

Т. В. Цуканова, канд. экон. наук, ассистент кафедры стратегического и международного менеджмента, Высшая школа менеджмента СПбГУ, г. Санкт-Петербург, tsukanova@gsom.spb.ru

Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст

В работе рассматривается роль вуза в формировании предпринимательских намерений российских студентов. Предлагается оценивать роль вуза через существующие предпринимательские инициативы, которые в совокупности образуют предпринимательское портфолио вуза. С опорой на анализ данных по выборке из 2504 респондентов были выявлены составляющие, которые усиливают предпринимательские намерения студентов. Результаты работы позволили сделать важные наблюдения в отношении развития предпринимательской составляющей в учебных заведениях.

Ключевые слова: вузы, обучение предпринимательству, предпринимательство, предпринимательские намерения, Россия, студенты.

Введение

На сегодняшний день сложно дать однозначный ответ о роли вуза в развитии предпринимательства. На протяжении долгого времени само понятие предпринимательства даже не использовалось в контексте обучения. Но теперь наблюдаются серьезные изменения в разных областях, которые, в свою очередь, меняют и мировоззрение, окружающее образ предпринимателя, и предпринимательство в целом [Рубин, 2012]. Истории успеха молодых предпринимателей, которые активно освещаются не только в российских, но и в мировых СМИ, привлекают внимание молодежи. Многие всерьез начинают задумываться о предпринимательской деятельности как об альтернативном карьерном пути наряду с традиционной работой по найму.

Трансформации, происходящие в образовательной среде, способствуют положительным сдвигам в отношении предпринимательства. Студенты приходят в вузы сразу после окончания школы и проводят там один из самых активных периодов в жизни,

погружаясь в различные области знаний, пробуя себя во всех направлениях, стремясь найти занятие по душе. Вузы способны не только стать провайдерами знаний о предпринимательстве, но и мотивировать студентов попробовать себя в этой деятельности.

В концепции *предпринимательской экосистемы* вузы рассматриваются как источники человеческого капитала, воспитывающие будущих предпринимателей [Isenberg, 2011]. Такие известные вузы США, как Стэнфордский университет, Массачусетский технологический институт и Университет Калифорнии (Беркли), по праву относятся к категории «предпринимательских» и расширяют свои подходы и разработки в области обучения предпринимательству в другие страны. В настоящее время уже привычной становится предпринимательская терминология: «бережливый стартап» (lean startup), «модель развития потребителей» (customer development model), «канва бизнес-модели» (business model canvas) и др. Эти термины появились в США и довольно быстро распространились по всему миру. Но надо признать, что становление