующееся дополнительным выполнением трудовых обязанностей за пределами обычных границ рабочего времени;
- ♦ помощь коллегам, проявляющаяся в моральном, интеллектуальном и физическом участии сотрудника в решении проблем, с которыми сталкиваются его коллеги в своей работе.

Исследования экстраролевого поведения студентов показали следующие результаты (таблица 20).

Таблица 20 – Экстраролевое поведение студентов

GUESSS–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Я посещаю необязательные учебные или образовательные занятия в свободное время	5	2	0	3	6	4	2	22
Я делаю особенно полезные предложения по улучшению стартапа	3	4	0	2	5	2	5	21
Я работаю до или после рабочего дня, чтобы выполнить задание	1	1	1	5	5	0	9	22
Мои стандарты качества работы выше заявленных стандартов	1	0	2	1	4	7	6	21
Я активно ищу свои предложения, которые будут приняты стартапом	1	0	4	3	5	4	5	22
Я ориентирую новых людей, даже если этого не требуется	2	1	3	2	5	3	6	22



Продолжение таблицы 20

Я делаю особые попытки получить больше знаний о методах и навыках, связанных с работой	2	0	0	2	7	2	9	22
Я выполняю функции, которые не требуются, но помогают стартапу	2	0	4	3	6	6	1	22
9. Я стараюсь изо всех сил помогать другим с проблемами, связанными с работой	2	0	1	3	4	3	9	22
10. Я ищу дополнительные обязанности, несмотря на то что это увеличивает мою рабочую нагрузку	2	1	1	4	8	2	4	22

1. Полностью уверены в особенной пользе своих предложений для компании 22,7% респондентов (N = 5). Большую степень уверенности (уровень согласия – 5 и 6) в ценности своих предложений для организации выразили 31,8% опрошенных (N = 7). Полностью не уверены в особенной пользе своих предложений 13,6% от числа опрошенных (N = 3). Еще 18,2% (N = 4) выражают серьезную неуверенность (уровень согласия – 2) в ценности своих предложений для стартапа. Сомневаются в ценности своих предложений (уровень согласия – 4) 9% опрошенных (N = 2). Таким образом, потенциалом лидерских качеств, выражающимся в уверенности в своей профессиональной компетентности, обладают 54,5% (N = 12). Проявляется один из признаков организационной идентификации, являющейся надежным предиктором различных форм экстраролевого поведения в бизнес-организациях.

2. 22 респондента, или 40,9% (N = 9), работают до или после рабочего дня, чтобы выполнить задание. Большую степень согласия (уровень согласия – 5) выразили 22,7% респондентов (N = 5), не считают целесообразным (уровень согласия – 1, 2, 3) работать до или после рабочего дня, чтобы выполнить задание, 13,6% (N = 3), сомневаются (уровень согласия – 4) 22,7%



(N = 5). Таким образом, сверхнормативная активность, являющаяся формой экстраролевого поведения, наблюдается у 63,6% опрошенных (N = 14).

3. 28,6% респондентов с полной и 33,3% с большой уверенностью утверждают, что их стандарты качества работы выше заявленных стандартов. Таким образом, у 61,9% проявляется добросовестность как черта личности, что также указывает на экстраролевое поведение.

4. С достаточной уверенностью (уровень согласия – 7, 6, 5) отвечают, что активно ищут предложения, которые будут приняты стартапом, 66,6% опрошенных студентов. Такое поведение направлено на улучшение собственной работы, работы своего подразделения и организации в целом. Лидерство является внешним атрибутом на уровне группы и организации, который призван мобилизовать сотрудников для достижения целей организации.

5. 63,6% опрошенных студентов с достаточной уверенностью (уровень согласия – 7, 6, 5) отвечают, что они ориентируют новых людей, даже если этого не требуется. Это указывает на доброжелательность и готовность прийти на помощь коллегам в решении их проблем в работе, а также на проявление лидерских качеств.

6. С достаточной уверенностью (уровень согласия – 7, 6, 5) отвечают, что они делают особые попытки получить больше знаний о методах и навыках, связанных с работой, 81,8% опрошенных студентов. Такое поведение реализуется в целях совершенствования выполнения трудовых функций, направленных на улучшение собственной работы, работы своего подразделения и организации в целом. Добросовестность как форма экстраролевого поведения означает выполнение дел, которые принесут организации большую пользу, чем требуется от их работы. К ним можно отнести инициативу по улучшению своей работы в коллективе и повышению эффективности работы, а также волонтерство в принятии дополнительной ответственности на работе.

7. 59,1% респондентов с достаточной уверенностью (уровень согласия – 7, 6, 5) отвечают, что они выполняют функции,



которые не требуются, но помогают бизнесу. Таким образом, проявляется сверхнормативная активность как форма экстра-ролевого поведения, направленная на реализацию интересов организации.

8. Готовность прийти на помощь коллегам в решении их проблем в работе проявляют 72,7%.

9. С достаточной уверенностью (уровень согласия – 7, 6, 5) отвечают, что ищут дополнительные обязанности, несмотря на то что это увеличивает их рабочую нагрузку, 63,7% опрошенных студентов.

По результатам опроса выявлено, что с достаточной степенью согласия (5, 6, 7) 66,1% опрошенных студентов проявляют различные формы экстраролевого поведения, направленного на достижение успеха организации.

Для исследования мотива самоуважения студентов в стартап-организациях был проведен опрос по самооценке личности по шкале Розенберга (RSS). Результаты опроса показали, что обобщенный средний балл в RSS составил 49, что соответствует верхнему уровню в группе низкой самооценки.

Таблица 21 – Результаты обобщенной самооценки личности в бизнес-организациях

GUESSSS Kazakhstan–2018	Пожалуйста, укажите, насколько вы согласны со следующими высказываниями							
	1	2	3	4	5	6	7	Всего
Я чувствую, что я достойный человек, по крайней мере, не менее, чем другие	0	0	1	2	5	6	6	20
Я чувствую, что у меня есть ряд хороших качеств	0	0	0	4	4	5	7	20
Я всегда склонен чувствовать себя неудачником	4	3	4	4	4	1	1	21
Я способен выполнять работу не хуже, чем большинство людей	0	0	1	8	2	4	6	21



Продолжение таблицы 21

Мне кажется, что мне особенно нечем гордиться	8	3	6	1	3	0	0	21
Я к себе хорошо отношусь	0	1	1	5	7	1	6	21
В целом я доволен собой	0	1	1	3	7	3	6	21
Мне хотелось бы больше уважать себя	2	0	0	3	3	5	7	20
Время от времени я ясно чувствую свою бесполезность	4	2	2	7	4	2	0	21
Иногда я думаю, что я нехорош во всем	4	4	3	3	3	3	1	21

Как видно из рисунка 17, средний балл самооценки респондентов по положительным элементам шкалы Розенберга составляет 48,5%. Это результат самооценки студентов с большой и полной уверенностью (уровень согласия – 6, 7) по положительным элементам (1, 2, 4, 6 и 7).

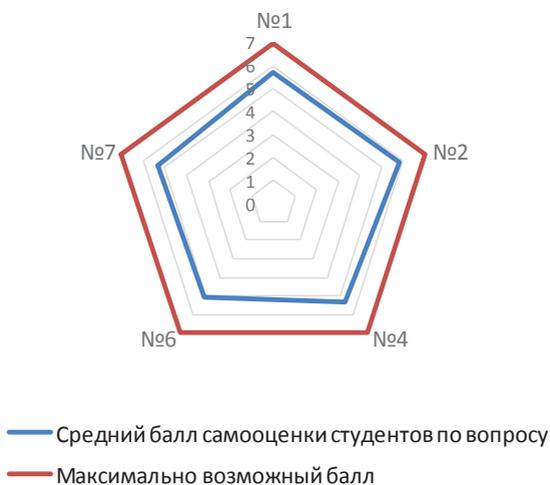


Рисунок 17 – Самооценка обучающихся по положительным элементам шкалы Розенберга



Опрос показал, что студенты считают себя достойными людьми (60%, $N = 12$), знают о своих хороших качествах (60%, $N = 12$), уверены в своих способностях (47,6%, $N = 10$).

В целом хорошо к себе относятся 33,3% ($N = 7$), в большинстве случаев довольны собой 42,9% ($N = 9$). Можно утверждать, что самооценка этих студентов помогает им чувствовать собственную значимость и добиваться определенных успехов в предпринимательской деятельности.

Рисунок 18 иллюстрирует самооценку по отрицательным элементам шкалы Розенберга.



Рисунок 18 – Самооценка обучающихся по отрицательным элементам шкалы Розенберга

Наиболее проблемным оказался вопрос о желании повысить самоуважение, среднее значение 2,8. Только 20% студентов ($N = 2$) ответили, что полностью удовлетворены в желании повысить самоудовлетворение.

Результаты опроса по отрицательным элементам показали, что не удовлетворены собой («не совсем хорош»), время от



времени считают себя бесполезными, испытывают неуверенность в себе и случается, что считают себя неудачниками, 81% опрошенных студентов (N = 17).

Недостаток уважения к себе обуславливает склонность винить в неудачах только себя, видеть только свои недостатки и акцентировать внимание на своих слабых сторонах. Все это не позволяет человеку ставить цели и строить успешную карьеру.

11 СЕМЕЙНЫЙ КОНТЕКСТ

Исследование семейного контекста студенческого предпринимательства осуществлялось через опрос студентов, родители которых или один из них имеют собственный бизнес. Здесь были представлены вопросы для исследования преемственности в области семейного бизнеса.

Дату основания семейного бизнеса указали лишь 15% опрошенных студентов, двое из них указали, что их семейный бизнес основан еще во времена вхождения Казахстана в состав Российской империи. Это может быть бизнес промыслового типа, либо ремесла, либо виды народного декоративного искусства. Менее 10% студентов, отвечавших на вопросы о семейном бизнесе, указали на возникновение семейных предприятий в советское время (1922–1991 годы).

Более 86% студентов указали, что бизнес родителей появился в годы независимости Казахстана. Таким образом, с переходом на рыночную экономику в Казахстане были созданы условия для развития предпринимательства, с одной стороны, с другой – началась массовая безработица в связи с закрытием государственных предприятий, организаций.

В основном семейный бизнес работает в секторе малого и среднего предпринимательства, где численность работников доходит до 20 человек. Только 2,8% опрошенных заявили о наличии в семейном бизнесе от 500 до 2500 работников.

Операционное управление семейным бизнесом осуществляют родители 62% опрошенных студентов. Есть некоторая



вероятность, что родители студентов имеют какую-то коммерческую недвижимость, которая сдается в аренду и не предполагает активного управления. Родители студентов имеют существенные доли в бизнесе: 40% респондентов заявили о 100-процентной доле владения.

Большинство студентов не имеют доли в бизнесе либо имеют относительно небольшую часть. Только 7% (48 респондентов) заявили о 100-процентной доле в семейном бизнесе, 58,5% опрошенных респондентов не имеют опыта работы в семейном бизнесе.

Приоритетными сферами семейного бизнеса опрошенных студентов являются сфера торговли – 28%, строительство – 10%, маркетинг / реклама / дизайн – 3,5%.

Для исследования желания респондентов наследовать семейный бизнес, «прилагая любые усилия», были предложены варианты ответа с оценкой от 1 до 7 – от категорического нежелания принимать на себя повышенные обязательства (1) до позитивного ответа (7).

Результаты опроса показали, что не имеют желания наследовать бизнес любой ценой 44,7% студентов, а 40,3% скорее готовы на очень многое ради наследования бизнеса. На вопрос о планах, а также об «определенном желании» наследования семейного бизнеса 51,1% ответили отрицательно, 32,6% – положительно (рисунок 19, стр. 51). Таким образом, мы видим, что только 15–16% респондентов еще не определили свое отношение к семейному бизнесу, а также к его наследованию, хотя 48% респондентов осознают, что будут иметь определенные преимущества, а 36% получают удовлетворение при наследовании семейного бизнеса, привлекательным это дело считают 34%.

В процессе исследования были предложены вопросы об отношении окружающих к наследованию студентами семейного бизнеса [12]. На какую-либо негативную реакцию родителей указали 23,6% студентов, а 66,2% отметили положительную реакцию родителей. При включении вопросов об отношении близких и дальних родственников, друзей число позитивных ответов постепенно снижается (59,8%, 56,4%, 58,7%).



В ходе исследования респондентам были предложены вопросы по оценке собственных знаний и умений [13]. Выяснилось, что студенты высоко оценивают свои способности решать споры и управлять конфликтами между родственниками, как вовлеченными, так и не вовлеченными в семейный бизнес. Было получено от респондентов 54,2% положительных ответов на данный вопрос против 29,2% отрицательных.

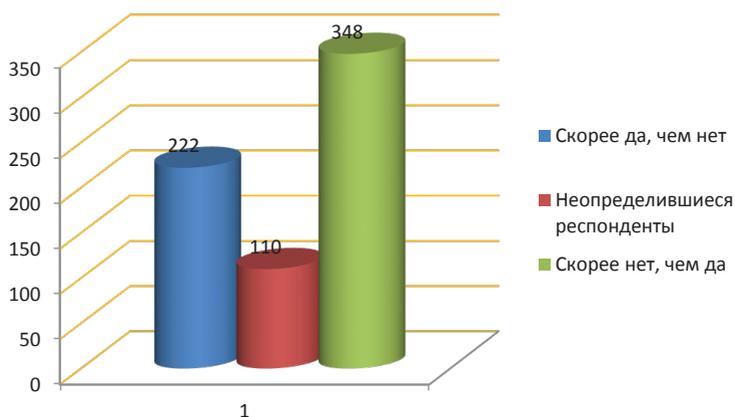


Рисунок 19 – Наследование семейного бизнеса

На вопрос об умении вести переговоры с действующим лидером компании 50,6% студентов ответили, что скорее способны на это (по их собственному мнению), чем нет. Тактично общаться с членами семьи во время высказывания разных точек зрения скорее умеют 52,4%, умеют строить здоровые отношения с окружающими – нечленами своей семьи 54,2% опрошенных студентов.

Исследование отношения казахстанских студентов к семейному бизнесу показывает следующие результаты [14]:

- ♦ студенты воспринимают проблемы семейного бизнеса как свои собственные, чувство принадлежности к семейному бизнесу отметили 42,8% респондентов;



- ♦ скорее не будут счастливы, если продолжат семейный бизнес, 46,3% респондентов против 33,5% респондентов, которые будут счастливы;

- ♦ 44,4% скорее не согласны, что они эмоционально привязаны к бизнесу родителей, 34,4% скорее согласились с этим утверждением;

- ♦ количество согласных со значением семейного бизнеса для студентов в личном плане равно количеству несогласных (при 15% неопределившихся респондентов);

- ♦ намерения / обязательства студентов идти по стопам родителей имеются у 33% студентов, при этом 50,1% не чувствуют себя «виновными» в случае отказа от карьеры в семейном бизнесе;

- ♦ многие студенты чувствуют себя скорее обязанными, что можно объяснить вероятным участием финансовых поступлений от семейного бизнеса в тратах респондентов и обеспечением их жизненного уровня.

По оценке состояния дел в семейном бизнесе были сформулированы вопросы по конкурентоспособности, прибыльности, социальной и инновационной значимости семейного бизнеса [15].

Состояние бизнеса родителей считают лучшим по сравнению с конкурентами 23,2% респондентов, вдвое больше число респондентов, оценивающих родительский бизнес и его доходность негативно.

Отношение студентов к социальной и инновационной функции родительского бизнеса более позитивно:

- ♦ 40% респондентов скорее уверены в том, что семейный бизнес создал больше рабочих мест, чем конкуренты;

- ♦ 43,7% респондентов полагают, что семейный бизнес является более инновационным, чем у конкурентов.

Поддержка родителями карьерного роста имеет большое значение для формирования предпринимательской активности студентов [16]:

- ♦ 39% респондентов скорее не согласны, 36,4% скорее согласны с утверждением «мои родители научили меня вещам, которые я когда-нибудь смогу использовать в их бизнесе»;



- ♦ больше позитивных ответов (43,8%), чем негативных (30,1%), по поводу общения с родителями по вопросам семейного бизнеса;

- ♦ работают в семейном бизнесе 38,7%, стремление к учебе поощряется родителями у 60,5%, моральное поощрение за успешную учебу в школе получают 63% студентов;

- ♦ 41% респондентов отмечают позитивную обратную связь, которую поддерживают родители: «...какой интересной может быть моя будущая работа в их бизнесе» и «какую замечательную работу я могу иметь когда-нибудь в их бизнесе».

Семейный бизнес в основном развивался в Казахстане после распада СССР и вхождения республики в глобальную систему разделения труда. Снятие барьеров в развитии предпринимательства, с одной стороны, и появление массовой безработицы и задержек выплаты заработной платы в республике в 90-е годы, с другой, способствовали появлению множества субъектов малого и среднего бизнеса. Соответственно, приоритетными отраслями семейного бизнеса являются торговля, строительство, реклама / маркетинг / дизайн.

Несмотря на позитивную оценку своих навыков и умений ведения семейного бизнеса, желание наследовать семейный бизнес проявляют 40% респондентов.

Отношение студентов к семейному бизнесу является неоднозначным. Среди студентов есть позитивно настроенные на продолжение семейного бизнеса: считают, что будут счастливы, 33,5% респондентов, в то же время 46,3% заявили, что скорее не будут счастливы, если продолжат семейный бизнес.

Текущее положение семейного бизнеса относительно конкурентов оценивают позитивно 23,2% респондентов. Более 40% студентов дают позитивную оценку социальной и инновационной функции семейного бизнеса.

Необходимо отметить, что студенты отмечают отличные отношения с родителями (43,8%) и поддержку позитивной обратной связи по привлечению в семейный бизнес (41%).

Исследование семейного контекста студенческого предпринимательства показывает, что студенты понимают значение семейного бизнеса в современных условиях.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Глобальный опрос GUESSS показывает, что средневзвешенный показатель респондентов с бизнес-идеями составляет 30,7% – треть всей выборки, а 11,2% студентов уже имеют свой собственный бизнес. Данные по Казахстану свидетельствуют о том, что ситуация с предпринимательством среди молодежи в стране находится приблизительно на среднестатистическом уровне среди 54 стран-участниц опроса.

Ниже представлены данные по 15 развитым и развивающимся странам, включая Казахстан, для сравнения показателей [3].

Таблица 22 – Категории студентов-предпринимателей по странам

Страна	Доля зреющих предпринимателей	Доля действующих предпринимателей
Китай	69,5	36,9
Аргентина	43,7	22,7
Колумбия	42,8	15,8
Австралия	24,7	14,3
Пакистан	59,4	14,7
Эстония	22,1	13,4
Казахстан	49,5	10,9
Финляндия	13,3	10,5
Италия	17,7	7,1
РФ	30,1	6,9
Турция	46,8	6,6
Корея	24,5	5,6
США	17,2	4,7
Швейцария	8,1	2,4
Япония	13,8	2,0
Примечание – Источник [3].		



В соответствии с приведенными данными можно сделать вывод о том, что наблюдается взаимосвязь между количеством обучающихся, изучавших предпринимательские курсы, и количеством действующих студентов-предпринимателей.

Среди казахстанских респондентов практически половина обучающихся в 2018 году не имела возможности посещать предпринимательские курсы.

Таблица 23 – Процент студентов, которые не изучали предпринимательские курсы, по странам

Страна	% обучающихся
Китай	24
Аргентина	48,3
Колумбия	32,4
Австралия	36,4
Пакистан	46,2
Эстония	42,7
Казахстан	46,6
Финляндия	31,6
Италия	60,9
РФ	60,2
Турция	41,6
Корея	57,6
США	65,6
Швейцария	77,2
Япония	46,0
Примечание – Источник [3].	

Также студентам было предложено оценить предпринимательский климат в университете по шкале от 1 до 7, где верхний предел соответствует самой положительной оценке. Очевидно,



что условия для развития предпринимательства зависят не только от перечня дисциплин в программе обучения, но и от инфраструктуры вуза, наличия бизнес-инкубаторов и офисов коммерциализации, внешних связей с бизнес-кругами и инвесторами и т.д. Сравнивая показатели в таблицах 22 (стр. 54), 23 (стр. 55) и 24, можно предположить, что чем больше возможностей предоставляется обучающимся для реализации бизнес-идей, тем больше вероятность получить выпускников вузов с уже имеющимся стартап-бизнесом.

Таблица 24 – Предпринимательский климат в университете

Страна	Балл от 1 до 7
Китай	5,5
Аргентина	5,2
Колумбия	5,3
Австралия	5,0
Пакистан	4,6
Эстония	4,5
Казахстан	4,6
Финляндия	4,4
Италия	4,0
РФ	4,5
Турция	4,1
Корея	4,1
США	4,9
Швейцария	3,9
Япония	3,5
Примечание – Источник [3].	

Как показывают средневзвешенные международные данные, больше всего студентов-предпринимателей обучаются на гуманитарных специальностях – 20,2%, изучают искусство 20%, меньше всего предпринимателей среди тех, кто занимается медициной и естественными науками, – по 6,7% соответственно.



Этот факт может указывать на то, что в фундаментальных науках требуется гораздо больше времени на усвоение знаний, а затем – на поиск ниши для практического применения и коммерциализации.

Наши результаты свидетельствуют о том, что восприятие предпринимательского климата по-разному влияет на студентов, имеющих и не имеющих отношения к предпринимательству. В то время как создание инфраструктуры поддержки и предложение добровольных курсов по предпринимательству поощряет студентов, заинтересованных в развитии собственного бизнеса, большинство не имеет представления о том, насколько их университет поддерживает предпринимательское мышление и действия. Следовательно, университеты, нацеленные на создание благоприятного и позитивного предпринимательского климата среди всех студентов, должны рассмотреть возможность стимулирования участия в курсах по предпринимательству и включения их в образовательные программы на всех уровнях обучения (бакалавр, магистр, доктор).

При принятии стратегических решений развития университета необходимо рассматривать предпринимательский климат в качестве индикатора.

В настоящее время в качестве онлайн-инструмента исследования предпринимательского потенциала университета широко применяется экспертная самооценка по методике, разработанной под эгидой Организации по экономическому сотрудничеству и развитию для европейских университетов – HEINNOVATE [17].

Исследование семейного контекста студенческого предпринимательства в Казахстане показывает, что студенты понимают значение семейного бизнеса в современных условиях. Необходимо отметить, что студенты отмечают отличные отношения с родителями (43,8%) и поддержку позитивной обратной связи по привлечению в семейный бизнес (41%).



Семейный социальный капитал обеспечивает преимущества для потенциальных молодых предпринимателей. Сплоченность семьи в значительной степени влияет на предпринимательскую активность и самозанятость населения. Эти выводы имеют важное значение для лиц, определяющих государственную политику, и для начинающих молодых предпринимателей.

Для лиц, определяющих государственную политику, программы и налоговые льготы по усилению семейной поддержки начинающих предпринимателей могут сыграть важную роль в прямом и косвенном стимулировании предпринимательства среди молодежи.

Для начинающих молодых предпринимателей наше исследование показывает выгоды и издержки от поддержки семьи в процессе создания нового предприятия.

По результатам исследования, 35,9% казахстанских студентов представляют себя владельцами бизнеса в долгосрочном периоде и предпочитают карьеру предпринимателя.

Исследование Глобального мониторинга предпринимательства (GEM Global Report 2017–2018) констатирует, что в Казахстане восприятие возможностей развития бизнеса составляет 64,7%. При этом отмечается, что этот показатель выше среднего среди стран с ресурсно-ориентированной экономикой.

Предпочтительной отраслью для студентов-предпринимателей является торговля, затем следуют реклама / дизайн / маркетинг, обучение / образование. В этих отраслях развивают свой бизнес 43% опрошенных студентов-предпринимателей. Следующие 25% опрошенных предпринимателей задействованы в сферах туризма, производства, ИКТ, финансовых услуг, здравоохранения и социальной работы, консалтинга, строительства, архитектуры и инженерии.

Результаты опроса GUESSS–2018 подтверждают тенденцию отраслевого аспекта развития студенческого предпринимательства в странах с ресурсно-ориентированной экономикой, где приоритетной является сфера торговли.



В заключение необходимо отметить, что исследование GUESSSS Kazakhstan не претендует на полный охват мнений всех студентов Казахстана и носит выборочный характер, т.к. анкетирование среди респондентов проводится каждым вузом на добровольной основе. В связи с этим следует отметить, что более активное участие вузов в опросе GUESSSS Kazakhstan–2020 может обеспечить масштабный охват респондентов и получение более точных данных.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Комитет по статистике (2018). Основные социально-экономические показатели Республики Казахстан. Министерство национальной экономики Республики Казахстан: <https://stat.gov.kz>.
- 2 GUESSS: глобальное исследование предпринимательского духа студентов, Национальный отчет GUESSS KAZAKHSTAN–2016. – Алматы: Университет «Туран», 2017. – 48 с.
- 3 Sieger P. et al. 2019. Global Student Entrepreneurship 2018: Insight From 54 Countries. 2018 GUESSS Global Report.
- 4 Franke & Lüthje. University environment, 2004.
- 5 Heiko Bergmann, Mario Geissler, Christian Hundt, Barbara Grave. The climate for entrepreneurship at higher education institutions. Research Policy. Volume 47. Issue 4. 2018. 700–716 Eesley and Wang, 2017.
- 6 Глобальный мониторинг предпринимательства / Национальный доклад: Казахстан 2017/2018.
- 7 Watkins M.B., Smith A.N. & Aquino K. (2013). The use and consequences of strategic sexual performances. The Academy of Management Perspectives. Vol. 27. No. 3.
- 8 Rosenberg M. (1979). Components of Rosenberg’s self-esteem scale. Conceiving the self. New York: Basic Books.
- 9 Schmitt D., Allik J. Simultaneous Administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 Nations: Exploring the Universal and Culture-Specific Features of Global Self-Esteem. Journal of Personality and Social Psychology. 2005. Vol. 89. No. 4.
- 10 Schneider Benjamin, González-Romá Vicente, Ostroff Cheri, West Michael A. Organizational climate and culture: reflections on the history of the constructs in the Journal of Applied Psychology. Journal of Applied Psychology. Vol 102(3). March 2017. P. 468–482.
- 11 Ребзуев Б.Г. Разработка конструкта трудового поведения и Шкалы экстраролевого трудового поведения // Журнал Высшей школы экономики «Психология». – 2009. – № 6(1). – С. 3–57.
- 12 Shruti R. Sardeshmukh and Andrew C. Corbett The Duality of Internal and External Development of Successors: Opportunity Recognition in Family Firms. Family Business Review, 2011. 24(2) 111–125. P. 114–117.



13 Annamária Heuer, Francisco Liñán. Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Entrepreneurship and Management Journal*. July 2013. Vol. 19. No 1. P. 40–42.

14 Alexandra Dawson, P. Gregory Irving, Pramodita Sharma, Francesco Chirico and Joel Marcus. Behavioural outcomes of next-generation family members' commitment to their firm. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2014. Vol. 23. No. 4. P. 572–577.

15 Franz W. Kellermans, Kimberly A. Eddleston, Ravi Sarathy, Fran Murthy. Innovativeness in family firms: a family influence perspective. *Small Business Economics*. January 2011. № 38(1). P. 85–101.

16 Sherri Turner, Annette Alliman-Brissett, Richard T. Lapan, Sharanya Udiipi. The Career-Related Parent Support Scale. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development* 36(2). July 2003. P. 85–89.

17 OECD/European Commission (2019). A Guiding Framework for the Entrepreneurial and Innovative Higher Education Institution: <https://heinnovate.eu>.



СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Общая характеристика респондентов	4
2 Карьерные планы и намерения обучающихся.....	6
3 Влияние университета на предпринимательский дух студентов.....	11
4 Влияние семьи и общества	17
5 Потенциальные предприниматели	21
6 Активные предприниматели	27
7 Характеристика среды в студенческом стартапе	31
8 Обобщенная самооценка личности активных предпринимателей	32
9 Опыт работы студентов в бизнес-организациях в качестве сотрудников	36
10 Характеристика среды в бизнес-организациях	39
11 Семейный контекст	49
Заключение	54
Список литературы	60



**GUESSS: глобальное исследование
предпринимательского духа студентов
Национальный отчет
GUESSS Kazakhstan–2018**

По вопросам участия в проекте GUESSS Kazakhstan–2020
обращаться к координатору проекта GUESSS Kazakhstan,
руководителю отдела международного сотрудничества
университета «Туран» Судибор Ольге Леонидовне

Тел.: 8(727) 260–40–23
E-mail: o.sudibor@turan-edu.kz

Редактор Курбатова Н.В.
Компьютерная верстка Жуйковой М.А.

Подписано в печать 5.11.2019 г.
Бумага офсетная № 1,62x84/16. Плотность 80 г/м².
Усл.печ.л. 4,0. Уч.-изд.л. 4,2. Тираж 150 экз.
Заказ № 1521.

Адрес редакции:
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А, университет «Туран».
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским
отделом университета «Туран».
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А.
Тел.: 260-70-00, 260-40-18.

Отпечатано в издательстве «Эверо».
г. Алматы, ул. Толе би, 292. Тел.: 364-84-03, 364-84-06.

